

Теория организаций: фирма

Тема 6. Одинцова гл. 5.

Олейник гл.9

Неоклассическая теория фирмы

Фирма в неоклассической теории – производственная функция.

$$Q = F(R_1, R_2 \dots R_n)$$

На рынке фирма закупает ресурсы и продает готовые продукты. Технология полностью описывается производственной функцией, организация и формы собственности (исключительных прав) – не рассматривается.

Цель фирмы: максимизация прибыли. Альтернативные цели – не ставятся. Распределение прибыли на дальнейшие решения фирмы – не влияет

Институциональная теория фирмы

- Р. Коуз (1937) Природа фирмы. Вопрос о том, зачем создается фирма. Ответ: экономия трансакционных издержек.
- О. Уильямсон (1968) – фирма сохраняет специфические активы за счет перемены контракта, введения одностороннего контроля транзакции для предотвращения оппортунизма

Институциональная теория фирмы

- А. Алчиан, Г. Демзец (1972)
- Фирма организована на основе совместного производства, кооперации ресурсов и мониторинга, то есть внутреннего контроля использования объединенных средств. Главное – распределение прав внутри фирмы.

Институциональная теория фирмы

- Фирма – это система асимметричных контрактов. Иерархия на основе распределения и делегирования прав.
- Иерархия предполагает разный статус участников. Заключая контракт, участник соглашается на определенный статус, то есть на свою долю прав, и получает соответствующие статусу обязанности.
- Централизованный контроль, выделение наблюдателей, то есть профессиональных контролеров - менеджеров

Институциональная теория фирмы

Задачи рассмотрения фирмы:

1. Внутренняя структура фирмы
2. Распределение правомочий
3. Возникновение внутреннего оппортунизма (отлынивание и вымогательство) и борьба с ним

В основе фирмы – Устав (конституция), которая и дает возможность построения и функционирования организации.

Структура фирмы

Основные правомочия внутри фирмы:

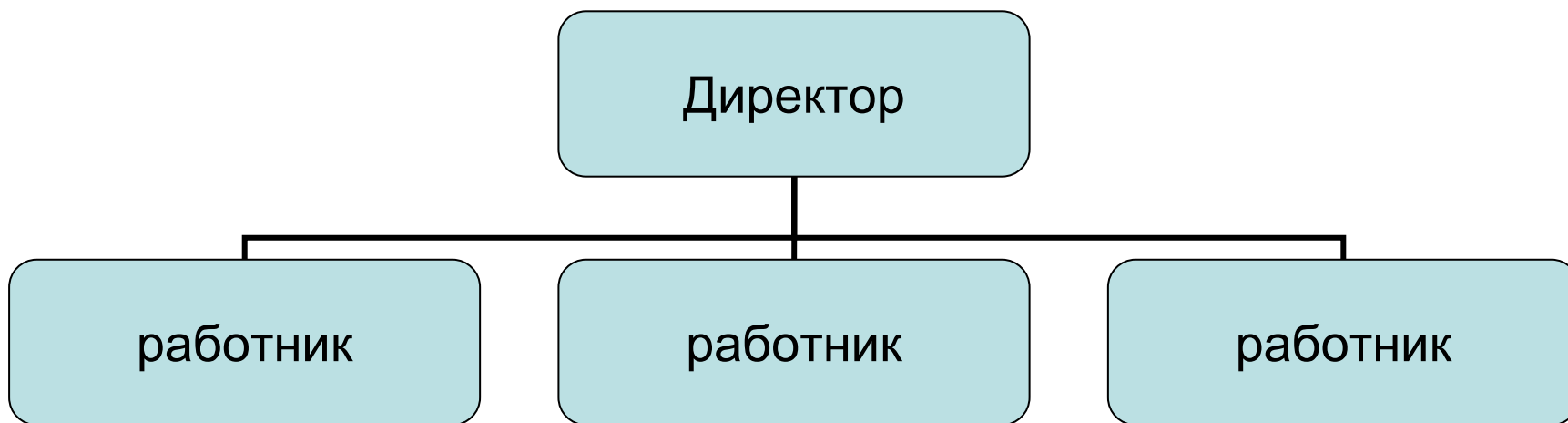
1. Право на остаточный доход
2. Право на осуществление контроля
3. Право заключать договоры со всеми остальными участниками (агентами)
4. Право изменения членства в команде
5. Право продажи правомочий

