

# МИКРОЭКОНОМИКА

Организация бизнеса, рынки и  
измерение рыночной власти





## Цели:

- Объяснить понятие фирмы и описать экономические проблемы, с которыми сталкиваются все фирмы
- Объяснить разницу между технологической эффективностью и экономической эффективностью
- Определить и объяснить проблему «принципал-агент» и объяснить, как различные типы организации бизнеса решают эту проблему
- Описать и отличить различные типы рынков, на которых оперируют рынки
- Объяснить почему рынки координируют одни экономические действия, а фирмы координируют другие.

## Вопрос лекции:

1. Типы организации бизнеса
2. Различные типы конкуренции
3. Почему рынки координируют одни экономические действия, а фирмы координируют другие.

## Основные понятия

### 1. Информация и Организация

- Виды организации бизнеса

Существует три вида организации бизнеса:

- Частный бизнес
- Партнерство
- Корпорация

- Частный бизнес

Частный бизнес – это фирма с одним владельцем, который имеет неограниченные обязательства, или юридическую ответственность за все долги, взятые фирмой, и до конца жизни самого владельца бизнеса. Частный предприниматель также принимает решения и получает прибыль фирмы.

Прибыль фирмы облагается налогом таким же, как и доход предпринимателя.

- Партнерство

Партнерство – это фирма, которая имеет двух и более владельцев, и все они несут неограниченные обязательства.

Партнеры должны соглашаться с структурой управления и с разделением прибыли среди владельцев.

Прибыль компании облагается таким же налогом, как и доходы отдельных владельцев.

- Корпорация

Корпорация принадлежит одному или нескольким владельцам акций компании, и владельцы имеют ограниченные обязательства, что означает, что эти владельцы несут юридическую ответственность только за их первоначальные инвестиции.

Личное благосостояние владельцев не оказывается под риском, если компания банкротится.

Прибыль компании облагается налогом дважды: сначала корпоративным налогом с прибыли компании, и потом персональным налогом облагаются владельцы за доход, выплаченный компанией в качестве дивидендов.

- Преимущества и недостатки типов организации бизнеса

Каждый тип организации бизнеса имеет преимущества и недостатки.

Следующая таблица показывает преимущества (Pros) и недостатки (Cons) для каждого типа бизнеса, а чуть позже мы их опишем.



TABLE 10.4 The Pros and Cons of Different Types of Firms

Type of Firm	Pros	Cons
Proprietorship	<ul style="list-style-type: none"><li>Easy to set up</li><li>Simple decision making</li><li>Profits taxed only once as owner's income</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Bad decisions not checked; no need for consensus</li><li>Owner's entire wealth at risk</li><li>Firm dies with owner</li><li>Cost of capital and labor is high relative to that of a corporation</li></ul>
Partnership	<ul style="list-style-type: none"><li>Easy to set up</li><li>Diversified decision making</li><li>Can survive withdrawal of partner</li><li>Profits taxed only once as owners' incomes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Achieving consensus may be slow and expensive</li><li>Owners' entire wealth at risk</li><li>Withdrawal of partner may create capital shortage</li><li>Cost of capital and labor is high relative to that of a corporation</li></ul>
Corporation	<ul style="list-style-type: none"><li>Owners have limited liability</li><li>Large-scale, low-cost capital available</li><li>Professional management not restricted by ability of owners</li><li>Perpetual life</li><li>Long-term labor contracts cut labor costs</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Complex management structure can make decisions slow and expensive</li><li>Retained profits taxed twice: as company profit and as stockholders' capital gains</li></ul>

### Частные предприниматели

- Легко создать бизнес
- Управленческие решения просты
- Прибыль облагается налогом как от дохода предпринимателя
- Но плохие решения предпринимателя не контролируются
- Благополучие владельца может быть в опасности
- Фирма умирает вместе с владельцем
- Стоимость капитала и труда может быть большой

### Партнерство

- Легко создать
- Использует диверсионный подход к управлению
- Может выжить даже если какой-то партнер выбыл
- Налог облагается только однажды
- Но найти согласие между партнерами не всегда удастся
- Первоначальная собственность фирмы находится под риском
- Капитал очень дорогой

### Корпорация

- Ограниченные обязательства для владельцев корпорации
- Масштабный и низко стоимостной капитал более доступен
- Профессиональное управление
- Низкие затраты на долгосрочные контракты
- Но сложная структура управления может привести к медленной работе и дороговизне
- Прибыль облагается налогом дважды – как корпоративная прибыль и как доход владельцев компании.

## 2. Рынки и конкуренция

Экономисты определяют четыре типа рынков:

- Совершенная конкуренция
- Монополистическая конкуренция



- Олигополия
- Монополия



Примеры: мировые рынки пшеницы, зерна и других злаков

Совершенная конкуренция – это рыночная структура со следующими характеристиками :

- Много фирм
- Каждый продает идентичный товар
- Много покупателей
- Нет барьеров для входа фирмы в отрасль
- Обе стороны, покупатели и фирмы хорошо информированы о ценах и продуктах всех фирм в отрасли.

