

Тема 4. Совершенная и несовершенная конкуренция



Учебные вопросы:

1. Общая характеристика рынка совершенной конкуренции.
2. Спрос, валовой и предельный доход фирмы в условиях совершенной конкуренции.
3. Максимизация прибыли совершенно конкурентной фирмы в краткосрочном периоде.
4. Кривая предложения фирмы в краткосрочном периоде.

Учебные вопросы:

5. Краткосрочное конкурентное равновесие фирмы и отрасли.
6. Фирма и отрасль в долгосрочном периоде.
7. Кривая предложения отрасли в долгосрочном периоде.
8. Совершенная конкуренция и эффективность.

Определение:

Рыночной конкуренцией называется борьба за ограниченный спрос потребителя, ведущаяся между фирмами на доступных им частях (сегментах) рынка.

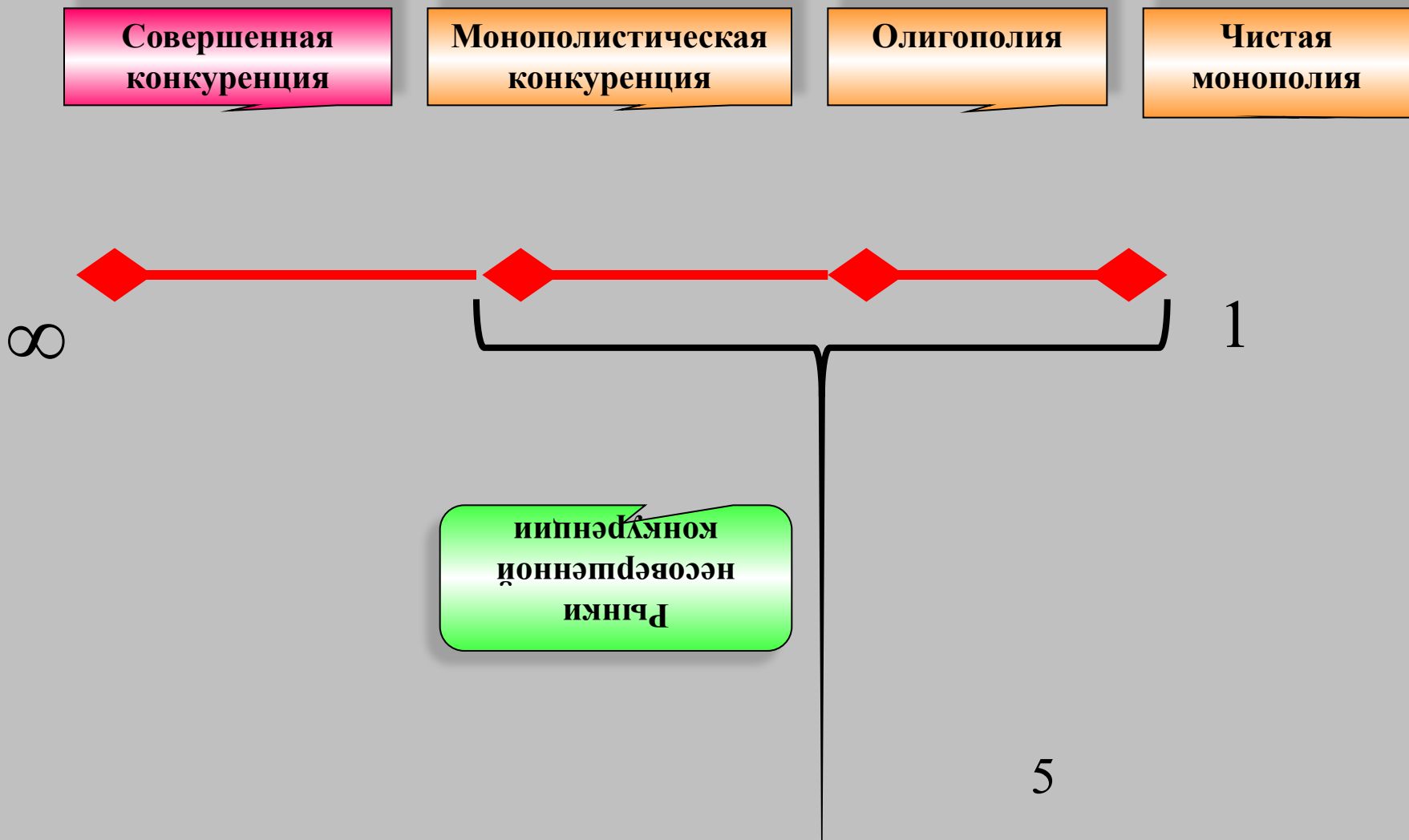
Конкуренция равнозначна награде для тех кто по более низкой цене, производит лучшие товары.

