Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное агентство по образованию

Южно-Уральский государственный университет

РЕФЕРАТ

по дисциплине «Экономика отраслевых рынков»

на тему «Фирма в экономике отраслевых рынков – ее место, роль, цели в рыночной структуре»

Выполнил:

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ…………………………………………………………………3

1. ФИРМА В ЭКОНОМИКЕ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ……………….4
	1. Основные концепции фирмы……………………………………….6
		1. Технологическая концепция фирмы…………………………….4
		2. Контрактная концепция фирмы…………………………………6
		3. Стратегическая концепция фирмы……………………………...8
	2. Классификация внутренних структур фирмы……………………..9
		1. Виды фирм по размеру …………………………………………..9
		2. Виды фирм по формам собственности…………………………10
		3. Виды фирм по организационно-правовой форме……………...11
		4. Виды фирм по типам внутренней структуры управления…...12
2. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЦЕЛИ ФИРМЫ………………………………17

2.1 Цели индивидуального собственника……………………………….17

2.2 Цели управляющих…………………………………………………...18

2.3 Цели работников фирмы……………………………………………...20

2.4 Проблема конфликта интересов собственника и управляющего….20

3 РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ФИРМЫ…....22

ЗАКЛЮЧЕНИЕ…………………………………………………………...24

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК……………………………………25

ВВЕДЕНИЕ

Фирма - один из основных институтов современной экономической системы. Она представляет собой, прежде всего обособленный субъект экономической деятельности, осуществляющий свои функции во внешней экономической среде.

Фирма - сложное явление современной экономики. Очевидно, что ни одна экономическая система не может обойтись без производящего субъекта, каковым в условиях рыночной экономики является фирма. В то же время фирма наряду с основной функцией производства выполняет и другие существенные задачи для обеспечения нормального функционирования и воспроизводства экономической системы в целом.

Целью данного реферата является изучение сущности фирмы в экономике отраслевых рынков, ее роли, цели и месте в рыночной структуре.

В данной работе ставятся следующие задачи:

1. Исследовать особенности фирмы, ее основные концепции, внутреннюю структуру;
2. Определить альтернативные цели фирмы в экономике отраслевых рынков;
3. Рассмотреть особенности государственного регулирования деятельности фирм.

Объектом исследования в данной работе выступает фирма как хозяйствующий субъект. Предметом является деятельность фирм, функционирующих на отраслевых рынках.

1 ФИРМА В ЭКОНОМИКЕ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Фирма как один из основных институтов современной экономической системы представляет собой, прежде всего обособленный субъект экономической деятельности, осуществляющий свои функции во внешней экономической среде, к которой относятся потребители, поставщики, государство, конкуренты, природные условия и общество в целом.

Отличие фирмы от других хозяйствующих субъектов состоит в том, что она:

1. • представляет собой достаточно крупную и организационно оформленную единицу;
2. • является самостоятельным юридически независимым экономическим агентом;
3. • выполняет особую функцию в экономике: покупает ресурсы с целью производства товаров и услуг. Фирма служит инструментом распределения ресурсов в экономике между альтернативными возможностями их использования;
4. • существование и рост фирмы обеспечивается за счет разницы между совокупной выручкой и совокупными издержками - прибыли. Прибыль всегда присутствует в деятельности фирмы - либо как главная цель, либо как один из значимых критериев ее поведения.
	1. Основные концепции фирмы
		1. Технологическая концепция фирмы

Так как роль фирм в экономике состоит в производстве товаров и услуг, технологический подход к фирме является одним из центральных в теории рынков.

Согласно этому подходу, фирма рассматривается как структура, оптимизирующая издержки при данном выпуске, что обусловлено технологическими особенностями производства. Минимальные издержки на единицу продукции обеспечиваются при выпуске, называемом минимально эффективным выпуском(МЭВ) для данной отрасли. Зависимость издержек от выпуска определяет технологическую границу фирмы, горизонтальную и вертикальную границы роста фирмы.

Горизонтальная граница понимается в двояком смысле: как объем выпуска одного продукта (пределы роста однопродуктовой фирмы) и как товарное многообразие в рамках одной фирмы (пределы диверсификации производства).

Горизонтальный размер фирмы определяется положительным эффектом масштаба, то есть субаддитивностью издержек: издержки являются субаддитивными, если они меньше при совместном выпуске нескольких товаров, чем при их отдельном производстве в рамках различных фирм:

где ∑ TC(qi) - совокупные издержки при суммировании выпуска нескольких товаров в рамках отдельных производств;

 TC (∑ qi) - совокупные издержки совместного выпуска тех же товаров.

Понятие субаддитивности издержек в рамках технологического подхода к фирме позволяет ответить на вопрос, почему экономика в целом и даже зачастую одна отрасль не может представлять собой одну-единственную фирму. Рост издержек на единицу выпуска при увеличении масштабов производства формирует технологическую границу фирмы. Преодоление тенденции роста средних издержек в рамках одной и то же фирмы возможно с помощью выделения внутри фирмы нескольких относительно независимых подразделений, которые действовали бы как квазифирмы, то есть путем изменения внутренней организации фирмы.

Субаддитивность издержек определяет также и вертикальные размеры фирмы: выбор фирмы между покупкой на рынке или производством внутри фирмы продуктов последовательных стадий переработки. Товары будут производиться внутри фирмы (фирма станет вертикально интегрированной), если издержки их совокупного производства меньше, чем при их покупке:

TC (q1, O) + TC (0, q2) > TC (q1, q2)

где q1 и q2 - продукты последовательных стадий переработки.

Соответственно, уменьшение субаддитивности издержек способствует приостановлению вертикальной экспансии фирмы, ограничивает ее вертикальный рост.

Таким образом, технологический подход к анализу фирмы позволяет выявить производственные ограничения распространения фирмы вширь и вглубь, установить естественные границы ее размеров, определить технические условия эффективности ее функционирования.

