

Раздел III. СТРУКТУРА РЫНКА БЛАГ И ФАКТОРОВ

Тема 3.1. Цена в условиях совершенной конкуренции

Тема 3.2. Ценообразование на монополизированном рынке

Тема 3.3. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции

Тема 3.4. Ценообразование в условиях олигополии предложения

Тема 3.5. Ценообразование на рынке факторов производства

Тема 3.3. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции

- 1. Характеристика рынка монополистической конкуренции**
- 2. Условия максимизации прибыли в коротком и длительном периоде**

I. Характеристика рынка монополистической конкуренции

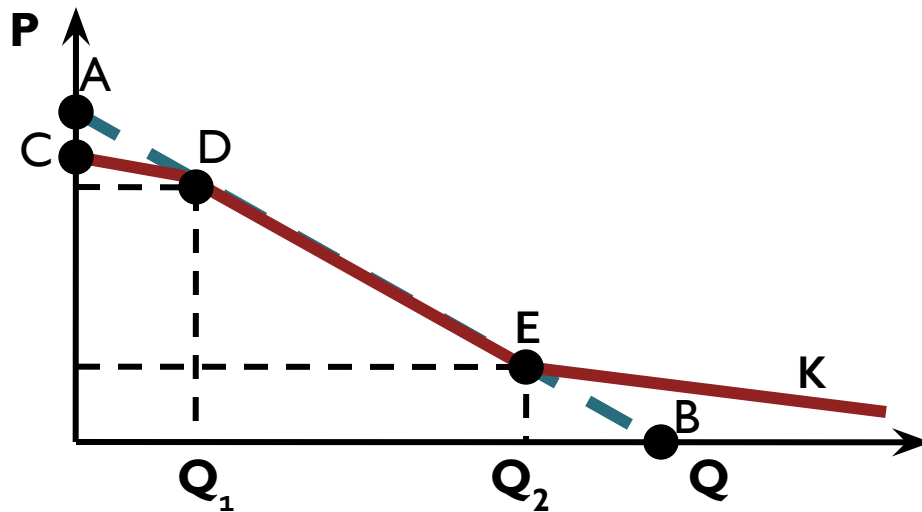
Рынок монополистической конкуренции — тип рыночной структуры, при которой обладающие рыночной властью продавцы дифференцированного товара конкурируют в области объема продаж

Основные черты рынка:

- **товар каждой фирмы является несовершенным заменителем товара других фирм**
- **существует относительно большое число продавцов**
- **продавцы не считаются с реакцией своих соперников**
- **есть условия для свободного входа и выхода**

I. Характеристика рынка монополистической конкуренции

Модель Гутенберга

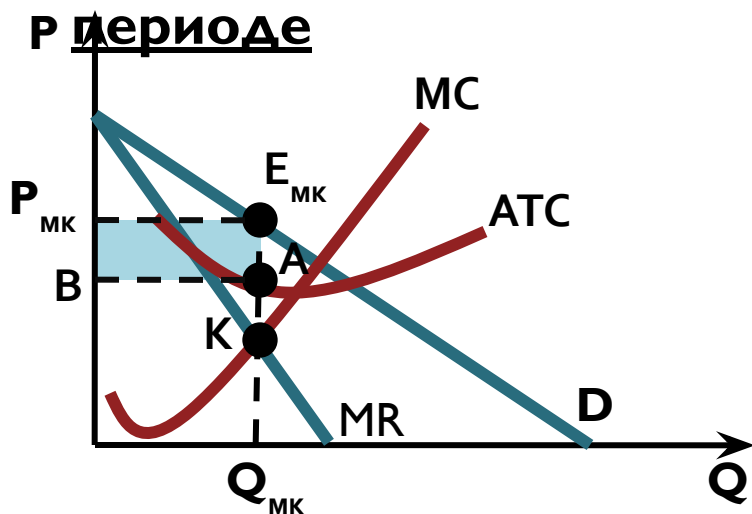


Ломаная линия CDEK — кривая спроса при монополистической конкуренции. Производитель чувствует себя монополистом лишь в интервале $Q_1 Q_2$

Кривая MR монополистического конкурента будет иметь три различных участка и может пересечь MC в трех точках. Оптимальный объем и цену выбирают сравнивая прибыль в каждом случае

2. Условия максимизации прибыли в коротком и длительном периоде

I. Монополистический конкурент в коротком



Фирма ведет себя как монополист
 $MC = MR \neq P$
Предельный доход и предельные издержки пересекаются при выпуске $Q_{МК}$ (К – точка Курно).
С помощью кривой спроса определяется цена $P_{МК}$

