**Федеральное агентство по образованию**

**Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования**

**«Восточно - Сибирский государственный технологический университет»**

**(ГОУ ВПО ВСГТУ)**

Кафедра

«Экономическая теория, национальная и мировая экономика»

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

по дисциплине «Экономическая теория»

на тему: «Фирма. Условия равновесия»»

**Выполнил:**

**Проверил:**

*Улан-Удэ-2010*

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Понятие фирмы. Природа фирмы.

[2. Условия равновесия:](#_Toc180142694)

[2.1.Поведение фирмы в краткосрочном периоде и ее равновесие.](#_Toc180142697)

[2.2.Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.](#_Toc180142699)

[Список источников информации](#_Toc180142703)

1. **Понятие фирмы. Природа фирмы.**

В хозяйственной практике термин «фирма» используют для обозначения образований, ведущих коммерческую деятельность. Рассматривая фирму в таком аспекте, ее можно определить как хозяйственную единицу, обладающую обособленным имуществом и оформленными правилами, позволяющими ей осуществлять хозяйственную деятельность под свою имущественную ответственность. Фирма – сложное экономическое явление [6 с.127].

В тоже время фирма является одним из основных элементов рыночного хозяйства.

Под фирмой (firm) понимается экономический субъект, который занимается производственной деятельностью и обладает хозяйственной самостоятельностью (в принятии решений о том, что, как и в каких размерах производить, где, кому и по какой цене продавать свою продукцию). Фирма объединяет ресурсы для производства определенных экономических благ с целью максимизации прибыли [8 с.183].

Фирмы базируются на иерархическом принципе организации экономической деятельности. Рынок предполагает обособление средств производства, фирма – их концентрацию. В условиях рынка господствуют косвенные методы контроля, на фирме – прямые. Рынок исключает диктат, он основывается на экономических стимулах; фирма, наоборот, предполагает единоначалие, основывается на административных формах управления. «Фирма, таки образом, - писал Р.Коуз, - есть система отношений, возникающих, когда направление ресурсов начинает зависеть от предпринимателя» [2 с.38].

Почему же возникают фирмы?

С одной стороны, считается, что фирма – это итог развития кооперации и разделения труда, основанных на системе машин (К.Маркс), с другой стороны, фирма – это результат минимизации риска и неопределенности (Ф.Найт), с третьей стороны – фирма появляется в результате необходимости уменьшения трансакционных издержек (Р.Коуз, О.Уильямсон).

Согласно Р. Коузу и его последователям, основу фирмы составляет пучок контактов между владельцами определенных факторов производства.

Существует три основных типа контрактов:

1. Классический – это двусторонний контракт, основанный на существующих юридических правилах, четко фиксирующий условия сделки и предполагающий санкции в случае невыполнения этих условий. Он предполагает, что отношения сторон четко определены и прекращаются после выполнения условий сделки.
2. Неоклассический – это долгосрочный контракт в условиях неопределенности, когда невозможно заранее предвидеть все последствия заключаемой сделки. Он скорее напоминает договор о принципах сотрудничества, чем строгий юридический документ, предусматривающий все без исключения ситуации, которые могут появиться в будущем.
3. Отношенческий или имплицитный – это долгосрочный взаимовыгодный контракт, в котором неформальные условия преобладают над формальными. Его выполнение гарантируется взаимной заинтересованностью участвующих сторон.

Таким образом, под фирмой понимается коалиция владельцев факторов производства, связанных между собой сетью контрактов, в результате чего достигается минимизация трансакционных издержек. Система контрактов заключается между владельцами определенных ресурсов.

Определяются три группы ресурсов:

1. Общие – это ресурсы, ценность которых не зависит от нахождения в данной фирме: внутри и вне её они оцениваются одинаково.
2. Специфические – это ресурсы, ценность которых внутри фирмы выше, чем вне её.
3. Интерспецифические - это взаимодополняемые, взаимоуникальные ресурсы, максимальная ценность которых достигается только в данной фирме и посредством неё.