Иеремия Бентам (1748-1832 гг.)

Конкуренция – жизнь торговли и смерть торговцев.

Элберт Хаббард

Основные типы рыночных структур



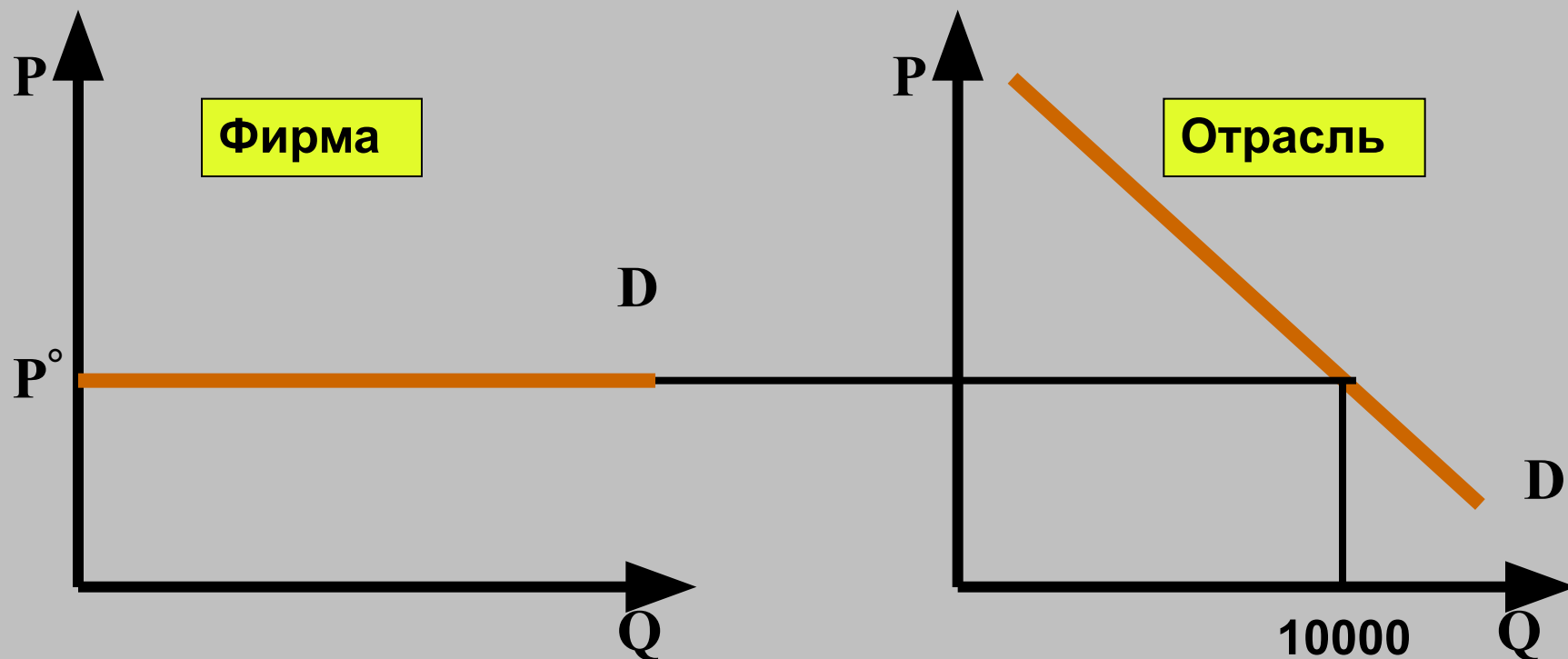
Вопрос 1. Общая характеристика рынка совершенной конкуренции

- 1. Большое число продавцов (на долю каждого не более 0,1% рынка).**
- 2. Стандартизированная продукция.**
- 3. Отсутствует контроль над ценами.**
- 4. Свободный вход и выход из отрасли.**
- 5. Полная информация.**

Вывод: Основной принцип функционирования рынка свободой конкуренции – цену определяет сам рынок, для фирм она задана.