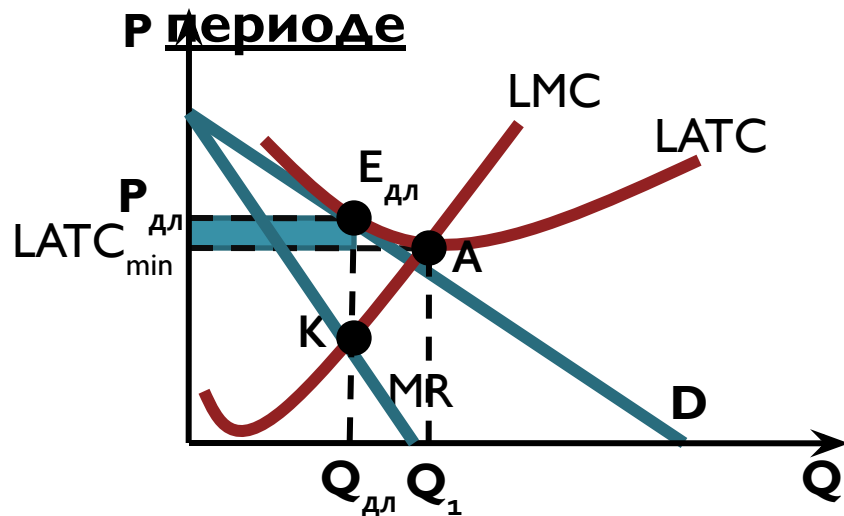
Экономическая прибыль:

- привлекает в данную отрасль другие фирмы
- сама фирма в долгосрочном плане станет расширяться

Это приведет к увеличению совокупного предложения данного вида товара, снижению цены и сокращению доли отдельного продавца

2. Условия максимизации прибыли в коротком и длительном периоде

2. Монополистический конкурент в длительном



цена равновесия в долгосрочном периоде равна средним затратам, и фирмы не получают экономической прибыли
Равновесие фирмы в длительном периоде:
LMC = MR,
P = LATC

Продукция не будет производиться с минимальными средними затратами.
В состоянии долгосрочного равновесия у монополистических конкурентов существуют избыточные производственные мощности: $Q_1 - Q_{дл}$, и из-за этого дифференцированные блага обходятся дороже, чем стандартные
Заштрихованная площадь — «плата за разнообразие»

Тема 3.4. Ценообразование в условиях олигополии предложения

- 1. Характеристика олигополистических рынков**
- 2. Модель олигополии с ломаной кривой спроса**
- 3. Модели дуополии Курно и Штакельберга**
- 4. Модель ценового лидерства**
- 5. Модель картеля: ценообразование, ограничивающее вход в отрасль**

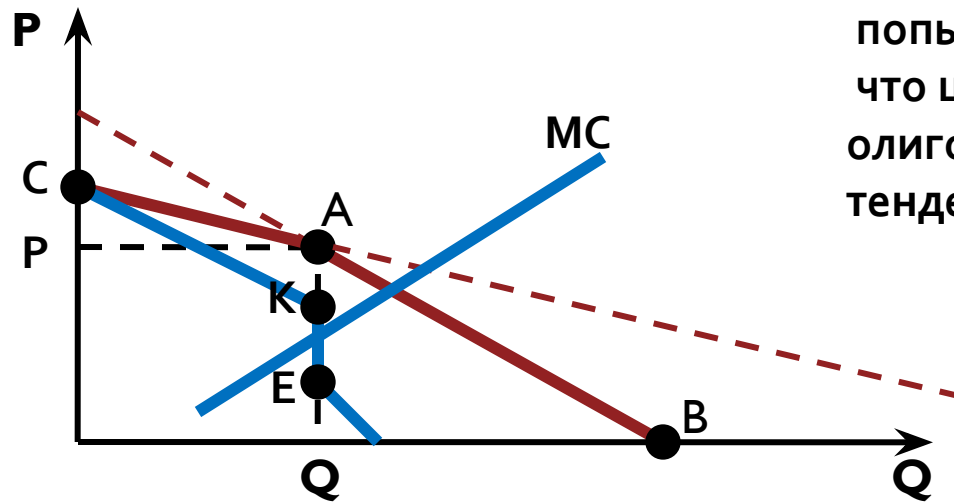
I. Характеристика олигополистических рынков

Олигополия — рыночная структура, которая характеризуется следующими основными чертами:

1. Немногочисленность фирм в отрасли
2. Как стандартизированные (алюминий, медь), так и дифференцированные (автомобили) товары
3. Высокие барьеры для вхождения в отрасль
4. **Взаимозависимость и конкурентное взаимодействие между фирмами является ключевым признаком олигополии**

Одним из основных вопросов для фирмы-олигополиста: как отреагируют конкуренты на изменение фирмой цены на свою продукцию (**стратегическое поведение фирм-олигополистов**)

