

## К Лекции 7. Фирма: институциональный подход

### Семинар 7. Вопросы для самопроверки и их обсуждение

#### ТЕМАТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

- В чем состоит отличие производственной функции М. Дженсена и В. Меклинга от неоклассической производственной функции?
- Какие аргументы позволили Т. Эггертссону утверждать, что определение фирмы как пучка контрактов (nexus of contracts) нельзя считать четким и инструментально полезным для понимания дихотомии «фирма-рынок»?
- Какие проблемы управления корпорацией поднимает вопрос: «Достижимо ли институционально строгое следование корпоративной социальной ответственности?»

#### АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ВЫБОР (поясните ответ)

**1. Недостатки неоклассической теории фирмы позволяют заменить ее неонституциональной теорией фирмы**

Предлагаемые ответы	да	нет
Отметьте правильный ответ: V		

**2. Проблема контролера контролеров связана с моральным риском**

Предлагаемые ответы	да	нет
Отметьте правильный ответ: V		

**3. Парето-оптимальное равновесие не может быть неединственным**

Предлагаемые ответы	да	нет
Отметьте правильный ответ: V		

**4. Роль транзакционных издержек в возникновении фирмы и ограничении ее размера неявно опирается на неоклассический технологический анализ**

Предлагаемые ответы	да	нет
Отметьте правильный ответ: V		

**5. Представления о специфичности активов не могут рассматриваться как Продолжения неоклассической традиции**

Предлагаемые ответы	да	нет
Отметьте правильный ответ: V		

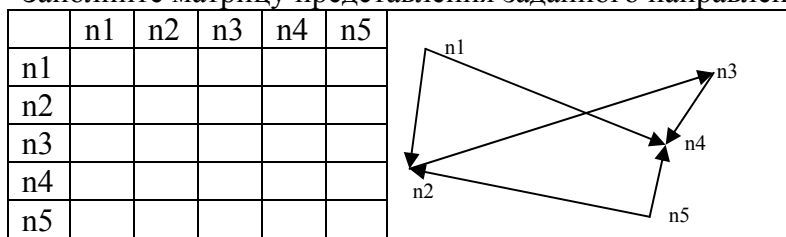
**Теория игр.** Определите и отметьте в соответствующих клеточках: 1) доминирующие стратегии (ДС, maxmin); 2) все возможные равновесия: в доминирующих стратегиях ДС, по Нэшу N, Штакельбергу St1, St2 и Парето P.

		Игрок В	
		стратегия В1	стратегия В2
Игрок А	стратегия А1	-4; -4	-10; -2
	стратегия А2	-2; -10	-5; -5

**Теория графов.** Заполните матрицу представления заданного направленного графа.

	n1	n2	n3	n4	n5
n1					
n2					
n3					
n4					
n5					

Заполните матрицу представления заданного направленного графа.



**МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР ВСЕХ ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ**

Определите правильные ответы и отметьте их в приложенной табличке.

**1. Элементами неоклассической теории фирмы являются утверждения:**

Порядковые номера предлагаемых ответов	1)	2)	3)	4)	5)
Отметьте все номера правильных ответов: V					

- 1) функционирование фирмы сводят к анализу прибыльности на основе соотношения «затраты-выпуск» в краткосрочном и долгосрочном периоде;
- 2) результаты инвестиций в капитал не могут быть перепрофилированы для использования в альтернативных целях;
- 3) главной характеристикой фирмы является производственная функция;
- 4) в долгосрочном периоде фирмы с высокими издержками вытесняются в результате конкуренции;
- 5) фирма – это пучёк контрактов.

**2. В неоинституциональной теории фирмы принимаются такие предпосылки, как:**

Порядковые номера предлагаемых ответов	1)	2)	3)	4)	5)
Отметьте все номера правильных ответов: V					

- 1) измерение качества не требуется из-за однородности выпускаемых продуктов;
- 2) наличие транзакционных издержек координации работников;
- 3) дополнительные затраты могут быть связаны с возвратом продукции, не соответствующей заявленному качеству;
- 4) предполагается исполнение приказов работниками;
- 5) фирма перестает нанимать работников и закупать оборудование, когда издержки организации производства и управления больше, чем доход от продажи продуктов на рынке.

**3. Эффективность собираемости налогов основана на закономерностях:**

Порядковые номера предлагаемых ответов	1)	2)	3)	4)	5)
Отметьте все номера правильных ответов: V					

- 1) налог с продаж будет работать эффективно фирм, ориентированных на текущую прибыль, капитализацию и долю рынка;
- 2) акцизы и вмененный налог - форма налогов, которая хорошо работает в отношении фирм, ориентированных на вывод активов за границу;
- 3) фирмы, преследующие цель благосостояние работников будут платить максимальный налог на добавленную стоимость (НДС);
- 4) собираемость налогов не зависит от целей фирмы с иерархичным управлением;
- 5) налоги на прибыль в краткосрочном периоде могут не поступать от фирмы, которая стремится увеличить свою долю рынка.