1. 1.1.2. Контрактная концепция фирмы

Фирма представляет собой совокупность отношений между работниками, управляющими и собственниками. Эти отношения часто выражаются формальными договорами - контрактами. Но даже если отношения не регулируются формальным договором, существуют свои правила поведения между работниками фирмы, работниками и управляющими, между поставщиками и потребителями продукции. Эти правила поведения могут рассматриваться в качестве неформальных контрактов, так как они достаточно стабильны на протяжении длительных периодов времени, а их нарушение вызывает формальные или неформальные санкции прочих участников.

Фирма, представляя собой совокупность внутренних и внешних, контрактов, сталкивается с двумя типами затрат на обеспечение их выполнения. Это трансакционные издержки (от слова «трансакция» - сделка, операция, контракт) и издержки контроля.

Трансакционные издержки - это затраты (явные и неявные) на обеспечение выполнения внешних контрактов, в противоположность затратам, связанным с внутренними контрактами - издержками контроля. Трансакционными издержками служат затраты на совершение деловых операций, включая в себя денежную оценку времени на поиск делового партнера, на ведение переговоров, заключение контракта, обеспечение соответствующего выполнения контракта.

Издержки контроля включают расходы на мониторинг выполнения внутренних контрактов, а также потери в результате недолжного выполнения контрактов.

Рынок и фирма с этой точки зрения представляют собой альтернативные способы заключения контрактов. Рынок может трактоваться как сеть внешних контрактов, а фирма - как сеть внутренних контрактов. Фирма может купить продукт или услугу на рынке посредством заключения соответствующего соглашения с другим, внешним, контрагентом, но фирма может произвести товар сама, используя внутренние контракты с работниками. Выбор между внешними и внутренними контрактами зависит от соотношения издержек их использования. Чем выше трансакционные издержки по сравнению с издержками контроля, тем выше вероятность того, что товар будет производиться фирмой, а не рынком.

Трансакционные издержки особенно высоки по сравнению с издержками контроля в таких ситуациях, когда существуют возможности и стимулы для оппортунистического поведения:

1. • производство уникального товара;
2. • динамический рынок с неопределенным спросом и непредсказуемым

движением цен;

1. • асимметрия информации на рынке.

Фирма как обособленный субъект экономической деятельности существует между двумя видами издержек - трансакционными издержками, которые определяют нижнюю границу фирмы, ее минимальный размер, и издержками контроля, которые задают верхнюю границу, ее максимальный размер.

Контрактный подход к фирме позволяет выделить две принципиальные организационные формы фирмы: U-форму и М-форму.

U-форма (от английского unitary) отличается небольшими издержками контроля и большими трансакционными издержками. Это простая линейная фирма, для которой характерно последовательное подчинение стадий выпуска одному регулирующему центру.

М-форма (от английского multiproduct) представляет собой параллельное подчинение всех стадий выпуска каждого продукта одному продуктовому центру.

 1.1.3 Стратегическая концепция фирмы

1. До сих пор фирма рассматривалась в качестве объекта действия внешней среды, как пассивная структура экономики. За фирмой признавалась только возможность реагирования на окружающую экономическую среду, например, на технологию или контрактные отношения, господствующие в отрасли. Однако фирма не только подчиняется экономическим отношениям, но и сама формирует их. Точка зрения на фирму как на активный субъект рынка составляет основу стратегического подхода к фирме.
2. Цель жизнедеятельности фирмы реализуется в ее стратегии.
3. Стратегия - это сознательное, целенаправленное поведение фирмы и в краткосрочном и в долгосрочном периодах.
4. Формируя стратегию, фирма учитывает поведение других экономических агентов, в первую очередь поведение своих конкурентов, а также спрос и действия правительства. Фирма активно воздействует на спрос, формируя потребительские предпочтения. Фирма воздействует на правительство, добиваясь желаемого регулирования налогообложения, таможенных пошлин и квот, выделения субсидий, принятия антимонопольных законов и исключений из них. Фирма становится активным участником формирования отраслевой, микроэкономической, а зачастую и макроэкономической политики государства.

В данном случае параметры поведения фирмы - цена, качество и количество выпускаемого товара, закупки ресурсов, наем персонала, выпуск ценных бумаг, финансовые отношения с поставщиками и заказчика и - выступают как факторы стратегического поведения фирмы, с помощью которых она реализует свои цели.

1.2 Классификация внутренних структур фирмы

1. Все три подхода к анализу фирмы позволяют выделить пять критериев классификации фирм: размер фирмы, формы собственности, организационно-правовые формы, внутреннюю структуру управления, цели фирм.