2. Модель олигополии с ломаной кривой спроса



Автор модели П. Суизи попытался объяснить тот факт, что цены на товары фирм-олигополистов имеют тенденцию к стабильности

Суизи предположил, что каждая фирма назначает одну и ту же цену (P), а **разрыв в кривой предельной выручки** позволяет значительно менять предельные издержки без изменения максимизирующего прибыль уровня выпуска продукции ($MC=MR$)

3. Модели дуополии Курно и Штакельберга

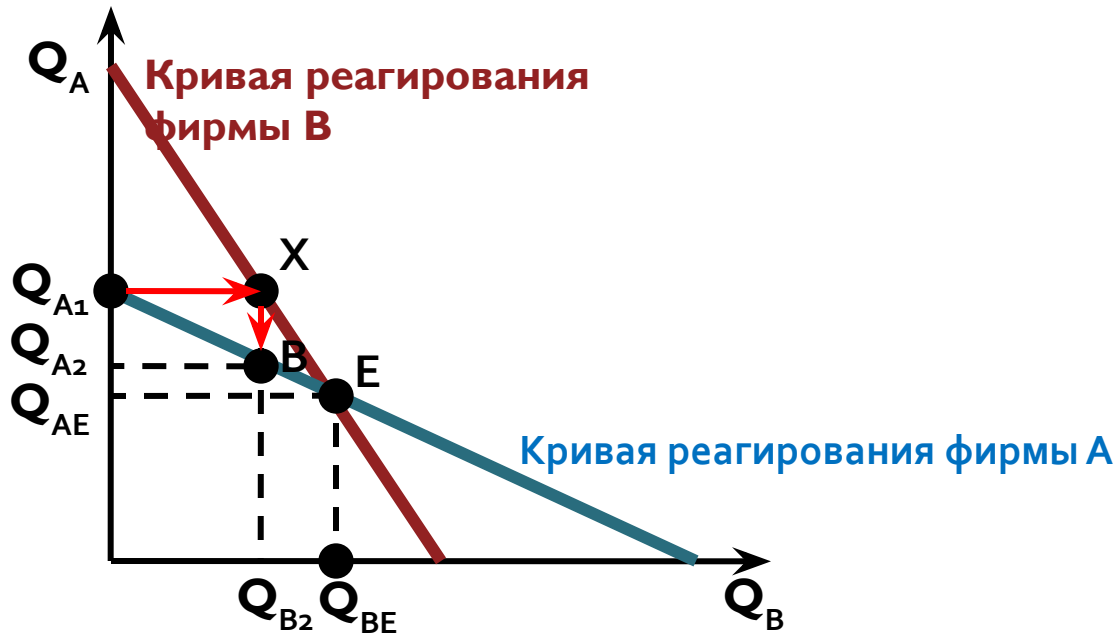
Автор модели французский математик А. О. Курно

Предпосылки модели:

- обе фирмы производят однородный товар
- им известна кривая рыночного спроса
- обе фирмы принимают решения о производстве одновременно, самостоятельно и независимо друг от друга
- каждая из фирм считает выпуск конкурента заданным

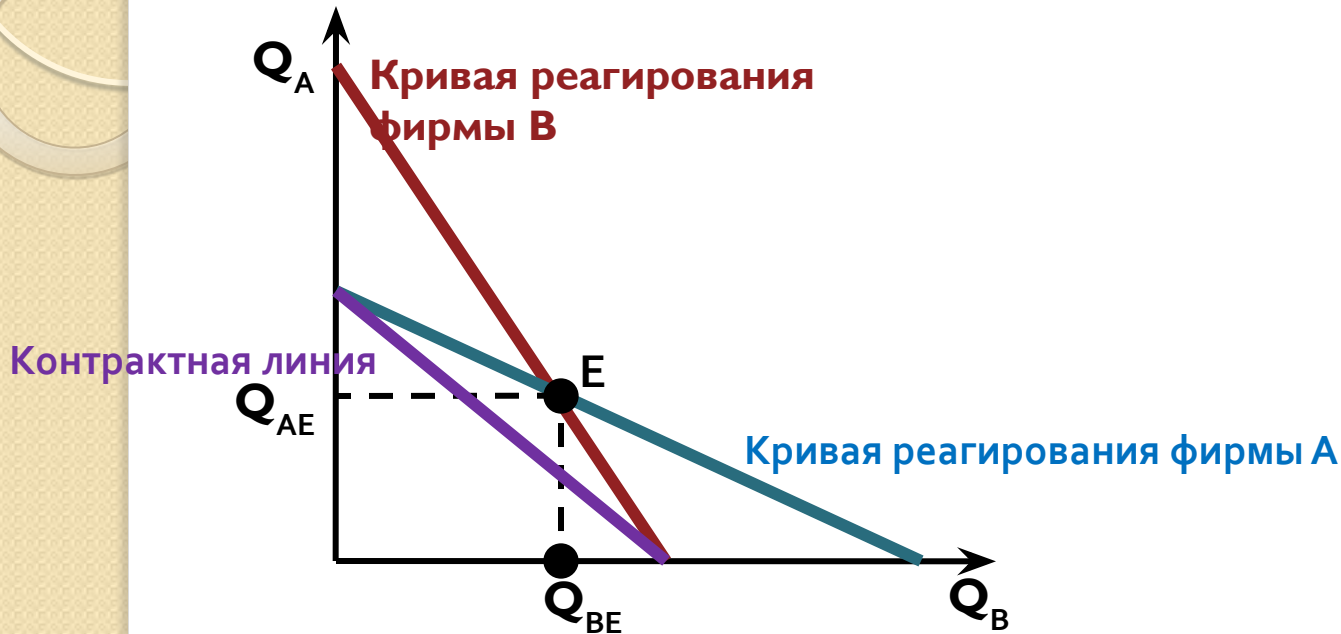
Рассмотрим данную модель с помощью кривых реагирования **Кривая реагирования (реакции)** выводиться из условия максимизации прибыли и показывает максимизирующие прибыль размеры выпуска, который будет осуществляться одной фирмой, если заданы объемы выпуска фирмы-соперницы