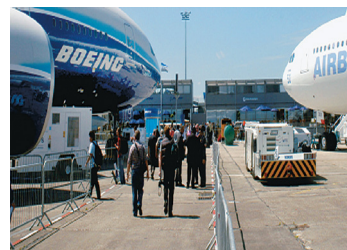


Монополистическая конкуренция – это рыночная структура со следующими характеристиками:

- Много фирм
- Каждый продает похожий, но несколько отличающийся продукт – так называемый дифференцированный продукт
- Каждая фирма имеет небольшую рыночную долю и небольшую рыночную власть
- Нет барьеров для входа новых фирм в отрасль

Олигополия – это рыночная структура, в которой:

- Небольшое количество фирм на рынке.
- Все фирмы могут производить идентичный или дифференцированный продукт.
- Существуют барьеры для входа других фирм на рынок.



Монополия – это рыночная структура, в которой:

- Одна только фирма производит продукт, и эта фирма является отраслью.
- Не существует близких заменителей продукта.
- Имеются большие барьеры, которые защищают фирму от конкуренции других фирм, желающих войти на рынок.

### 3. Измерения концентрации рынков

Экономисты используют два метода измерения концентрации:

Коэффициент концентрации 4-х больших фирм (Concentration ratio 4 – CR4)

Индекс Херфиндаля-Хиршмана ( Herfindahl–Hirschman index – HHI)

Чем больше значение рыночной концентрации, тем меньше конкуренция, которая существует в отрасли.

- Коэффициент концентрации 4 больших фирм

Коэффициент концентрации 4 больших фирм – это процент продаж четырех больших фирм в отрасли от продаж всей отрасли.

$$CR4 = ( S1 + S2 + S3 + S4) / ( S1 + S2 + S3 \dots + Sn) * 100 \%$$

Если  $CR4 < 60\%$ , то отрасль считается конкурентной.

Если  $CR4 > 60\%$ , то отрасль считается сверх концентрированной.



Следующая таблица показывает два примера вычисления CR4.

**TABLE 10.5** Calculating the Four-Firm Concentration Ratio

Tire makers		Printers	
Firm	Sales (millions of dollars)	Firm	Sales (millions of dollars)
Top, Inc.	200	Fran's	2.5
ABC, Inc.	250	Ned's	2.0
Big, Inc.	150	Tom's	1.8
XYZ, Inc.	100	Jill's	1.7
Largest 4 firms	700	Largest 4 firms	8.0
Other 10 firms	175	Other 1,000 firms	1,592.0
Industry	875	Industry	1,600.0

**Four-firm concentration ratios:**

Tire makers:  $\frac{700}{875} \times 100 = 80$  percent

Printers:  $\frac{8}{1,600} \times 100 = 0.5$  percent

Как видно из таблицы, отрасль производства принтеров имеет  $CR4 = 0.5\%$ , и является конкурентной, А отрасль производства шин для автомобилей является высококонцентрированной, так как  $CR4 = 80\%$ .

- Индекс Херфиндаля – Хиршмана

Индекс Херфиндаля – Хиршмана (НИ) – это сумма рыночных долей продаж фирм в квадрате в процентном выражении для больших 50 фирм в отрасли.

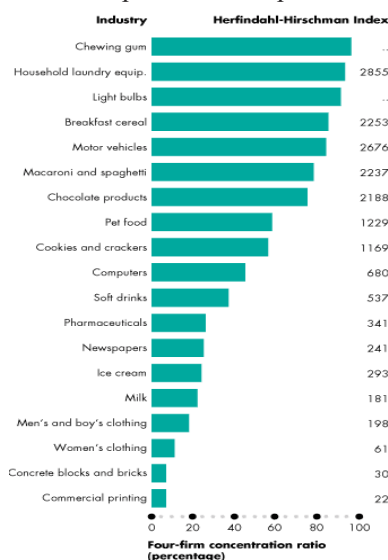
Например, если имеются 4 большие фирмы в отрасли, и рыночные доли их продаж составляют соответственно 50 %, 25 %, 15 %, и 10 %, то

$$НИ = 50^2 + 25^2 + 15^2 + 10^2 = 3,450$$

Измерение концентрации рынка является полезным индикатором для определения степени конкуренции на рынке.

- Рынок с НИ меньше чем 1,000 относится к высококонкурентному рынку.
- Рынок с НИ между 1,000 и 1,800 относится к средне-конкурентному рынку.
- Рынок с НИ больше чем 1,800 относится к неконкурентному рынку с большой концентрацией рыночной власти.