 1.2.1 Виды фирм по размеру

1. Размер фирмы может оцениваться по одному и/или нескольким критериям: численность занятых, объем используемого капитала, величина активов, объем продаж.
2. Как правило, в качестве основного критерия используется численность занятых: этот критерий является относительно стабильным во времени и достаточно универсальным для сравнения фирм в разных отраслях и разных странах. Если объем используемого капитала, величина активов или объем продаж изменяются в зависимости от вида деятельности или единицы измерения, то численность занятых не подвержена таким колебаниям; люди остаются людьми вне зависимости от сферы приложения труда или страны исследования. Хотя и здесь имеются свои сложности: современная технология позволяет выпускать достаточно существенные объемы и использовать значительные производственные фонды при малой численности персонала, тогда средняя или даже крупная по остальным критериям фирма окажется мелкой по данному критерию.
3. Итак, в соответствии с численностью занятых выделяют три категории фирм: мелкие (малые) с численностью занятых до 50 человек, средние, численность занятых на которых составляет от 50 до 500 человек, и крупные, где численность занятых превышает 500 человек.
4. Преобладание мелких, средних или крупных фирм в той или иной отрасли обусловлено характером отдачи от масштаба, соотношением трансакционных издержек и издержек контроля, а также границами целевого рынка фирмы и ее стратегиями.
5. 1.2.2 Виды фирм по формам собственности
6. В зависимости от того кто (государство или частное лицо) является собственником фирмы, выделяют государственные, частные и смешанные фирмы. Соотношение государственной, частной и смешанной форм собственности в экономической системе определяется историей развития национальной промышленности и политическими факторами. В современных экономиках доминирующую роль играет смешанная форма собственности, что, видимо, связано с ее большей эффективностью и возможностью в ней преодолевать недостатки как государственной, так и частной собственности.
7. 1.2.3 Виды фирм по организационно-правовой форме
8. Фирмы в зависимости от организационно-юридической структуры подразделяются на несколько видов. Рассмотрим каждый вид в отдельности.
9. Индивидуальное (семейное) предприятие
10. В данном случае собственником фирмы является одно физическое лицо или одна семья. Поскольку для индивидуального предприятия преобладающим типом затрат на выполнение контрактов являются трансакционные издержки, а издержки по контролю относительно невелики, индивидуальное производство получило распространение в качестве мелких и средних фирм с небольшим производственным циклом и небольшим числом последующих звеньев производственного процесса.
11. Товарищество
12. Различают два вида товариществ: полное - все участники являются одинаковыми собственниками фирмы, то есть обладают полной ответственностью и полным правом на результат ее деятельности; и коммандитное (товарищество с ограниченной ответственностью) - когда полные партнеры отвечают полностью своим имуществом за результаты деятельности фирмы, а коммандитные (неполные) партнеры ограничивают свое участие вкладом и/или усилиями, не рискуя своим имуществом, но и получая только установленную часть совокупных результатов деятельности.
13. В современных экономических системах фирмы, организованные в виде товариществ, занимают средние ниши рынка, со средними объемами сбыта: наличие нескольких партнеров и объединение капиталов позволяет им избежать проблемы финансирования, что ограничивало бы рост индивидуального предприятия, однако недостаточная мобильность управления сдерживает расширение фирмы до размера крупных предприятий, хотя это и не исключено.
14. Корпорация (акционерное общество)

Корпорации бывают двух видов: открытые, акции которых котируются (продаются) на бирже, так что любой желающий может их приобрести; и закрытые, акции которых распределяются между ограниченным числом участников (например, только между работниками данной фирмы) и не продаются на бирже. Корпорация позволяет мобилизовать путем выпуска акций значительный объем денежных средств в короткие сроки, что делает эту форму незаменимой для массового крупномасштабного производства. Поэтому корпорации в развитых странах в качестве крупных фирм дают основной объем продукции, являются лидерами рынка.

* + 1. Виды фирм по типам внутренней структуры управления

Каждый тип внутренней структуры формируется на основе базисных U- и М-форм при разной комбинации трансакционных издержек и издержек контроля и отражает поиск оптимального соотношения этих видов издержек в соответствии с разновидностью технологии, особенностями рынка, стадией развития самой фирмы и другими критериями.

1. Линейная форма

 Линейная форма представляет собой последовательное управление всеми стадиями производственного процесса вплоть до сбыта. Такая форма характерна для однопродуктового и однозаводского производства, так как она позволяет минимизировать издержки контроля только в условиях последовательного управления всеми стадиями производственного процесса, что эффективно можно осуществить исключительно при однородной продукции; рост масштабов выпуска при линейной форме ведет к неоправданному увеличению издержек управления. Данная форма была господствующей на ранних стадиях развития рыночных экономик с низким уровнем технологии конвейерного типа. В настоящее время линейная форма встречается в отраслях с простым производственным циклом типа жесткого конвейера, выпускающих однородный продукт: в табачной, мукомольной, стекольной, кожевенной промышленности.

1. Функциональная форма

Функциональная форма организации означает разделение производственного процесса по отдельным функциям (закупки сырья, производство, сбыт, исследовательские работы, бухгалтерия), для каждой из которых характерно обособленное управление. Функциональная форма позволяет сократить издержки управления при выпуске разнородной продукции, не увеличивая существенно и трансакционные издержки, поэтому она характерна для фирм, выпускающих небольшой набор товаров, и характерна для мелких и средних производств. Так как функциональная форма жестко контролирует все стадии выпуска продукции вне зависимости от числа производимых товарных марок, она не позволяет использовать положительный эффект масштаба в производстве и сбыте и положительный эффект разнообразия, что ограничивает ее распространенность при переходе к крупному производству. Функциональная форма в промышленно развитых странах преобладала в 1930-40-е годы.

1. Штабная (линейно-функциональная) форма

Внутри фирмы осуществляется одновременное управление по функциям производственного процесса и по продуктам при формировании особого органа управления - штаба. Штаб централизованно регулирует как стадии производственного процесса, так и производство отдельных видов продуктов, что позволяет фирме более гибко реагировать как на изменения спроса, так и на изменения производства. Штабная форма ведет к сокращению издержек контроля многопродуктового производства (что позволяет здесь реализовать положительный эффект разнообразия), но только за счет усиления централизации внутренней структуры. Относительная жесткость управления внутренними процессами продолжает действовать, что ограничивает возможности использования эффекта масштаба и в производстве, и в сбыте. Поэтому эта форма характерна для средних многопродуктовых фирм, действующих преимущественно на рынках потребительских товаров и продуктов питания. Многие оптовые и посреднические фирмы сравнительно небольшого размера также выбирают эту форму. В развитых странах штабная форма преобладала в 1940-50-е годы.