3. Модели дуополии Курно и Штакельберга



1. Фирма А начинает производство первой: $Q_B=0$, фирма А – монополист, она выбирает объем выпуска Q_{A1}
2. На рынке появляется фирма Б, предполагая, что $Q_{A1} = \text{const}$, по своей линии реакции она выберет Q_{B2} – (точка X)
3. Теперь объем Q_{A1} для фирмы А не максимизирует ее прибыль. Желая вернуться на свою кривую реакции фирма А сокращает объем до Q_{A2} (точка В), далее очередь фирмы В отвечать т.д.

3. Модели дуополии Курно и Штакельберга



Пересечение кривых реагирования двух фирм — точка Е — показывает равновесие Курно.

Если дуополисты достигнут соглашения (**сговор**), тогда множество возможных решений придется на **контрактную линию** — линию, показывающую объемы выпуска 2-х фирм, максимизирующих совокупную прибыль. **Сговор фирм** ведет к образованию картеля

3. Модели дуополии Курно и Штакельберга

В модели Штакельберга предполагается, что один из дуополистов выступает в роли лидера, другой – в роли аутсайдера

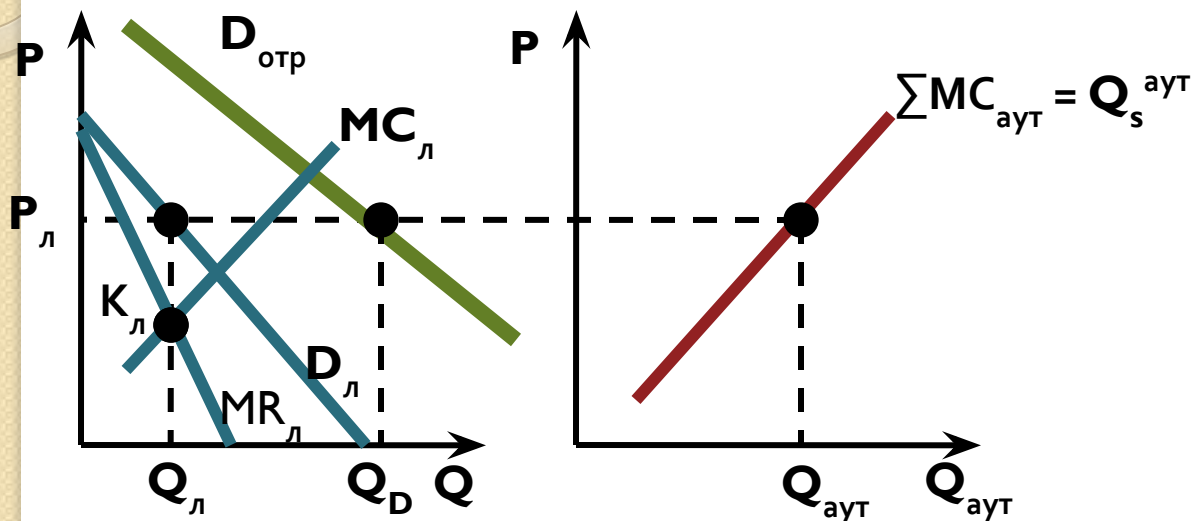
Лидер принимает решение первым, аутсайдер воспринимает выпуск лидера как заданный. В этом случае равновесные объемы выпуска определяются на основе максимизации прибыли лидера, где вместо выпуска аутсайдера находится уравнение его реакции

4. Модель ценового лидерства (квазимонополия)