Структура фирмы зависит от распределения этих прав внутри организации

Виды фирм по структуре

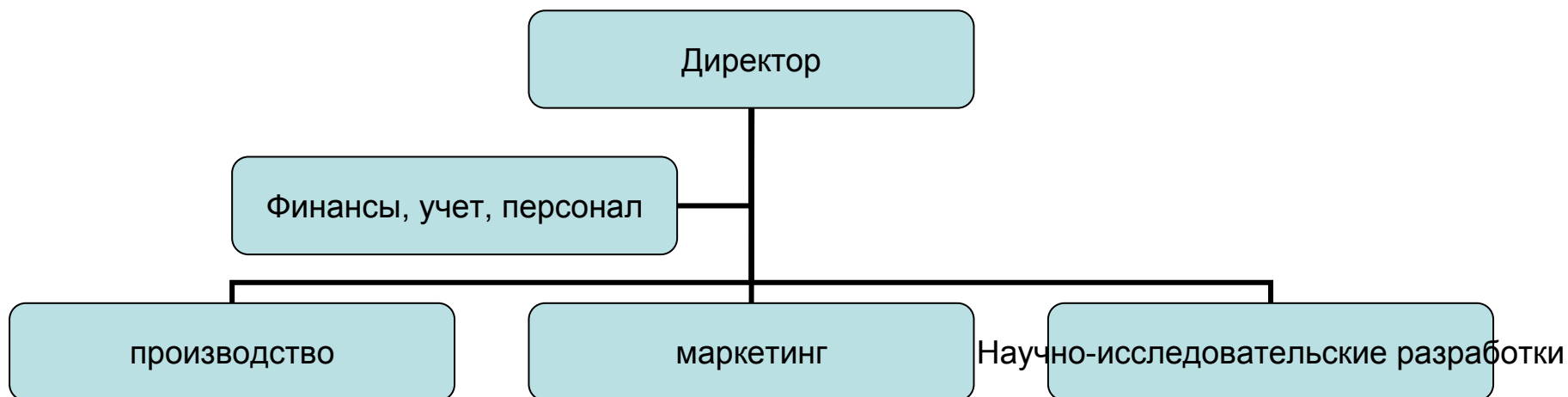
Простая унитарная фирма:

Директор – собственник активов фирмы. Все полномочия – в одних руках, полная ответственность собственника перед другими фирмами, работников – перед директором.



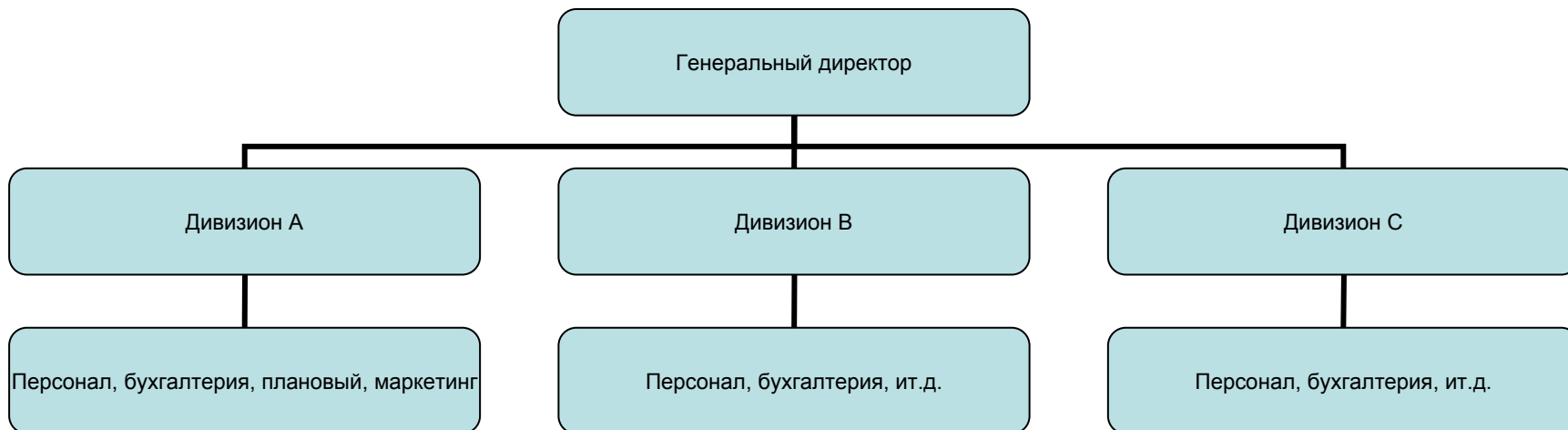
Виды фирм: функциональная

- Однородный товар, простая структура, концентрация правомочий. Но – более специализированный менеджмент. Четкое разделение труда, специализация и кооперация



Виды фирм: дивизионная и мультидивизионная

- Сложный, разнообразный продукт, работа на многих рынках. Необходима значительная автономия отдельных функциональных структур: по товарам, географии, сбытовым каналам, группам потребителей. Могут возникать внутренние противоречия в полномочиях: каждый дивизион отстаивает свою важность и преимущественное финансирование



Виды фирм: матричная

- Структура, которая характеризуется одновременно функциональной иерархией и распределением функций по проектам
- Одновременно имеется вице-директор по персоналу, маркетингу, финансам и начальники проектов. У каждого подчиненного 2 начальника, может возникнуть конфликт интересов и полномочий

Современные типы фирм

- Горизонтальная фирма: децентрализованная координация, функциональные связи для решения общих задач.
- Квалифицированный персонал, креативно решающий автономные задачи. Консалтинг, реклама
- Аутсорсинг: выведение отдельных процессов за рамки фирмы (сжатие поля иерархического контракта, гибрид).
- Оболочечная (пустотелая) фирма: только основной бренд и право контроля качества работы (услуги, продукта).