1. Многодивизиональная (матричная) форма

При матричной форме в организации фирмы наблюдается выделение продуктовых подразделений в отдельные управленческие объекты. Хотя и сохраняется принцип управления одновременно по продукту и по стадии производства, происходит углубление самостоятельности продуктовых отделений. Продуктовые подразделения принимают самостоятельные решения относительно выбора качества товара, места сбыта, услуг, предоставляемых потребителю в процессе сбыта и после. Это позволяет расширить возможности использования эффекта разнообразия и в полной мере применить положительный эффект масштаба: жесткое ограничение маневренности управления при выпуске отдельных продуктов отпадает (или, по крайней мере, существенно сокращается). За центральным руководством остается решение всех финансовых и стратегических вопросов поведения как фирмы в целом, так и ее отдельных подразделений.

 Многодивизиональная форма становится характерной для крупных фирм типа концерна. Матричная форма способствует сокращению трансакционных издержек, но издержки по контролю продолжают нарастать по мере увеличения фирмы. Данная форма являлась господствующей преимущественно в 1960-70-х годах в связи с бурным развитием производства и новыми открытиями в технологии. Однако ускорение НТП, быстрое изменение спроса и насыщенность информационных потоков как внутри, так и вне фирмы показали ограниченность данной формы при сверхкрупных масштабах выпуска. Поэтому она постепенно уступает лидерство другой организационной структуре и остается доминирующей в странах среднего уровня развития, а также в России.

1. Самостоятельные центры прибыли

В условиях самостоятельных центров прибыли происходит предоставление полной производственной, сбытовой, исследовательской и маркетинговой самостоятельности отдельным подразделениям фирмы с целью более быстрого и адекватного реагирования на непредсказуемые изменения спроса и технологические нововведения.

Каждый центр прибыли является самоокупаемым и может быть как многопродуктовых, так и многофункциональным. Общее стратегическое руководство (общая политика фирмы в экономической системе, ее экспансия на зарубежных рынках и основные способы вытеснения или сотрудничества с конкурентками) также остается за центральным управлением. Центральное управление предупреждает случаи конкуренции между подразделениями, излишнего дублирования исследовательских работ, способствует распространению внутри подразделений наиболее эффективных методов сбыта, производства, управления. Подразделения, обладая самостоятельным и свободным выходом на рынок, все-таки в меньшей степени оказываются подверженными рыночной стихии, чем отдельные фирмы, что в свою очередь укрепляет и положение всей фирмы в экономической системе.

Данная форма характерна для концернов и отчасти конгломератов с незначительным влиянием финансового капитала, так как внутренняя структура такой фирмы требует все-таки большей степени оформленности, чем дает финансовый конгломерат. Она является господствующей для крупных компаний в основных видах деятельности в промышленно развитых странах с 1980-90-х годов.

1. Холдинг

В холдинге организация контроля над деятельностью подразделений, выступающих в качестве относительно самостоятельных фирм, осуществляется благодаря владению пакетами акций этих фирм. Владение акциями позволяет компании-холдингу формировать не столько сбытовую, сколько производственную и маркетинговую стратегию. Компании, объединенные в холдинг, совместно воздействуют на рынок. При этом в рамках холдинга реализуется наибольшая степень управленческой самостоятельности подразделений.

Эта форма характерна для крупных фирм-конгломератов. Холдинговая организация управления преобладает в странах и в отраслях с сильным влиянием финансового капитала, так как, как правило, холдинговая группа объединяется вокруг банка или финансовой компании. В современной России зарождение холдингов связывают с деятельностью финансово-промышленных групп - объединений крупных предприятий отрасли с крупными банковскими и финансовыми фирмами с единым совместным руководством и единой политикой на рынке.

1. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЦЕЛИ ФИРМЫ НА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ

В рамках классической микроэкономической теории целью фирмы считается максимизация экономической прибыли - разницы между совокупной выручкой и совокупными издержками, включая альтернативную ценность собственных ресурсов фирмы (так называемую нормальную прибыль). Однако в действительности фирмы могут ставить перед собой разные цели, в зависимости от интересов экономических агентов, контролирующих функционирование фирмы.

Объектом анализа будет служить именно зависимость цели фирмы от влияния на принятие решений собственников, менеджеров, держателей облигаций и т. д.

Общая цель каждого экономического агента заключается в максимизации полезности. Полезность может зависеть от разных факторов. Каждый экономический субъект стремится подчинить деятельность фирмы своей специфической цели.

* 1. Цели индивидуального собственника

Для индивидуального собственника - то есть экономического агента, обладающего правом собственности на фирму и при этом, как правило, в силу незначительности величины самой фирмы, работающего на ней, - целью является максимизация полезности при выборе между прибылью (денежным доходом) и временем досуга.

Прибыль и время досуга являются нормальными благами для индивида (в отличие от работы, которая представляет собой антиблаго, так что увеличение тягости труда должно компенсироваться увеличением денежного дохода, получаемого за это).

* 1. Цели управляющих

Управляющие, так же как и акционеры, представляют собой разнородных экономических агентов, общей стратегией которых является удержание собственного положения в рамках данной фирмы. При этом могут использоваться различные методы, каждый их которых и представляет особую цель менеджеров.

Во-первых, это максимизация общей выручки фирмы. Одним из методов укрепления собственного положения управляющего на фирме является расширение масштабов деятельности фирмы, поскольку именно на основе информации об увеличении или сокращении выпуска собственники фирмы, от которых зависит положение управляющего, делают вывод о качестве его работы. Основным показателем масштаба деятельности фирмы служит ее общая выручка.

Положение фирмы, максимизирующей выручку, достаточно устойчиво. Менеджеры фирмы не заинтересованы в сокращении выпуска, даже если это привело бы к росту прибыли. Снижение продаж ведет к ряду отрицательных для управляющего и для фирмы в целом последствий:

• Эффект снежного кома: сокращение (даже временное) объема продаж ведет к снижению популярности фирмы в целом у потребителей.