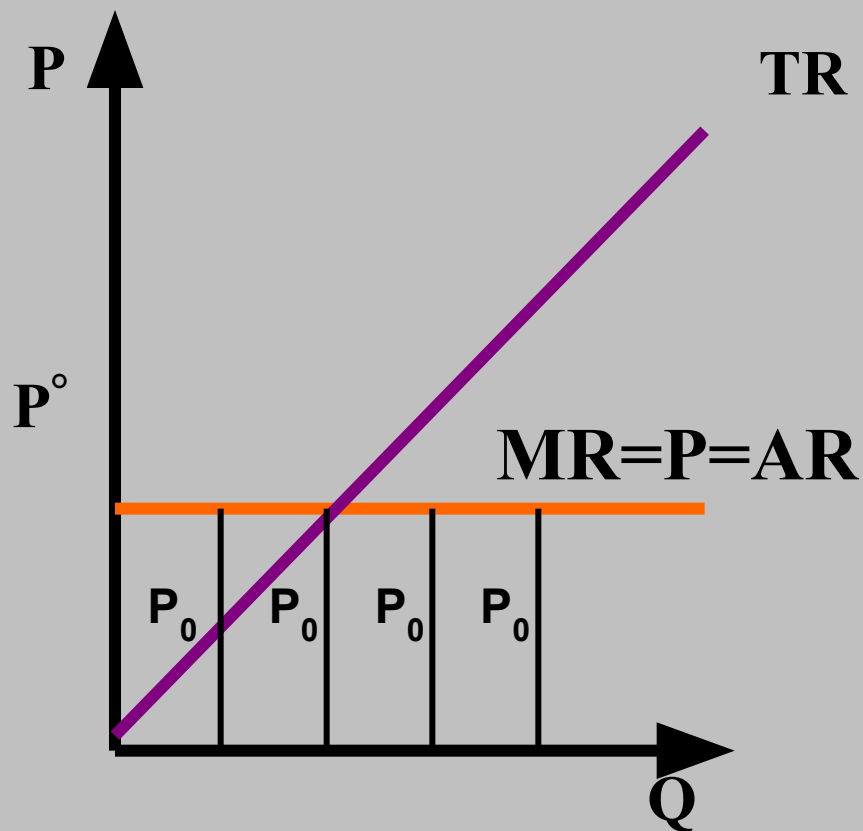
Вопрос 2. Спрос, валовой и предельный доход фирмы в условиях совершенной конкуренции

Спрос в условиях совершенной конкуренции совершенно эластичен.



Валовой доход фирмы и предельный доход.

$$TR = P \times Q$$



MR – предельный (добавочный) доход от продажи ещё одной единицы продукции ($MR=P$).

AR – средний доход, выручка от продажи единицы продукции ($AR=P$).