Сети и организации

- Сеть – совокупность взаимосвязей между группой акторов, которая характеризуется определенной структурой, стандартом взаимоотношений (нормой), правилами (рутинами). Сеть не предполагает обязательную иерархию, может иметь горизонтальную структуру, связь возникает как определенный маршрут.
- Вход в сеть означает признание стандарта и правил. Вход может быть открытым и закрытым. Локальная сеть формируется по дискриминирующим признакам: клуб, родство, место проживания.

Сетевые эффекты

- Использование информационных технологий. Самостоятельные действия клиентов через специализированные фирмы – провайдеры. Фирмы – провайдеры используют стандарты обслуживания и доводят их до клиентов. Главная фирма – держит общий стандарт – бренд и контролирует сеть.
- Сети создают внешний эффект: количество присоединившихся увеличивает ценность услуги; контроль качества снижает асимметрию информации; экономия трансакционных издержек за счет доверия к брендам, к стандартам сети.
- Сети позволяют экономить на управлении

Концентрация и размывание собственности внутри фирмы

- Простая и функциональная фирма: совмещение власти и собственности. Право контроля, заключения договоров, изменения членства доверяются управляющим (агентам), но жестко контролируются директором - принципалом (право остаточного дохода, капитала)
- Дивизионная, матричная: резкое расхождение власти и собственности: управляющими являются все, в том числе и директора. Кто принципал? Акционеры. Какие у них возможности контроля? Право на остаточный доход размыто, капитал распределен между многими людьми, не имеющими специальных знаний.

Проблема принципал – агент и концентрация капитала

- Принципал – собственник. Отвечает за конечный результат перед рынком. Сохранение и накопление активов, получение остаточного дохода
- Агент – работник, управляющий. Право частичного контроля, прием и увольнение других работников. Получает доход за исполнение задания

Наем управляющего

- Нанимаем 10 человек. Каждый производит и получает по 5 денежных единиц, если усилия одинаковые и оптимальные. 1 отлынивает, но получает так, как все. Производство 48 – выплата 50. Наймем менеджера. Увольняет 2 плохих. Повышение производительности до 6.. 48 единиц: 2 единицы менеджеру, остальным: $46 : 8 = 5,75$. Все выигрывают. НО! Только при стимулировании и менеджера, и работников по конечным результатам работы.

		Принципал	
		Контролировать (p_2)	Не контролировать ($1-p_2$)
Агент	Добросовестный (p_1)	1, 1	1, 2
	Недобросовестный ($1-p_1$)	-1, -1	2, -2

Игра: контролировать и исполнять

Издержки контроля 1, добросовестная работа 2, недобросовестная -2. Общая выгода 3. Если контроль проводится с частотой более, чем каждый 3 –ий раз, выгодно быть добросовестным. Контроль жесткий . Каждый второй раз

		Принципал	
		Исполнять (p_2)	Не исполнять ($1-p_2$)
Агент	Исполнять (p_1)	30, 20	5, 5
	Не исполнять ($1-p_1$)	5, 5	10, 10

Стимулы к исполнению обязательств

Стратегия Исполнять: $30(p_2) + 5(1-p_2)$

Стратегия не исполнять: $5p_2 + 10(1-p_2)$

При $p_2 > 1/6$ агент будет всегда честен, а при $p_1 > 1/4$ исполнять выгодно принципалу

		Принципал		
		Золотое правило	Равные усилия	Оппортунизм
	Золотое правило	7, 7	4, 8	1, 9
Агент	Равные усилия	8, 4	5, 5	2, 6
	Оппортунизм	9, 1	6, 2	3, 3 (N, St)

Вознаграждение как стимул для агента

Типичная «дилемма заключенных». Ограниченное взаимодействие приводит к обоюдному оппортунизму. Только постоянное взаимодействие, с сохранением отношений может решить проблему

Права собственности и концентрация капитала

- Распыление капитала возможно только при полной защите миноритарного собственника. Возможен сбор сбережений всех людей. Акционирование. Работа финансовых рынков
- Концентрация капитала – защита от оппортунизма. Дополнительная защита: система внеэкономических связей, клубы, неформальные связи, родство. Создание финансово-промышленных групп. Нельзя использовать финансовые рынки для аккумуляции капитала.

Рынки как контроль менеджмента

- Менеджеров стимулируют в зависимости:
 1. От цены фирмы и ее динамики
 2. Капитализации доходов
 3. Устойчивости курсов акций
 4. Репутации на рынке труда менеджеров
 5. Позиция фирмы на рынке, доля в рыночных продажах