• Снижение привлекательности фирмы в глазах потенциальных инвесторов (акционеров) и кредиторов. Сокращение выпуска приводит к снижению доверия к фирме как благонадежному заемщику, что уменьшает возможности привлечения заемных финансовых ресурсов и может привести к падению курсовой стоимости акций.

• Потери дистрибьюторов и как следствие - сокращение каналов сбыта.

• Снижение рыночной власти из-за сокращения рыночной доли.

В итоге фирма становится более уязвимой по отношению к возможным колебаниям в экономике. Мы видим, что переход от максимизации продаж к какой-либо другой цели, требующей сокращения выпуска, наталкивается на очень большие препятствия, ставящие под угрозу положение фирмы в целом на рынке.

Другая модель поведения менеджеров предполагает, что их полезность зависит от прибыли и суммы административных расходов.

Величина прибыли оказывает влияние на положение менеджеров косвенным образом, через выплаты премий и бонусов или через недовольство собственников и сокращение дополнительных денежных поступлений. Прямое влияние на полезность менеджера оказывают административные расходы. Поэтому для менеджеров величины прибыли и административных расходов будут служить в одинаковой степени нормальными благами.

Наконец, целью менеджеров может стать максимизация темпов роста фирмы.

Положение управляющих можно также оценить на основе данных о темпах изменения объема продаж, считая, что чем выше темп роста фирмы, тем лучше работа менеджеров. Именно поэтому стремление к увеличению темпов роста фирмы может рассматриваться в качестве самостоятельной цели управляющих.

Различия поведения фирм, управляемых собственниками и менеджерами, проявляются и в области отношения к риску. Менеджеры, поскольку они распоряжаются чужим капиталом, в большей степени склонны к риску, чем собственники. Поэтому при выборе способов долгосрочного финансирования и долгосрочных инвестиционных проектов они выберут наиболее рискованные варианты. В результате колебания прибыли будут сильнее, а средняя ожидаемая прибыль меньше, чем для фирмы, максимизирующей прибыль.

* 1. Цели работников фирмы

Для работников, владеющих фирмой, целью будет максимизация дохода на одного занятого. Если работники занимают доминирующее положение внутри фирмы (например, владея контрольным пакетом акций), политика фирмы также будет нацелена на максимизацию дохода, получаемого каждым работником фирмы.

В случае доминирования такой цели сохранение занятости и рост доходов одного занятого будут возможными при постоянном наращивании объема выпуска. Рыночные закономерности и в частности закон убывающей предельной отдачи приведут в таких условиях к существующему увеличению затрат на деятельность и существенно более медленному увеличению доходов, что сделает деятельность предприятия бесприбыльной и поставит под угрозу её существование.

Поведение самоуправляющейся фирмы резко отличается от поведения фирм, максимизирующих прибыль. Преобладание таких фирм в экономике могло бы дестабилизировать рыночное равновесие. Равновесие на рынке, где и объем предложения, и объем спроса снижаются с ростом цены, при определенных условиях может оказаться неустойчивым: при отклонении цены от равновесной на систему будут действовать силы, препятствующие возвращению рынка к равновесному состоянию.

* 1. Проблема конфликта интересов собственника и управляющего

Отделение собственности от текущего контроля на крупных корпорациях порождает конфликт интересов между собственниками и управляющими. Мы показали, что цели, выдвигаемые менеджерами в качестве ориентиров деятельности фирмы, могут противоречить интересам собственников (акционеров). Рассмотрим, каким образом проявляется этот конфликт, как он может быть нейтрализован или смягчен, и каковы последствия такого конфликта для фирмы и экономики в целом.

Отделение собственности от контроля и возникновение проблемы означает, что в действительности происходит разделение собственности на несколько компонентов: между владением, реализуемым посредством купли-продажи акций и получением дивидендов, и распоряжением, которое проявляется в текущем функционировании компании. Причем за собственником компании остается функция владения, а за управляющими (особенно верхнего уровня) - функция распоряжения.

Конфликт между интересами собственников и менеджерами углубляется благодаря асимметрии информации. Поскольку управляющие находятся ближе к производству, они располагают большей информацией относительно положения дел фирмы. Они могут, следовательно, искажать предоставляемую собственникам информацию для достижения своей цели. Например, в США получило распространение явление «инфлятирования издержек» (то есть сознательное преувеличение их значений) управляющими для оправдания высоких административных расходов.

3 РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ФИРМЫ

Ни одна национальная экономика не обходится без участия в большей или меньшей степени государства в регулировании экономических процессов.

Государство влияет на экономическую деятельность фирм через систему общегосударственных (общеэкономических) рычагов. Главный способ – обеспечение стабильности инфраструктуры, т.е. банков, денежной системы, коммуникаций, транспорта и др. Без хорошо отлаженной инфраструктуры экономическая деятельность фирм неэффективна, а средства, которые на нее затрачиваются, становятся неоправданно большими.

Другой рычаг – создание и совершенствование правовой основы, регулирующей экономические отношения между частными юридическими лицами.

В зависимости от того, как развивается экономика, государство использует прямые и косвенные субсидии: то косвенно поддерживая предпринимательскую деятельность, то прямо субсидируя предприятия или целые отрасли.

Для интенсификации экономической деятельности государство использует также законы, защищающие право интеллектуальной собственности, и в особенности патенты, которые обеспечивают существенный стимул для помещения средств в НИОКР.

Государственное регулирование также включает: антимонопольное законодательство; определение ограниченных сфер деятельности и выдачу лицензий на нее; регламентирование организационно-правовых форм предпринимательской деятельности; амортизационную политику, систему налогообложения; льготы по инвестициям. К этим же факторам относятся доступность капитала, определяемая фактическим его наличием на рынке финансовых ресурсов и величиной процентных ставок на его использование; максимально возможный масштаб выбранной деятельности.