Эти измерения концентрации рынка используются для рынков США. Следующий рисунок показывает коэффициенты концентрации CR4 и НИ для различных отраслей Америки



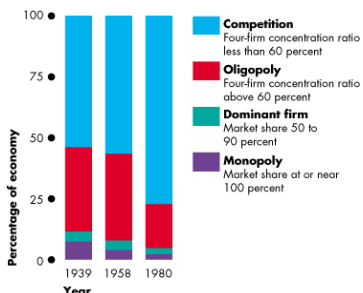
По горизонтальной оси расположены значения коэффициента CR4, а по вертикальной оси справа показаны значения НИ.



- Ограничения для измерения концентрации

Основные ограничения, которые существуют для измерения концентрации, связаны с рыночной структурой. Это:

- Географический масштаб рынка
- Барьеры для входа и рыночный оборот продаж
- Соотношение между рынком и отраслью



Например, следующий рисунок показывает распределение рыночных структур в Северной Америке. И как видно из рисунка, экономика США в основном конкурентная. Более 75% составляют конкурентные фирмы в 1980 году, и CR4 меньше чем 60%.

Рыночная структура экономики США

Рисунок показывает распределение рыночных структур в Северной Америке.

Экономика в основном конкурентна.

#### 4. Координация фирм

Чтобы производить товары и услуги, факторы производства должны быть наняты, и они должны быть скоординированы.

- Координация фирм

Фирмы нанимают капитал, труд, землю и, используя совместно командную и намеренную системы, они организуют и координируют свои действия, чтобы производить товары и услуги.

- Координация рынков

Рынки координируют производство, регулируя цены и делая последовательными решения покупателей и продавцов о факторах производства и их компонентах.

Ранее, обсуждая рыночное равновесие, мы говорили о том, что спрос и предложение координируют планы покупателей и продавцов.

- Аутсорсинг (Outsourcing)

Аутсорсинг (Outsourcing) – покупка частей или продуктов у других фирм – является примером координации рынков.

Но фирмы координируют больше производство, чем рынки.

Почему?

Фирмы координируют производство, когда они могут это сделать более эффективно, чем рынки.

Четыре основные причины делают фирмы эффективными.

Фирмы могут достичь:

- Низких транзакционных затрат
- Экономия масштаба
- Экономия объемов
- Экономии группового производства

Давайте рассмотрим эти факторы подробнее.

Транзакционные затраты – это затраты, возникающие благодаря фондированию кого-то, с кем вы ведете совместный бизнес, достигая соглашения о цене и других аспектах обмена, и гарантируя, что условия соглашения будут выполнены.

Экономия масштаба происходит, когда стоимость производства одной единицы падает при увеличении количества производства.

Экономия объема возникает, когда фирма использует специализированные ресурсы чтобы производить много других продуктов с низкой стоимостью ресурсов, чем другим путем.

Экономии группового производства. Фирмы могут быть производить совместно с другими, при этом



отдельные производители выполняют взаимные задачи.

### Основные термины:

Частный бизнес, партнерство, корпорация, совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия, концентрация на рынке, коэффициент концентрации четырех больших фирм, индекс Херфиндала – Хиршмана, координация фирм, координация рынков, аутсорсинг, транзакционные затраты, экономия масштаба, экономия объема, экономия группового производства.

### Дополнительные ресурсы по теме лекции:

1. Микроэкономика. Ким И. А. Учебник и практикум для академического бакалавриата, ISBN: 978-5-534-01637-6, 2018
2. Микроэкономика, Вечканов Г.С. «Питер», СПб, 2012
3. Экономика. Базовый курс. Учебное пособие для студентов неэкономических специальностей. Под ред. Исаева В. А., Савинского А. В. – М.: Издательство РУДН, 2011
4. Microeconomics & My Econ Lab, Student Access Code Card, 5/E, Jeffrey M. Perloff, University of California-Berkeley, Prentice Hall, 2009
5. Микроэкономика, Тарасевич Л. С., Гребенников П. И., Леусский А. И., 2006
6. Экономика, изд-во «Республика», Москва, 2004, пер. с англ. Economics by C.R. McConnell and S.L. Brue, 16 edition, 2005
7. Principles of Microeconomics, 9/E. Karl E. Case, Ray C. Fair, Yale University, Prentice Hall, Copyright: 2010
8. Микроэкономика, Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд, 5-е издание Серия «Учебники для вузов», Перевели с английского С. Жильцов, А. Железниченко, 2002
9. Франк Р.Х. Микроэкономика и поведение. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 696 с.
10. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент: В 2-х т./Пер. с англ. под редакцией И. И. Елисейевой, В. Л. Тамбовцева. СПб.: Экономическая школа, 1999. Т.1.
11. Вэриан Х.Л. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход: Учебник для вузов /Пер. с англ. под ред. Н. Д. Фроловой. – М.: ЮНИТИ, 1997.
12. Стенли Фишер, Рудигер Дорнбуш, Ричард Шмалензи: Экономика, Москва, Дело Лтд., 1995