Следовательно, фирма выступает не просто как коалиция владельцев ресурсов, связанных между собой сетью контрактов. Это объединение, в основе которого лежит отношенческий (имплицитный) контракт по поводу интерспецифических ресурсов. Наличие таких ресурсов дает синергетический эффект, превышающий простую сумму вкладов каждого участника коалиции. Естественно, фирма использует не только интерспецифические ресурсы, но и другие ресурсы: специфические и общие. Таким образом, сердцевину фирмы составляет долговременный отношенческий контракт, заключенный между соственниками интерспецифических ресурсов. Наличие интерспецифических и специфических ресурсов в фирме позволяет экономить трансакционные издержки, а их владельцам – получать экономическую прибыль (квазиренту).

Именно такая трактовка природы фирмы позволяет объяснить многообразие форм современных фирм.

Рыночная структура, или специфическая конкурентная ситуация, оказывает доминирующее влияние на поведение фирмы и выбор ею рыночной стратегии и тактики. Поведение фирмы, в свою очередь, напрямую связано с основополагающими показателями результатов ее деятельности: ценой, прибылью, эффективностью. Поведение и результативность фирмы не могут не сказаться на функционировании и преуспевании всей отрасли, а состояние последней влияет на национальную экономику в целом. Таким образом, в силу высокой степени взаимообусловленности контрагентов в рыночной экономике организация, или структура рынка, имеет принципиальное значение не только для микро-, но и для макроэкономики.

Данный тезис можно изобразить в виде условной логической схемы: Структура рынка – поведение фирмы – преуспевание фирмы – преуспевание отрасли – преуспевание национальной экономики.

Структура рынка в той или иной стране может быть достаточно сложной и, более того, включать даже нерыночные элементы. Вместе с тем в ней присутствуют характерные принципиальные черты, позволяющие провести классификацию. В современной экономической теории принято выделять четыре типа рыночной структуры: совершенную конкуренцию, монополистическую конкуренцию, олигополию и чистую монополию. Первая и последняя модели представляют собой два противоположных полюса, две крайности, между которыми расположены промежуточные формы монополистической конкуренции и олигополии, называемые несовершенной конкуренцией. Строго говоря, монополия также относится к несовершенной конкуренции, хотя некоторые исследователи расценивают ее как отсутствие конкуренции вообще.

**2. Условия равновесия**

**2.1. Поведение фирмы в краткосрочном периоде и ее равновесие**

*Спрос на продукцию фирмы.* Если фирма является ценополучателем, она может продать по рыночной цене любое количество продукции. В любом случае ее поставки на рынок не изменят принципиально общий объем отраслевого предложения. Продавать дешевле нет смысла, если можно все продать по данной рынком цене. Продавать дороже фирма не сможет: в этом случае спрос на ее продукцию сразу же упадет до нуля, ведь потребители с легкостью могут купить такие же товары у других производителей по рыночной цене. Таким образом, рынок примет продукцию фирмы только по рыночной цене. В связи с этим кривая спроса на продукцию фирмы будет представлять собой горизонтальную прямую, отстоящую от горизонтальной оси на высоту равную рыночной цене продукта.

 P

 D

 Р1

0 Q

Рис. 1. Кривая спроса на продукцию фирмы [9 с.104].

Интересно отметить, что эта же прямая будет одновременно и графиком среднего и предельного доходов фирмы. С каждой новой единицей проданного продукта доход фирмы будет возрастать на величину, равную цене этого продукта. Средний доход, приходящийся на единицу продукта, также будет равен его цене. Таким образом, D = MR = AR.

 Р

T

 Р1

 D = MR = AR

 0 Q1 Q

Рис. 2. Совокупный доход (0P1 TQ1) [9 с.105]

Что касается совокупного дохода фирмы, то его легко можно подсчитать по формуле: P \* Q. Графически величину совокупного дохода можно либо проиллюстрировать на примере прямоугольника 0P1 TQ1 на рис. 2, либо изобразить как особую кривую (рис. 3). В условиях совершенной конкуренции кривая совокупного дохода есть прямая линия, проходящая через начало координат.

 TR

 TR

 Q

Рис. 3. Кривая совокупного дохода фирмы [9 с.106].

*Предложение фирмы.* В краткосрочном периоде кривая предложения фирмы определяется ее кривой предельных издержек. Поскольку в силу убывания предельной производительности предельные издержки растут по мере увеличения объема производства, нужна более высокая цена на продукт, чтобы побудить производителя наращивать производство. Поэтому кривая предложения будет иметь восходящий вид.