Развитие фирмы зависит от социально-общественного и экономического развития народного хозяйства. Возрастание роли фирмы как основы хозяйственной деятельности и растущее внимание государства к социальным проблемам в современном обществе ведут к более жесткому взаимодействию между фирмой и государством. Государство, с одной стороны, все больше учитывает интересы фирмы, а с другой – ставит больше задач и устанавливает приоритеты в распределении ресурсов. Нужды общества со временем заставят государство из соображения общественной полезности включать фирму практически в каждое серьезное решение.

Прогресс науки и техники ведет к все большей значимости информации и информационных технологий. Возрастающий удельный вес научных исследований и разработок в деятельности фирмы, все большая численность научного и инженерного персонала повышают роль управленческих решений. В будущем фирма, в целом, будет являться человекоемким институтом и более чем когда-либо зависеть от человеческой фантазии, творчества и инициативы. Сокращение численности рабочих за счет автоматизации должно будет компенсироваться творческим вкладом руководителей, ученых, теоретиков управления и экспертов в области технологии. На передний план управления уже сейчас выдвигается стратегическое планирование как метод обеспечения прибыльности фирмы, что диктуется сокращением жизненного цикла технологии, продуктов производства и спроса.

В сущности, фирма является неотъемлемой частью экономической структуры государства. Государство, в свою очередь, накладывает определенные рамки на ее деятельность в соответствии с действующим законодательством.

 4 КОМПАНИЯ MICROSOFT – КАК ПРИМЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ НА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ

4.1 История появления фирмы

 Фирма Microsoft основана в 1975 году Полом Алленом и Биллом Гейтсом. Они, будучи студентами, прочитали опубликованную 1 января 1975 года в журнале «Popular Electronics» статью о новом персональном компьютере Altair 8800 и разработали для него интерпретатор языка Basic. Через месяц, 1 февраля, было подписано лицензионное соглашение с компанией Micro Instrumentation and Telemetry Systems (MITS), производителем этого ПК, об использовании Basic в составе программного обеспечения для Altair. В этом же году Билл Гейтс в письме к Аллену предложил название для их компании — Micro-Soft (с написанием через дефис).

Свой первый год новая компания, в которой работало три человека, закончила с оборотом $16 005. Сравните это с 2000 годом, в котором доходы корпорации составили 25,3 млрд. долларов, а прибыль — более 7,3 млрд. История развития Microsoft затрагивается в фильме «Пираты Силиконовой долины».

4.2 О компании Microsoft

Название компании расшифровывается как - MICROcomputer SOFTware («программное обеспечение для микрокомпьютеров»).

Корпорация Microsoft является мировым лидером в производстве программного обеспечения, предоставлении услуг и разработке интернет-технологий для персональных компьютеров и серверов.

Корпорация Microsoft разрабатывает и выпускает широкий спектр программных продуктов. В их число входят настольные и сетевые операционные системы, серверные приложения для клиент-серверных сред, настольные бизнес-приложения и офисные приложения для пользователей, интерактивные программы и игры, средства для работы в сети интернет и инструменты разработки. Кроме того, Microsoft предлагает интерактивные (online), услуги, издает книги по компьютерной тематике, производит периферийное оборудование для компьютеров, занимается исследовательской деятельностью и разработкой новых компьютерных технологий. Продукты Microsoft продаются более чем в 80 странах мира, переведены более чем на 45 языков (в том числе — на русский) и совместимы с большинством платформ персональных компьютеров.

С ноября 1992 года в России действует представительство Microsoft (с июля 2004 года — ООО «Майкрософт Рус»), которое занимается продвижением программного обеспечения, развитием партнерской сети, внедрением продуктов, локализацией передовых решений и развитием рынка информационных технологий России.

Сегодня лицензионное программное обеспечение Microsoft используется на сотнях тысяч рабочих мест в России. На основе продуктов Microsoft ведутся проекты по внедрению мощных информационных систем в крупнейших отечественных коммерческих компаниях и государственных организациях.

Microsoft имеет все необходимые программные продукты для реализации концепции Microsoft .NET — надежные и масштабируемые серверные операционные системы и приложения Microsoft являются прекрасной платформой для предоставления интернет-сервисов и организации эффективного бизнеса.

Штаб-квартира компании находится в городе Редмонд. Штат сотрудников корпорации составляет порядка 90 тысяч человек.

4.2.1 Структура корпорации

Компанией управляет совет директоров, состоящий из десяти человек. Эти десять человек избираются на ежегодном заседании акционеров.

Те же, кто не получил большинства голосов, должны подать заявление об отставке, которое впоследствии рассматривается. Для рассмотрения различных вопросов существует 5 комитетов: аудиторский (связан с вопросами аудита), компенсационный (утверждает компенсации работникам компании), финансовый (решение финансовых вопросов), управления и выдвижения (решение различных внутренних вопросов) и антикризисный (прогнозирование и предотвращение кризисов).

4.2.2 Собственники и руководство

Биллу Гейтсу принадлежит 8,7 % акций Microsoft, Стиву Баллмеру — 4,4 %, на других менеджеров корпорации приходится менее 1 %, остальные акции находятся в свободном обращении на бирже NASDAQ: MSFT.

Рыночная капитализация компании на конец мая 2008 года — $262,6 млрд.

NASDAQ (сокр. от англ. National Association of Securities Dealers Automated Quotation — Автоматизированные котировки Национальной ассоциации дилеров по ценным бумагам) — американский внебиржевой рынок, специализирующийся на акциях высокотехнологичных компаний (производство электроники, программного обеспечения и т. п.).