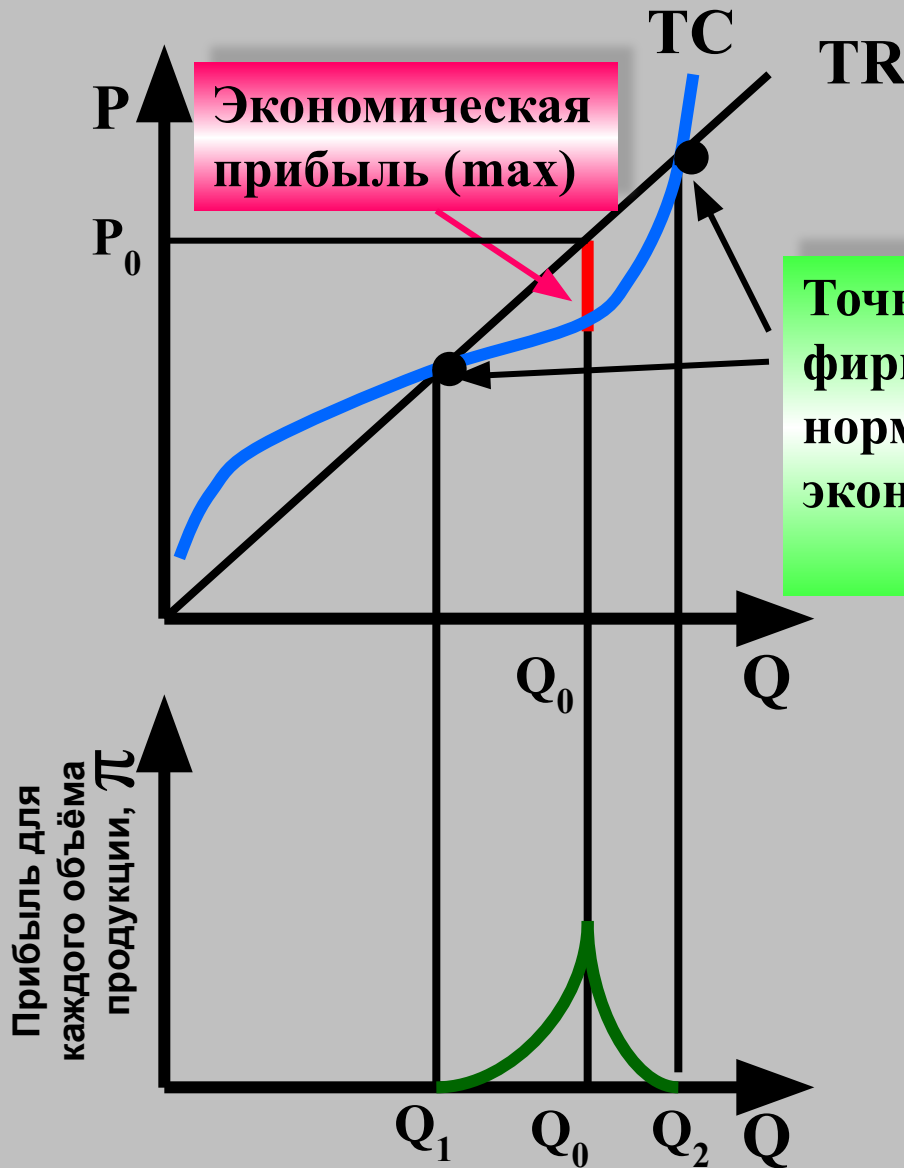
Вопрос 3. Максимизация прибыли совершенно конкурентной фирмой в краткосрочном периоде

Два подхода

На основе сравнения
валового дохода и валовых
издержек (общих)

