

Дата: 11.09.2023 г.

Тема 5. Фирма и ее цели

Тема урока: Эффект масштаба. Предельные издержки и предельная выручка фирмы.

Цель: Формирование представлений об эффекте масштаба.

Эффект масштаба - эффект снижения затрат на единицу произведенной продукции при распределении постоянных затрат на все большее количество произведенной продукции.

Эффект масштаба обуславливается факторами, которые в долгосрочном периоде сокращают средние издержки производства по мере того, как фирма увеличивает размеры предприятия (объем продукции).

Факторы положительного эффекта масштаба означают такие преимущества крупного производства, которые способствуют снижению средних издержек.

Факторы положительного эффекта масштаба делятся на:

- 1) технические факторы;
- 2) экономический маркетинг;
- 3) финансовая экономия;
- 4) экономия, связанная с фактором риска.

1) Технические факторы экономичности - это, во-первых, увеличение возможности большей специализации работ на крупном предприятии, что позволяет повышать производительность труда; во-вторых, на крупном предприятии мощное оборудование может использоваться полностью, а на малом предприятии крупное оборудование практически нельзя загрузить полностью.

2) Крупные предприятия имеют возможности сокращать издержки производства за счет маркетинговых операций. Такие предприятия обычно делают оптовые закупки материалов (покупают крупные партии материалов). Когда материалы продаются оптом, цены на них снижаются. Таким образом крупная фирма экономит деньги за счет снижения цен, а также за счет сокращения затрат на погрузку, упаковку и транспортировку оптовых закупок. Кроме того, при размещении крупных заказов фирма может получать у поставщиков привилегии по качеству и срокам поставки товаров. Крупные фирмы могут нанимать специалистов по маркетингу для расширения рынков сбыта, контролю за поставками, качеством и ценами покупных материалов, что также позволяет получать снижение издержек. Объем расходов на рекламу у крупной фирмы значительно больше расходов малого предприятия, но в расчете на единицу продукции эти расходы будут значительно ниже у крупной фирмы.

3) Крупные компании имеют больше доверия у кредиторов при получении денег в долг: во-первых, они более известны; во-вторых, у них стоимость активов (имущества) намного больше, чем у какой-либо малой фирмы, поэтому банки считают, что заем крупной компании связан с меньшим риском. В результате крупные фирмы имеют доступ к большему числу кредиторов.

4) Крупная фирма распределяет риск торговых операций между несколькими видами продукции: падение спроса на один вид продукта может компенсироваться ростом спроса на другой вид. Крупная фирма бывает ориентирована не только на местный или национальный рынок, но и на внешний. Вследствие этого при падении

спроса на продукт на внутреннем рынке фирма может увеличить объемы продаж на внешнем рынке, таким образом уйти от больших убытков.

Но фирма не может бесконечно увеличивать масштабы производства, так как вступает в силу фактор отрицательного эффекта масштаба.

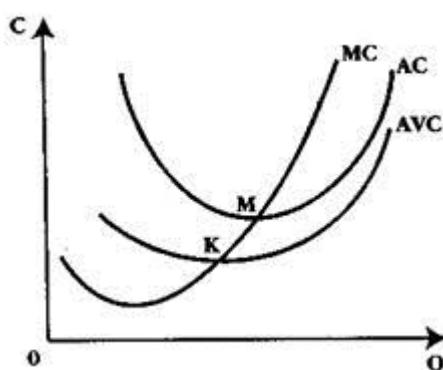
Фактором отрицательного эффекта масштаба является сложность в управлении крупным производством. Рост бюрократизма, слабость контроля за многочисленными службами и удаленность руководителей от рабочих способствуют развитию неэффективного производства.

Предельные издержки - дополнительные издержки, связанные с производством дополнительной единицы продукта наиболее дешевым способом.

Производство дополнительной единицы продукции, порождая дополнительные издержки, с другой стороны, приносит и дополнительный доход, выручку от ее продажи (**предельную выручку**)

В условиях свободной конкуренции, как известно, производитель не может повлиять на уровень рыночной цены, и, следовательно, продаёт любое количество своей продукции по одной и той же цене. Это значит, что в условиях свободной конкуренции дополнительный доход от продажи дополнительной единицы продукции будет при любом объеме одинаков

На рисунке ниже показана динамика предельных издержек.



Кривая предельных издержек не зависит от постоянных издержек, потому что постоянные издержки существуют независимо от того, производится ли дополнительная единица продукции. Сначала предельные издержки сокращаются, оставаясь ниже средних издержек. Это объясняется тем, что если издержки на единицу продукции убывают, следовательно, каждый последующий продукт стоит меньше средних издержек предшествующих продуктов, т. е. средние издержки выше предельных. Последующий рост средних издержек означает, что предельные издержки становятся выше предшествующих средних издержек. Таким образом, линия предельных издержек пересекает линию средних издержек в ее минимальной точке М.

Предельный доход (предельная выручка).

Производство дополнительной единицы продукции, порождая дополнительные издержки, с другой стороны, приносит и дополнительный доход, выручку от ее продажи. Величина этого дополнительного, или **предельного дохода (выручки)** представляет собой разность между валовой выручкой от продажи n и $n-1$ единиц продукции: $MR = TR_n - TR_{n-1}$.

В условиях свободной конкуренции, как известно, производитель не может повлиять на уровень рыночной цены, и, следовательно, продаёт любое количество своей продукции по одной и той же цене. Это значит, что в условиях свободной

конкуренции дополнительный доход от продажи дополнительной единицы продукции будет при любом объеме одинаков, т. е. предельный доход будет равен цене: $MR = P$.

Предельная прибыль.

Под **оптимальным объемом** производства продукции понимается такой объем, который обеспечивает выполнение заключенных договоров и обязательств по производству продукции (выполнению работ) в установленные сроки с минимумом затрат и максимально возможной эффективностью. К наиболее распространенным методам определения оптимального объема производства относятся: метод сопоставления валовых показателей; метод сопоставления предельных показателей. При использовании этих методов применяются следующие *допущения*: предприятие производит и реализует только один товар; целью предприятия является максимизация прибыли в рассматриваемый период; оптимизируются только цена и объем производства (предполагается, что все остальные параметры деятельности предприятия остаются неизменными); объем производства в рассматриваемый период равен объему реализации.

Практическое задание:

1. Прочитайте внимательно конспект. Определите главное и законспектируйте в рабочую тетрадь.

Форма отчетности: фото рабочей тетради.

Критерии оценивания: оценка за ведение рабочей тетради (наполняемость).