4.3 Деятельность компании Microsoft

4.3.1 Продукция Microsoft

Производит операционные системы семейства Windows, офисные приложения семейства Microsoft Office, комплекты серверных программ, игры, мультимедийную продукцию, средства разработки программ, а также игровые консоли Xbox. Ведет политику активной скупки перспективных компаний — разработчиков программного обеспечения. В частности, в результате поглощения компаний Navision, Solomon, Great Plains в ассортименте Microsoft появилось новое крупное направление Microsoft Dynamics (ранее называлось Microsoft Business Solutions). В России представлены три решения этого направления: ERP-системы Axapta, Navision и система управления отношениями — Microsoft Dynamics CRM.

4.3.2 Показатели деятельности

Штат насчитывал в 2004 году 57 000 сотрудников.

Выручка компании за 2006 финансовый год — $44,3 млрд., чистая прибыль — $12,6 млрд.

Выручка корпорации в 2008 финансовом году — $60,4 млрд., операционная прибыль — $22,5 млрд., чистая прибыль — $17,7 млрд.

4.3.3 Бизнес-культура

Microsoft часто характеризуют тем, что её бизнес-культура построена вокруг разработчиков.

Огромное количество денег и времени каждый год тратится на рекрутинг молодых разработчиков ПО, обученных в университетах, и содержание их в компании.

К примеру, в то время как многие компании по разработке ПО помещают своих разработчиков в тесных офисах, Microsoft предоставляет частный или почти частный офис каждому разработчику или паре разработчиков. Также ключевые решения на всех уровнях принимают разработчики или бывшие разработчики.

В Компании распространён принцип «Ешь еду своей собаки» (dogfooding), который можно определить как использование последних продуктов Microsoft внутри самой компании, чтобы протестировать их в реалистичных условиях]. В качестве «собачьей еды» используются только неготовые версии программ.

Компания также известна своими нестандартными методами на собеседовании при приёме на работу. К примеру, могут быть заданы нетривиальные вопросы типа «Почему крышки от люков круглые?».

 Многие организации позаимствовали такой подход, хотя сейчас он встречается гораздо реже, чем в прошлом.

4.3.4 Благотворительность

В США Microsoft финансирует несколько государственных политических институтов, в частности American Enterprise Institute, Cato Institute, Центр стратегических и международных исследований и фонд «Наследие». В разных странах мира, в том числе в России, действует программа Microsoft Software Donation, направленная, на бесплатное предоставление программного обеспечения неправительственным организациям (также называемым некоммерческими организациями или NGO).

С января 2008 года совместно с компанией Dell проводится благотворительный проект, направленный на борьбу с ВИЧ в странах Африки. Выпущена версия ноутбука XPS, с продажи которого перечисляется по 50 долларов в специальный Фонд борьбы с указанным заболеванием.

4.3.5 GLEAM

Компания Microsoft активно поддерживает представителей нетрадиционной сексуальной ориентации, 15 лет существует соответствующий внутрикорпоративный профсоюз GLEAM (Gay, Lesbian, Bisexual and Transgender Employees at Microsoft), в состав которого входит более 700 членов.

4.4 Подразделения в компании Microsoft

4.4.1 Подразделение платформенных продуктов и услуг

Это подразделение производит главное детище компании — семейство операционных систем Windows. За время существования компании было выпущено несколько версий графических оболочек для DOS — Windows 3.1, Windows 95, Windows 98, Windows ME (оболочкой над DOS была только Windows 3.1, а Windows 4.x (95—ME) наследовали старый 16-разрядный код). А также полноценных операционных систем «серии» NT (читается как эн-ти́): Windows NT 4 — наиболее распространённая версия, продвигаемая под брендом NT, имела 6 номерных пакетов обновлений — service pack; Windows 2000 (Windows NT 5.0), Windows XP (Windows NT 5.1), Windows Server 2003 (Windows NT 5.2). В

Вышедшая в начале 2007 года ОС Windows Vista (Windows NT 6) только начинает свои робкие (по сравнению с Windows XP) шаги на рынке, наряду с серверной версией Windows Server 2008. В мире большинство персональных компьютеров для покупателей (конечных пользователей) продаётся с предустановленной копией какой-либо Windows NT. Наиболее распространённая на данный момент — Windows XP. Также сейчас находится в активной разработке Windows Seven (бывшая «Windows Vienna», Windows NT 6.1) использующая абсолютно новый подход к пользовательскому интерфейсу.

Также в это подразделение входит интернет-сервис MSN, станция кабельного телевидения MSNBC и интернет-магазин Microsoft Slate. В 1997 году Microsoft приобрела Hotmail, который был переименован в «Microsoft Hotmail». В 1999 году была представлена программа для мгновенного обмена сообщениями MSN Messenger, чтобы конкурировать с популярным интернет-пейджером AOL Instant Messenger.

Microsoft Visual Studio является набором утилит для программирования и компиляторов. Этот набор программ ориентирован на графический интерфейс и использует сторонние библиотеки Microsoft. Последняя версия была выпущена в 2008 году.

Ещё Microsoft предлагает серверные программы, продаваемые под названием Windows Server System. Главной частью является Windows Server 2003 — операционная система для сетевых серверов. Другой важной программой этого набора является System Management Server — собрание утилит для различных серверных операций, таких как удалённый контроль и др.

4.4.2 Бизнес-подразделение

Главной задачей этого подразделения является разработка финансовых и бизнес-приложений для различных компаний. Оно выпускает Microsoft Office — линейку офисных приложений компании, в которую входят: Word (Текстовый процессор), Access (Управление базами данных), Excel (Создание электронных таблиц), Outlook (Работа с электронной почтой и службами коллективного доступа, такими как Microsoft Exchange), PowerPoint (Работа с презентациями), Microsoft FrontPage (HTML редактор).

4.4.2 Подразделение развлечений и устройств

Microsoft постоянно продвигает бренд Windows на другие рынки. Примерами этого продвижения могут служить Windows CE для КПК и создание смартфонов под управлением ОС Windows Mobile.