На основе сравнения
предельного дохода и
предельных издержек

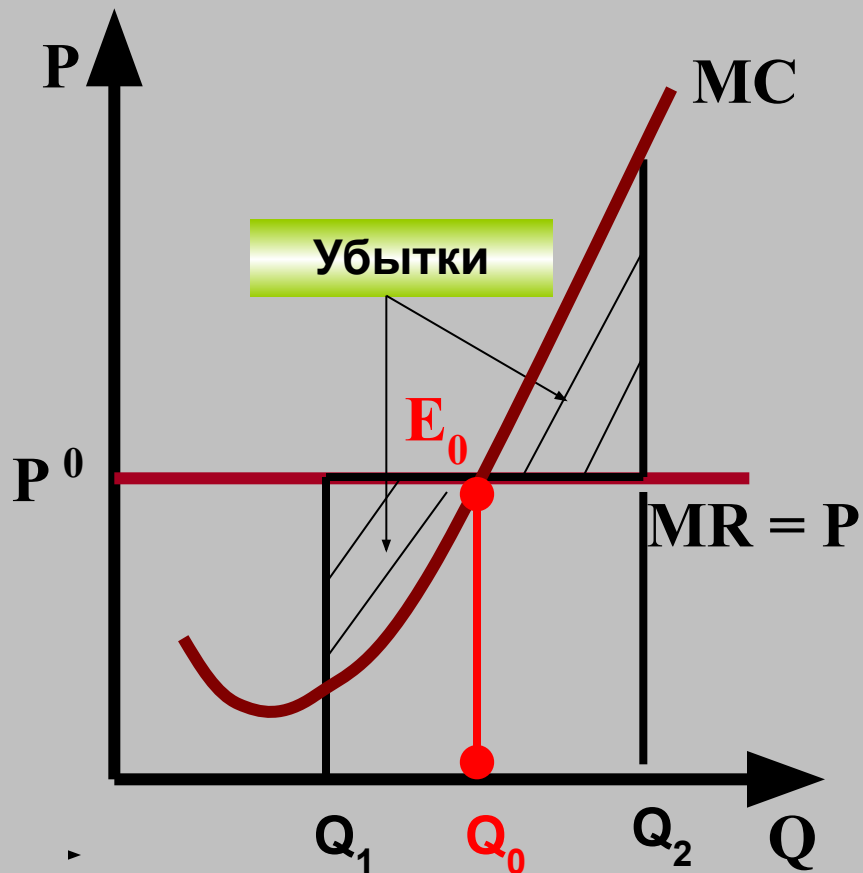
Сравнение валового дохода и валовых издержек



Фирме следует производить объём Q_0 где $TR > TC$

Сравнение предельного дохода и предельных издержек

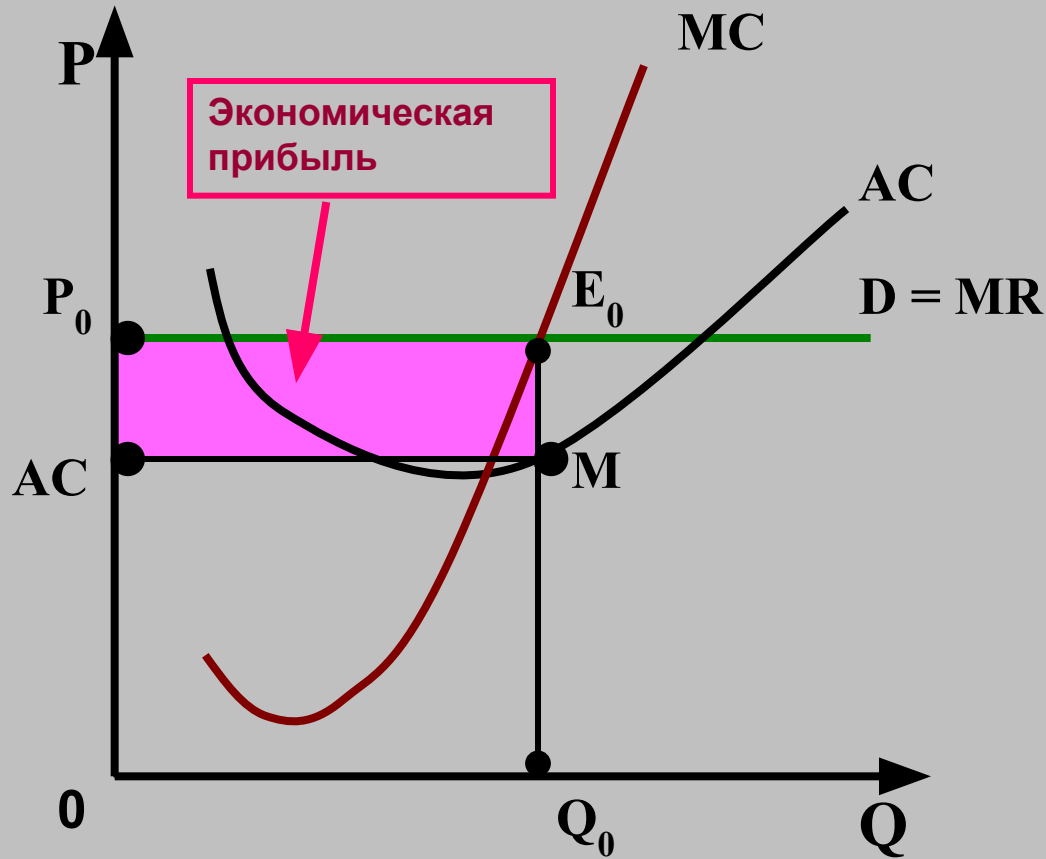
$$(MR = MC)$$






При объёме выпуска Q_0 MR является углом наклона TR, а MC углом наклона TC.