Ценообразование за лидером — разновидность ценообразования на олигополистическом рынке с доминирующим по объему выпуска производителем, устанавливающим максимизирующую его прибыль цену, которой добровольно придерживаются остальные производители

Модель лидерства в ценах называют еще **частичной монополией**, поскольку лидер устанавливает монопольную цену, основанную на ее предельном доходе и предельных издержках (ведет себя как монополист). Прочие фирмы принимают эту цену как данную (ведут себя как совершенные конкуренты, максимизируя прибыль при условии $P = MC$)

4. Модель ценового лидерства (квазимонополия)



Лидер оценивает, сколько товара продадут при каждой возможной цене прочие фирмы, и вычитает этот объем из оценки общего спроса на рынке ($D_{отр}$), получая спрос на свой товар ($D_л$). По условию максимизации прибыли ($MR_л = MC_л$) определяется $Q_л$, который будет продаваться по цене $P_л$

Остальные фирмы («последователи») произведут при цене $P_л$, $Q_{аут}$ единиц продукции, а совокупное предложение «лидера» и «последователей» равно $Q_D = Q_{аут} + Q_л$

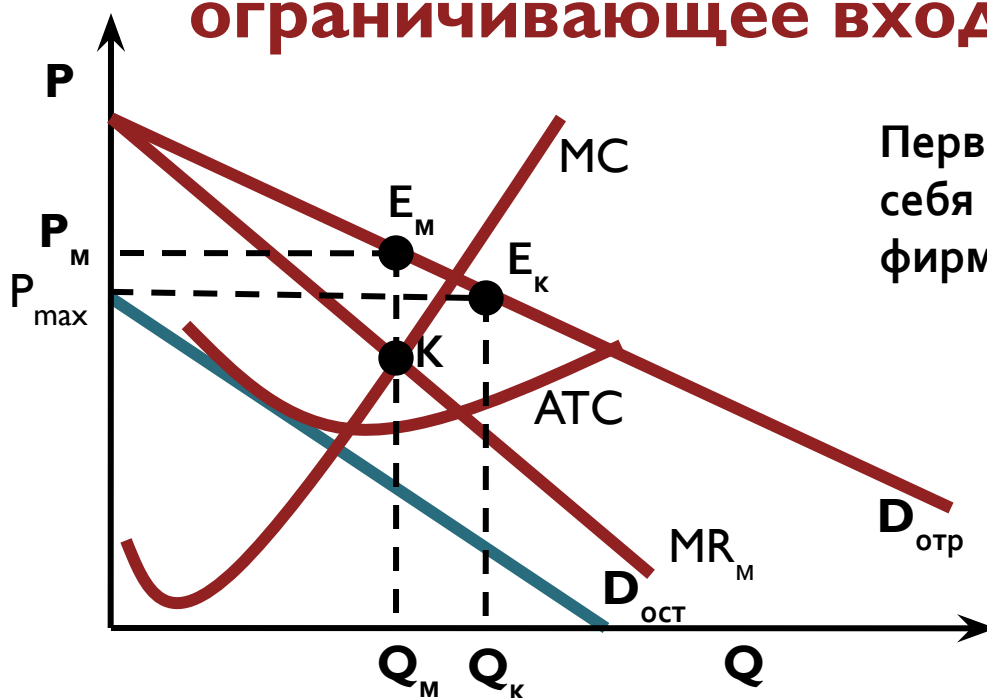
5. Модель картеля: ценообразование, ограничивающее вход в отрасль

Картель — это группа фирм, действующих совместно и согласующих решения по поводу объемов выпуска продукции и цен так, как если бы они были единой монополией

Основная проблема картеля — установление системы ограничений объемов выпуска (квот) для каждой фирмы

Если не существует **барьеров для входа в отрасль**, то не существует и способа удержать цену на уровне выше конкурентного в долгосрочной перспективе. Практика назначения цены, которая препятствует входу на рынок новых конкурентов, называется **практикой сдерживания цен или ценообразованием, ограничивающим вход в отрасль (ограничивающая цена)**