 MC = S

P S

 0 G

 Рис. 4. Кривая предложения фирмы [9 с.106].

*Равновесие фирмы в краткосрочном периоде.* Пересечение кривых спроса и предложения покажет равновесие фирмы. Остановимся на сравнении графиков равновесия отрасли и равновесия фирмы. Нетрудно заметить, что, помимо различий в масштабах производства, эти графики отличаются наклоном кривой спроса (рис. 5 и 6) [9 с.107].

P S

 S = MC

 E Pe E’ D = MR = AR

 Pe

 D

 0 Q (тыс. шт.) Qe Q (шт.)

Рис. 5. Равновесие отрасли. Рис. 6. Равновесие фирмы.

При анализе поведения фирмы используется важное теоретическое допущение, что производитель ведет себя рационально. Принцип рациональности поведения производителя аналогичен принципу, используемому потребителем. Полезный результат (в данном случае это прибыль производителя) достигается, когда предельный выигрыш от производства еще одной единицы продукта превышает предельные затраты на производство этой дополнительной единицы. Положительная разница между предельным доходом и предельными издержками составит предельную прибыль фирмы.

Другими словами, производитель будет наращивать объем производства до тех пор, пока его предельный доход не сравняется с предельными издержками. В случае когда MR = MC, производитель уже не может ничего более прибавить к своей прибыли и размер последней достигает своего максимума. Если продолжать производство далее, то предельный доход окажется меньше придельных издержек, а прибыль начнет падать.

Следовательно, МР = МС является условием максимизации прибыли, а точка пересечения кривых МР и МС является точкой равновесия фирмы. Поскольку при совершенной конкуренции Р = М R, можно записать, что фирма максимизирует прибыль при Р = МС, это обеспечивает аллокативную эффективность (ресурсы распределяются соответственно общественным потребностям).

Равновесие фирмы характеризуется равновесной ценой РЕ и равновесным объемом производства QE, при которых прибыль фирмы достигает максимума.

Сопоставление предельного дохода (MR) с предельными издержками (MC) можно осуществить и непосредственно (рис.7). Производство следует продолжать до точки пересечения кривой предельных издержек с уровнем цен (MC=Р). Поскольку в условиях совершенной конкуренции цена складывается независимо от фирмы и воспринимается как заданная, фирма может увеличивать производство до тех пор, пока предельные издержки не сравняются с их ценой. Если МС<Р, то производство можно увеличивать, если МС>Р, то такое производство осуществляется в убыток и его следует прекратить. На рис.7 общий доход (TR=PQ) равен площади прямоугольника 0MKN. Общие издержки ТС равны площади 0RSN, максимум общей прибыли (πmax = TR – TC) представляет площадь прямоугольника MRSK.

Количество Q

0

 Y

 M

 R

 C,P

Издержки и цена

 N1 N

 U K

S

 V

MC – предельные издержки

AVC – средние переменные издержки

ATC – средние общие издержки

 Рис.7.

Рис.7. Издержки и прибыль конкурентной фирмы в краткосрочном периоде

В условиях краткосрочного равновесия можно выделить четыре типа фирм. Та фирма, которой удается покрывать лишь средние переменные издержки (AVC=P), называется **предельной** фирмой. Такой фирме удается быть «на плаву» лишь недолгое время (краткосрочный период). В случае повышения цен она может покрыть не только текущие (средние переменные издержки), но и все издержки (средние общие издержки), т.е. получать нормальную прибыль (как обычная допредельная фирма, где ATC=Р).

В случае снижения цен она перестанет быть конкурентноспособной, так как не может покрывать даже текущие издержки и вынуждена будет покинуть отрасль, оказавшись за её пределами (запредельная фирма, где AVC>Р). Если цена больше средних общих издержек (ACV<Р), то фирма наряду с нормальной прибылью получает сверхприбыль.

**2.2. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде**

Если типичная фирма в отрасли получает экономическую прибыль, то в долгосрочном периоде это привлечет в отрасль новые капиталы, откроются новые фирмы, а существующие в отрасли предприятия будут расширять производство.

