

Содержание

Предисловие

Лекция 1. Что такое фирма: роль и место фирмы в экономической системе

Признаки фирмы

Основные концепции фирмы

1. Технологическая концепция фирмы

2. Контрактная концепция фирмы

3. Стратегическая концепция фирмы

Классификация внутренних структур фирмы

1. Виды фирм по размеру

2. Виды фирм по формам собственности

3. Виды фирм по юридической форме

4. Виды фирм по типам внутренней структуры управления .

5. Виды фирм по месту в производственной цепочке

6. Виды фирм по отраслевой принадлежности

7. Виды фирм по характеру влияния на рынок

Схема анализа фирмы

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Задания для самостоятельной работы

Литература

Лекция 2. Альтернативные концепции выбора цели фирмы

Цели акционеров

Цели индивидуального собственника

Цели управляющих

Взаимоотношения собственника и управляющего

Проблема «принципал-агент»

Способы контроля деятельности управляющих

Цели кредиторов и дебиторов

Цели работников

Бихевиористская концепция

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Задания для самостоятельной работы

Литература

Лекция 3. Поведение фирмы на товарных рынках

Типы рыночных структур

1. Совершенная конкуренция
2. Монополия
3. Несовершенная конкуренция

Факторы, определяющие рыночную структуру

1. Минимально эффективный выпуск
2. Вертикальная интеграция
3. Диверсификация производства
4. Дифференциация товара
5. Эластичность и темпы роста спроса
6. Иностранная конкуренция
7. Расходы на рекламу

Показатели рыночной концентрации

1. Индекс концентрации
2. Индекс Херфиндаля-Хиршмана
3. Дисперсия рыночных долей
4. Коэффициент Джини
5. Индекс Холла-Тайдмана

Рыночная власть фирмы

Структура рынка и рыночная власть фирмы

Индекс Бэйна

Индекс Лернера

Индекс Тобина

Эмпирические исследования соотношения концентрации и монопольной власти

Стратегическое взаимодействие фирм

Парадокс Бертрана

1. Асимметрия издержек
2. Ограничение по мощности
3. Дифференциация товара
4. Неполнота информации
5. Долгосрочное взаимодействие фирм

Согласованное поведение фирм на рынке

Факторы формирования картелей

Поведение полного и неполного картеля

Согласованное поведение в долгосрочном периоде

Предоставление и сдерживание входа

1. Стратегическое инвестирование
2. Повышение издержек конкурентов
3. Ценообразование, ограничивающее вход
4. Хищническое ценообразование

Слияния и поглощения

Типы слияний

Мотивы слияний и поглощений

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Задания для самостоятельной работы

Литература

Лекция 4. Поведение фирмы на рынке труда

Особенности спроса на труд

Формирование спроса на труд

Факторы спроса на труд

Условие оптимального найма

Правило наименьших издержек при найме факторов производства

Формирование предложения труда

Равновесие при различных структурах рынка

1. Рынок труда и рынок продукта являются совершенно конкурентными
2. Рынок труда является совершенно конкурентным, а рынок товара — монополией
3. Рынок товара является конкурентным, а рынок труда — монополией
4. Рынок труда является монополией, рынок товара — монополией

Дискриминация на рынке труда

1. Различное соотношение спроса и предложения труда на разных рынках
2. Особенности качества труда
3. Виды работ отличаются по привлекательности
4. Рынок труда является рынком несовершенной конкуренции

Влияние профсоюзов на рынок труда

1. Повышение спроса на труд
2. Сокращение предложения труда
3. Установление минимальной заработной платы
4. Влияние профсоюзов в отрасли с монополией

Несовершенство информации на рынке труда

Уровень заработной платы

Неопределенность спроса на рынке товара

Сигнализирование качества труда

Проблема «принципал-агент» и структура фирмы

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Задания для самостоятельной работы

Литература

Лекция 5. Мотивация работников и конкурентоспособность фирмы

Процесс найма и методы анализа работы

1. Наблюдение
2. Интервью
3. Опросы
4. Совещание экспертов
5. Использование справочников по профессиям
6. Контрольное выполнение работы

Оценка способностей кандидата

1. Интервью
2. Тест способностей и тест мотивации
3. Резюме и биография
4. Деловые игры

Процесс социализации в фирме и карьера

Личностные характеристики индивида

Связь личностной ориентации индивида и сферы деятельности

Управление карьерой работника

1. Улучшение процедуры отбора кандидатов
2. Предоставление более полной информации относительно будущей работы потенциальным кандидатам
3. Связь с центрами подготовки работников (университетами и другими учебными заведениями) для целенаправленной подготовки кандидата
4. Роль фирмы в процессе социализации нового работника
5. Роль индивида в процессе социализации

Мотивация работников

Система поощрения

Требования к эффективной системе поощрения

Теория ожиданий

Удовлетворенность от работы

Организация работы в фирме

Виды фирм по типу управления

1. Индивидуальные методы

2. Групповые

Решение конфликтных ситуаций

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Задания для самостоятельной работы

Литература

Лекция 6. Стратегия и тактика фирмы в отношении спроса

Стратегии ценообразования

Манипулирование ценой для изменения границ спроса

Ввод нового товара, входные цены

Роль репутации фирмы, предоставление гарантий

Ценовая дискриминация и способы ее осуществления

1. Ценовая дискриминация первой степени

2. Ценовая дискриминация второй степени

3. Ценовая дискриминация третьей степени

4. Взаимосвязанные продажи

5. Трансфертное ценообразование

6. Ценообразование, ориентированное на затраты

Психологические особенности ценообразования

Эффект Вебера-Фешнера

Эффект «странных цифр»

Эффект «якоря»

Воздействие и эффективность рекламы

Информационная и убеждающая роль рекламы

Выбор оптимальных затрат на рекламу

Современный рынок информации, реклама в Интернете ...