5. Модель картеля: ценообразование, ограничивающее вход в отрасль



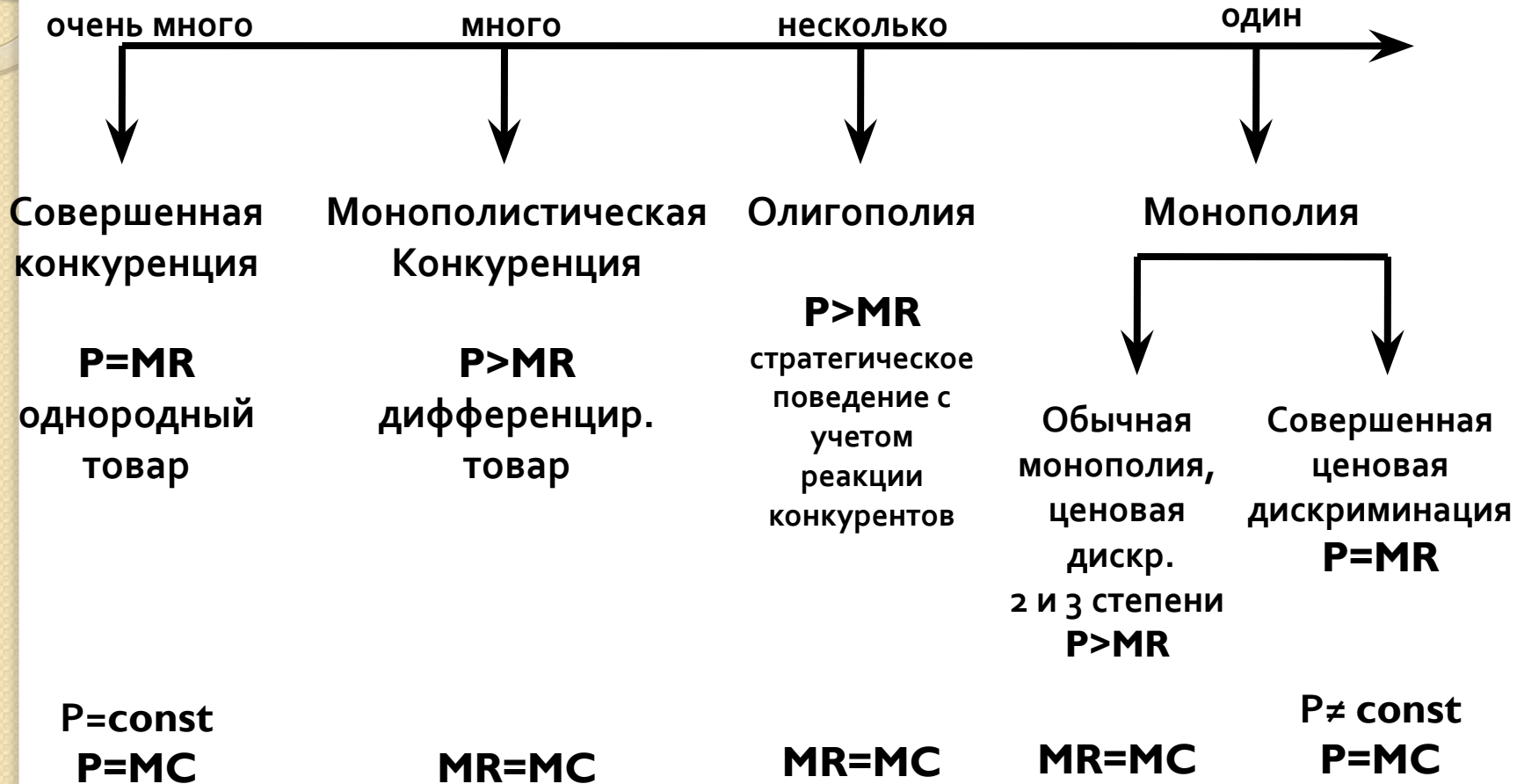
Первоначально картель ведет себя как монополия. Равновесие фирмы в точке E_M

Если появляется угроза появления нового конкурента, то картель должен установить цену не привлекательную для конкурента ($P \leq ATC$). Картель «выделяет» потенциальному конкуренту часть рыночного спроса так, чтобы любая цена которую можно назначить для данного сегмента была ниже ATC (допустим, что линия ATC «новичка» аналогична линии ATC картеля)

Графически $D_{ост}$ — линию остаточного спроса получаем проведя линию параллельную $D_{отр}$ и касательную к линии ATC снизу $\Rightarrow P_{max}$ — лимитная (максимальная) цена картеля, Q_K — объем продаж картеля

Структура товарного рынка

↓ количества продавцов, ↑ рыночной власти



Тема 3.5. Ценообразование на рынке факторов производства

- 1. Характеристика факторных рынков**
- 2. Равновесие на рынке факторов производства при различных структурах товарного и факторного рынка**
- 3. Двусторонняя монополия на рынке труда**

2. Равновесие на рынке факторов производства при различных структурах товарного и факторного рынка

На рынках факторов рыночное предложение базируется на индивидуальном предложении, которое выводится из максимизации полезности домашних хозяйств (см. раздел 1)

Рыночный спрос формируют фирмы исходя из максимизации прибыли или других целевых установок (см. раздел 2)