Если в краткосрочном периоде фирма терпит убытки, но получает операционную прибыль, то рациональным долгосрочным решением было бы сокращение объема производства и последующий уход из отрасли. Естественно, таким же будет долгосрочное решение и при убытках, равных величине фиксированных издержек, т.е. когда нет операционной прибыли в краткосрочном периоде. В таком случае и краткосрочное и долгосрочное решение будет однозначным: закрыть производство.

Подобные решения принимает не единичная фирма, а все их множество. В результате массовых аналогичных, хотя и не согласованных друг с другом, действий рынок преодолевает экстремальные ситуации убыточного и сверхприбыльного производства, и все возвращается «на круги своя», т.е. к условиям получения всеми только нормальной прибыли. Это происходит следующим образом. Если сверхнормальная прибыль побуждает предприятия расширять производство и привлекает в отрасль новые фирмы, растут масштабы отраслевого производства и предложения. Кривая предложения отрасли сдвигается вправо, что ведет к понижению рыночной цены. Если цена опускается до такого уровня, что фирмы принимают решение закрыть производство и покинуть отрасль, отраслевое предложение сокращается и при прежней величине отраслевого спроса это приведет к повышению цены. Такие процессы будут протекать до тех пор, пока цена не установится на уровне, достаточном лишь для получения всеми фирмами отрасли нормальной прибыли. Этот механизм характеризует «невидимую руку рынка», о которой говорил Смит. Свободная конкуренция выравнивает позиции всех производителей и обеспечивает им только нормальную прибыль (в долгосрочном периоде).

P M1

 SRMC

P1 SRAC SRMC

 M2 LRAC

 SRAC E

Pe

0 Q

Q1 Qe

M1 – масштаб производства 1

M2 – масштаб производства 2

В точке Е Р = LRAC = SRMC = SRAC

Рис. 8. Равновесие конкурентной фирмы в долгосрочном периоде[9 с.113]

Одновременно данная цена будет и равновесной ценой рынка (фирмы не приходят в отрасль и не выходят из нее). В точке долгосрочного равновесия фирма имеет наиболее эффективные масштабы производства, и минимизируют долгосрочные средние издержки. Равенство Р = LRACmin характеризует так называемую производственную эффективность фирмы.

Масштаб производства может иметь положительные и отрицательные последствия для фирмы. Эффект масштаба может, в свою очередь, быть внутренним и внешним. Внутренний эффект масштаба обусловлен изменением размеров производства самой фирмы. Внешний эффект масштаба для фирмы связан не с ее собственным уровнем производства, а с отраслевым. Так, если отрасль расширяется, сокращается и цена, а значит, долгосрочные средние издержки фирмы падают. Для фирмы это означает внешний положительный эффект масштаба.

**СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ**

1. Журавлева Г.П. Экономика: учебник/ Г.П. Журавлева.- М.: Экономистъ, –2005.
2. Конкуренция и антимонопольное регулирование / Авдашева С.Б., Аронин В.А., Ахполов И.К. и др. – М.: Логос, 1999. – 368 с.
3. Курс экономической теории / Под ред. Чепурина М.Н., Киселевой Е.А. – Киров: АСА, - 2003. – 752 с.
4. Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник для студентов вузов/ под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова, 2-е изд.- М.: ИТД « КноРус», « Издательство ГНОМ и Д», – 2001
5. Микроэкономика. Учебники МГУ им. М. В. Ломоносова / Под ред. А. В. Сидоровича. – М.: ДИС, 2002.
6. Микроэкономика. Учебник / Под ред. Е. Строганова, И. Андреева. – М.: Питер, 2002
7. Носова С.С. Экономическая теория: Краткий курс: Уч. пособие для студ. высших уч. заведений.- М.: Гуманит. изд. Центр ВЛАДОС, – 2003.
8. Нуреев Р.М. «Курс микроэкономики» М., 2002г.
9. Основы микроэкономики: Учеб. Пособие для вузов/ Под ред. проф. И.П. Николаевой.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, – 2001.
10. Основы предпринимательской деятельности: Экономическая теория: Учебное пособие/ Под ред. В.М. Власовой.- М.: Финансы и статистика, – 2000.
11. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия// Мировая экономика и международные отношения.1989. №12
12. Коуз Р. «Фирма рынок и право», М.: Дело ЛТД, 1993.