4.5 ООО «Майкрософт Рус»

Microsoft Россия (с 2004 года официально зарегистрировано как ООО «Майкрософт Рус») — представительство корпорации Microsoft в России. Основные функции представительства — продвижение программного обеспечения, развитие партнёрской сети, внедрение продуктов, локализация передовых решений и развитие российского рынка информационных технологий.

Действует с ноября 1992 года. В мае 2009 года в представительстве работало 1000 человек, из них 700 человек состоят в штате компании «Майкрософт Рус», остальные 300 — сотрудники компании Manpower, занимающейся аутстаффингом. ( Аутстаффинг — привлечение компанией внештатного специалиста (фрилансера), имеющего соответствующие знания, профессиональные навыки и опыт на время выполнения определённого проекта, а также с целью уклонения от соблюдения требований трудового законодательства)

Представительство не раскрывает выручку от продаж в России, но, по данным «Коммерсант-Ъ», в 2008 финансовом году она превысила 1 млрд. долл.

Офисы «Microsoft Рус» открыты в крупнейших городах России, в том числе и в Челябинске.

5 ноября 2009 года в Москве официально начал работу технологический центр Microsoft, о котором впервые было заявлено в январе 2009 года. Центр предназначен для моделирования и демонстраций отраслевых решений, разработанных партнёрами корпорации.

Общие инвестиции в центр уже составили 300 млн. руб., а в ближайшие 3 года превысят 500 млн. руб.

4.6 Проблемы компании

В последнее время компания стала ответчицей в исках антимонопольной комиссии ЕС и конкурентов. В итоге компания выпустила такой продукт, как Windows N без Windows Media Player, который считается бесплатным дополнением к дистрибутиву Windows.

В марте 2004 года Еврокомиссия признала американскую компанию виновной в использовании своего доминирующего положения на европейском рынке программного обеспечения и наложила на компанию штраф в размере 497 млн. евро, потребовав от Microsoft предоставить сторонним разработчикам информацию о своих продуктах, чтобы они смогли беспрепятственно выпускать совместимые программы. После того, как Microsoft не подчинилась данному решению, в июле 2006 года она вновь была оштрафована — на этот раз на 280,5 млн. евро, после чего исполнила решение Еврокомиссии.

13 декабря 2007 года норвежская компания Opera Software ASA, разработчик веб-браузера Opera, заявила, что подала жалобу на Microsoft в Еврокомиссию. В жалобе Opera Software просит Microsoft дать пользователям «по-настоящему выбирать» браузер, поставляя с Windows браузеры конкурентов или отделив Internet Explorer от основной поставки. Кроме того, компания требует встроить поддержку открытых веб-стандартов в Internet Explorer.

27 февраля 2008 года европейские чиновники посчитали, что американский монополист всё равно запрашивает с конкурентов «необоснованно высокую плату за доступ к документам, описывающим работу серверных систем для коллективной работы», за что Microsoft была оштрафована ещё на 899 млн. евро (это была крупнейшая на то время сумма штрафа, наложенная Еврокомиссией на отдельную компанию).

В июле 2008 года Microsoft попросила Евросоюз аннулировать штраф в 1,35 млрд. долларов, наложенный властями за невыполнение условий антимонопольного распоряжения 2004 года. Microsoft назвала штраф «чрезмерным и непропорциональным» и заявила, что Европейская комиссия сделала множество ошибок при расчете штрафа.

В пятницу 16 января 2009 года Еврокомиссия предъявила корпорации Microsoft новые обвинения в нарушении антимонопольного законодательства. Еврокомиссия считает, что Microsoft нарушает закон о конкуренции, поставляя операционную систему Windows вместе со встроенным браузером Internet Explorer: «сложившаяся ситуация нарушает конкуренцию среди создателей интернет-браузеров, мешает усовершенствованию программного обеспечения, а также значительно сужает выбор пользователя.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были рассмотрены основные понятия фирмы, ее концепции. Изучена внутренняя структура фирмы, основные цели, рассмотрен вопрос о государственной роли в деятельности фирм, а также изучена деятельность фирмы Microsoft.

В целом по результатам работы можно сделать следующие выводы:

1. Фирма - один из основных институтов современной экономической системы, представляющий собой, прежде всего обособленный субъект экономической деятельности, осуществляющий свои функции во внешней экономической среде, и имеющий ряд отличительных особенностей.

2. Каждая из моделей фирмы и каждый подход к определению сущности фирмы помогают понять значимые стороны функционирования современной фирмы, те ее стороны, которые не в состоянии объяснить традиционная микроэкономическая теория.

3. Фирма представляет собой сложное экономическое образование с большим разнообразием целей, вызванных усложнением субъектов собственности, которые могут порождать конфликты внутри фирмы.

 4. Фирма является неотъемлемой частью экономической структуры государства, которое в свою очередь регулирует деятельность фирмы с помощью определенных общегосударственных (общеэкономических) рычагов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1Авдашева, С.Б. Теория организации отраслевых рынков: Учебник / С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова. - М.: Магистр, 1998. - 311 с.

2 Коуз, Р. Природа фирмы / Фирма рынок и право. Р. Коуз. - М.: Дело, 1993. - 192 с.

1. Розанова, Н.М. Эволюция взглядов на природу фирмы // Вопросы экономики. Н.М. Розанова. – М.: 2002. №1 - 50-67 с.
2. Войтов, А.Г. Экономика. Общий курс: Учебник / А.Г. Войотов. - М.: Маркетинг, 2002 –164 с.
3. Райзенберга, Б.А. Курс экономики: Учебник / Б.А. Райзенберга. – М.: ИНФРА-М, 2004 – 716 с.
4. Байе, М.Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса: Учебник / М.Р. Байе. - М.: 1999. – 320 с.

7 www.microsoft.com/rus