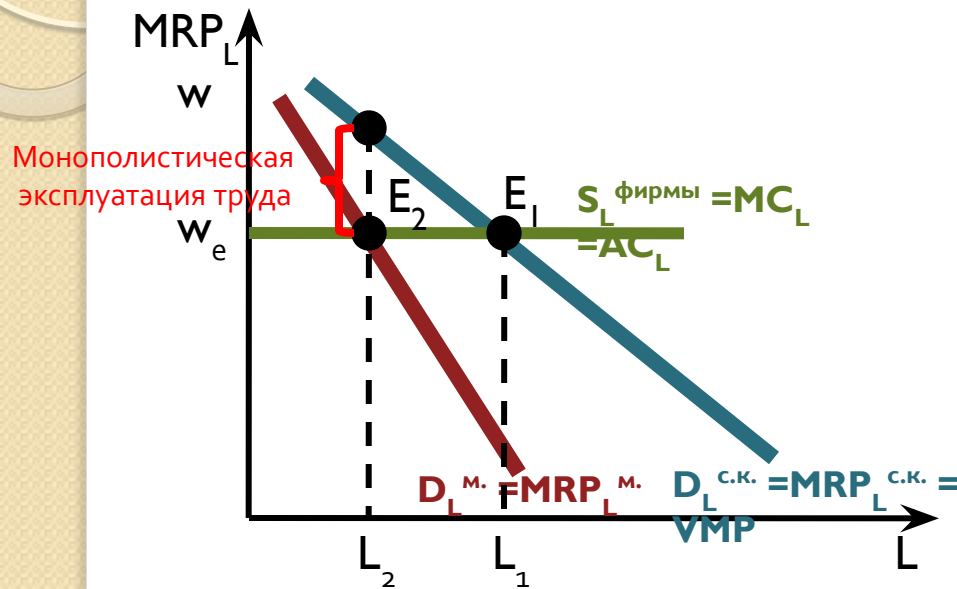
Проиллюстрируем ситуацию на примере рынка труда

Равновесие на факторном рынке можно выразить:

$$\mathbf{MRP_L = MC_L}$$

2.1. Совершенная конкуренция на рынке фактора

При совершенной конкуренции на рынке труда фирма может нанять любое количество труда по равновесной ставке заработной платы w_e . Предложение труда для фирмы абсолютно эластично



При совершенной конкуренции на товарном рынке равновесие – точка E_1

При монополии на товарном рынке – точка E_2 , при этом труд оплачивается не по ценности его предельного продукта, а по приносимой им предельной выручке: $w = MRP_L^M. < VMP$

2.2 Монопсония на рынке фактора

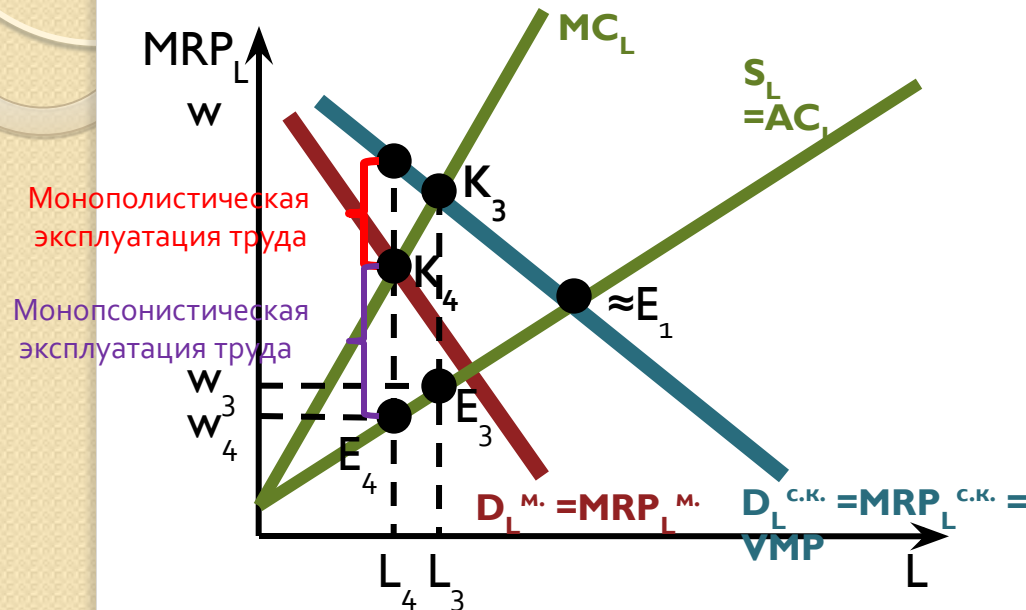
Монопсония — рыночная структура, при которой множеству продавцов противостоит один, не имеющий потенциальных конкурентов покупатель

Кривая предложения ресурса монопсонисту S_L имеет восходящий характер

S_L совпадает с линией AC_L , т.к. монопсонист будет стремиться платить минимально возможную зарплату нанимаемым работникам