Информация, необходимая для успешного ценообразования ..

Изучение спроса

Сегментация рынка

Жизненный цикл товара

Оценка эластичности спроса

Эластичность спроса по цене

Эластичность спроса по доходу

Перекрестная эластичность

Оценка параметров функции спроса

Проблемы множественного регрессионного анализа

Интерпретация параметров логарифмической модели для спроса с постоянной эластичностью

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Задания для самостоятельной работы

Литература

Лекция 7. Поведение фирмы на финансовых рынках

Финансовые ресурсы фирмы

1. Амортизация

2. Нераспределенная прибыль

3. Ценные бумаги

4. Кредиты

Оценка степени финансовой независимости компании

Показатели финансового состояния компании

Межвременной выбор фирмы

Изменение стоимости денег на межвременном рынке

Распределение финансовых средств фирмы

Анализ оптимального портфеля ценных бумаг фирмы

Модель оптимизации вложений с учетом отношения к риску

Система анализа и отбора инвестиционных проектов

Виды инвестиционных проектов

Порядок отбора

Методы отбора

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Задания для самостоятельной работы

Литература

Лекция 8. Стратегия и тактика фирмы на международных рынках

Особенности международной конкуренции

1. Наличие валютных взаимоотношений
2. Влияние различий процентных ставок и темпов инфляции
3. Эффект масштаба при экспорте
4. Высокие транспортные издержки
5. Общее состояние деловой активности в стране
6. Наличие институциональных и кредитных рисков

Стратегическое поведение на международных рынках

Глобальная стратегия

Международные союзы фирм

Структуры международных взаимодействий

1. Фирма — монополист внутри страны и свободный конкурент на мировом рынке
2. Фирма является монополистом внутри страны и свободным конкурентом на мировом рынке, но при этом существует свободная торговля между странами
3. Введение импортного тарифа

4.Квота на импорт

5.Фирма является монополистом как на внутреннем, так и на внешнем рынке

6.Олигопольные взаимодействия фирм на международном рынке

7.Участие государства во взаимодействиях фирм

8.Фирма — свободный конкурент и внутри страны и за ее пределами

Особенности международных финансов

Виды валютных курсов

Виды валютных сделок

1. Спот

2.Форвард

3.Фьючерс

4.Опционы

Факторы, влияющие на валютные сделки

Управление валютным риском

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Задания для самостоятельной работы

Литература

Лекция 9. Государство и фирма: способы взаимодействия

Цели и методы антимонопольной политики

1.Стремление к экономической эффективности

2.Оптимизация поведения экономических агентов

3.Улучшение функционирования общества в целом

4.Основные методы

Политика в защиту конкуренции

Незаконное поведение фирм

Слияния и поглощения

Трудности проведения антимонопольной политики

Регулирование естественной монополии

1. Предельное ценообразование
 2. Ценообразование Рамсея для однопродуктового монополиста
 3. Ценообразование Рамсея на рынке многопродуктового монополиста
 4. Конкуренция за рынок монополии (конкуренция Демзеца)
 5. Внедрение конкуренции на рынок естественной монополии
 6. Ценовая дискриминация на рынке естественной монополии
 7. Нелинейное ценообразование
 8. Ценообразование естественной монополии, являющейся многопродуктовой фирмой
 9. Пиковое ценообразование
 10. Контроль качества товара естественной монополии
 11. Регулирование инвестиционных решений
- Дерегулирование
- Измерение последствий государственного регулирования

Антимонопольная политика разных стран

Антимонопольная политика в США

Антимонопольная политика в Западной Европе

Антимонопольная политика в Германии

Антимонопольная политика в Великобритании

Антимонопольная политика в Италии

Антимонопольная политика во Франции

Антимонопольная политика в Японии

Антимонопольная политика в России

Доминирующее положение на рынке

Соглашения фирм

Регулирование деятельности монополий

Слияния и поглощения

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Задания для самостоятельной работы

Литература

Лекция 10. Фирма и общество: социальная ответственность бизнеса
в современном мире

Поставляет ли фирма оптимальное количество товара для общества?

Внешние эффекты

2. Несовершенство рыночных структур

Корректировка деятельности фирмы

Налог Лигу

Административное ограничение объема выпуска

Урегулирование прав собственности

Особенности современного общества как фактор внешнего ограничения
деятельности фирмы

1. Эволюция потребностей вследствие насыщения спроса

2. Превращение экологии в значимый фактор поведения фирмы

3. Влияние информации

4. Новые требования к деятельности фирмы

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Задания для самостоятельной работы

Литература

Лекция 11. Эволюция взглядов на природу фирмы в экономической науке

Технологические теории фирмы — классическая и неоклассическая
концепция фирмы

Адам Смит

Альфред Маршалл

Джон Хикс

Джоан Робинсон

Эдвард Чемберлин

Йозеф Шумпетер

Вильям Баумоль

Робин Маррис

Институциональные теории фирмы

Рональд Коуз

Фрэнк Найт

Оливер Вильямсон

Харт, Гроссман, Мур

Теория игр в применении к теории фирмы

Джон Саттон

Ключевые термины

Контрольные вопросы

Литература

Ответы, решения, указания