Кривая MC_L имеет положительный наклон и лежит выше кривой AC_L , поскольку для привлечения дополнительного работника нужно предложить ему более высокую зарплату и поднять зарплату уже работающим

2.2 Монопсония на рынке фактора



Точки K_3 и K_4 по экономическому смыслу аналогичны точкам Курно монополии ($MRP_L = MC_L$), определяют объем спроса на труд и лежат на линии спроса на труд, цену труда монополист определяет по линии цен труда ($S_L = AC_L$)

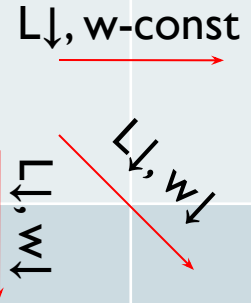
При совершенной конкуренции на товарном рынке точка равновесия – точка E_3

При монополии на товарном рынке – точка E_4 . Разница между уровнем MRP_L и w на рынке монопсонии составляет монопсонистическую эксплуатацию фактора

Равновесие на рынке труда при различных структурах товарного и факторного рынка

$$MRP_L = MC_L$$

		Рынок блага	
		Совершенная конкуренция (P – const)	МОНОПОЛИЯ
Рынок фактора	Совершенная конкуренция (w – const)	<p>ситуация 1:</p> $MRP_L = MP_L \times P$ $MC_L = w$	<p>ситуация 2:</p> $MRP_L = MP_L \times MR$ $MC_L = w$
	Монопсония	<p>ситуация 3</p> $MRP_L = MP_L \times P$ $MC_L = \Delta TC_L / \Delta L = TC_L'(L)$	<p>ситуация 4</p> $MRP_L = MP_L \times MR$ $MC_L = \Delta TC_L / \Delta L = TC_L'(L)$



3. Двусторонняя монополия на рынке труда

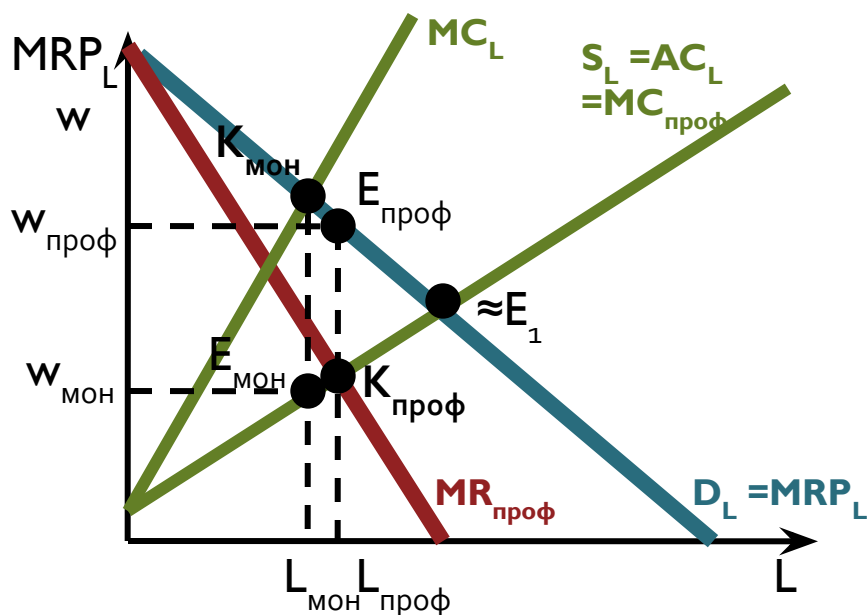
Для рынка труда такая ситуация означает, что фирма монополист сталкивается с профсоюзом работников

Равновесие профсоюза на рынке труда: $MR_{\text{проф}} = MC_{\text{проф}}$

Линия средней стоимости труда (AC_L) определяет ставку заработной платы в условиях монополии и совпадает с **предельными затратами профсоюза ($MC_{\text{проф}}$)** – ставкой заработной платы, которую должен предложить профсоюз, чтобы привлечь дополнительного работника

Линия цен профсоюза – линия D_L – линия максимальных цен спроса $\Rightarrow MR_{\text{проф}}$ в два раза круче линии D_L

3. Двусторонняя монополия на рынке труда



Точка $K_{\text{мон}}$ - точка Курно монополии ($MRP_L = MC_L$), определяет объем спроса на труд, цену труда монополист определяет по линии цен предложения труда ($S_L = AC_L$)

Точка $K_{\text{проф}}$ - точка Курно профсоюза ($MR_{\text{проф}} = MC_{\text{проф}}$), определяет объем предложения труда, цену труда профсоюз определяет по линии цен спроса на труда (D_L).

В результате переговоров ставка зарплаты может оказаться ближе к равновесному уровню (точка E_1)