Фирма будет производить такое количество продукции при которой доход от последней проданной единицы товара будет равен издержкам на его производство. Точка E_0 .

Краткосрочная прибыль конкурентной фирмы



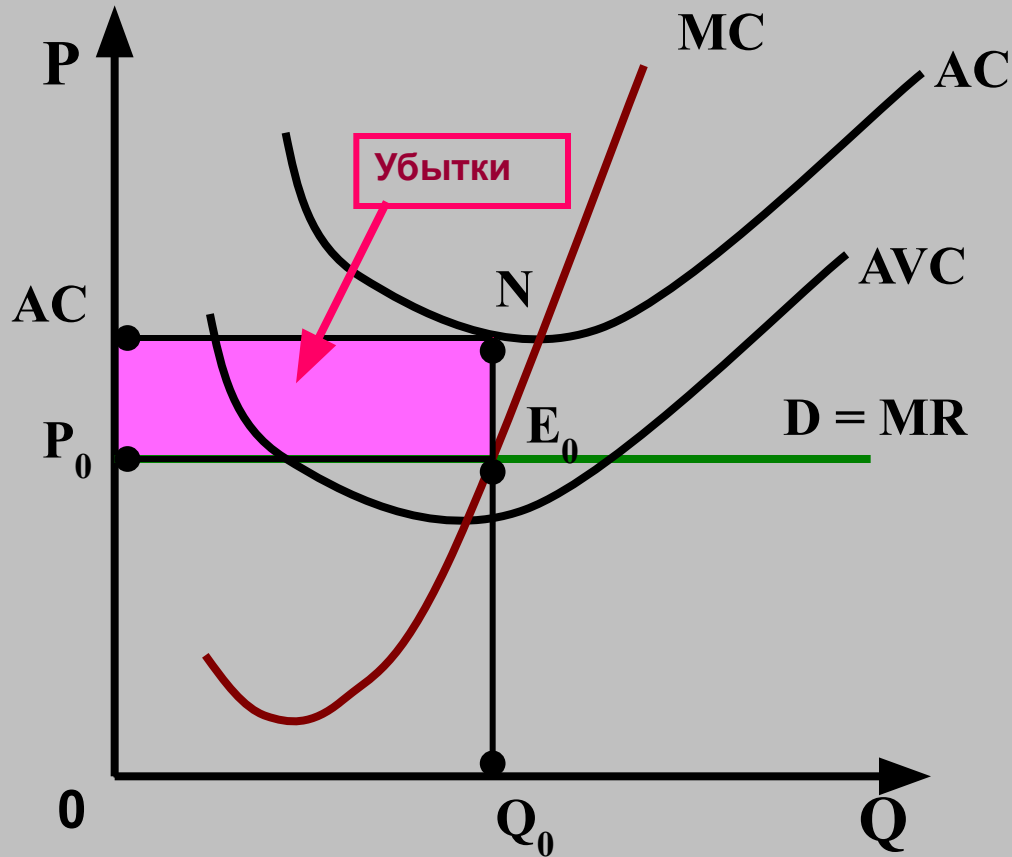
Фирма получает экономическую прибыль.

-  $P_0, E_0, Q_0, 0$ - есть валовой доход, TR
-  $AC, M, Q_0, 0$ - есть валовые издержки, TC
-  AC, P_0, E_0, M - экономическая прибыль, $TR - TC$ или $(P_0 - AC) \times Q_0$

①

$$P > AC$$

Краткосрочная прибыль конкурентной фирмы

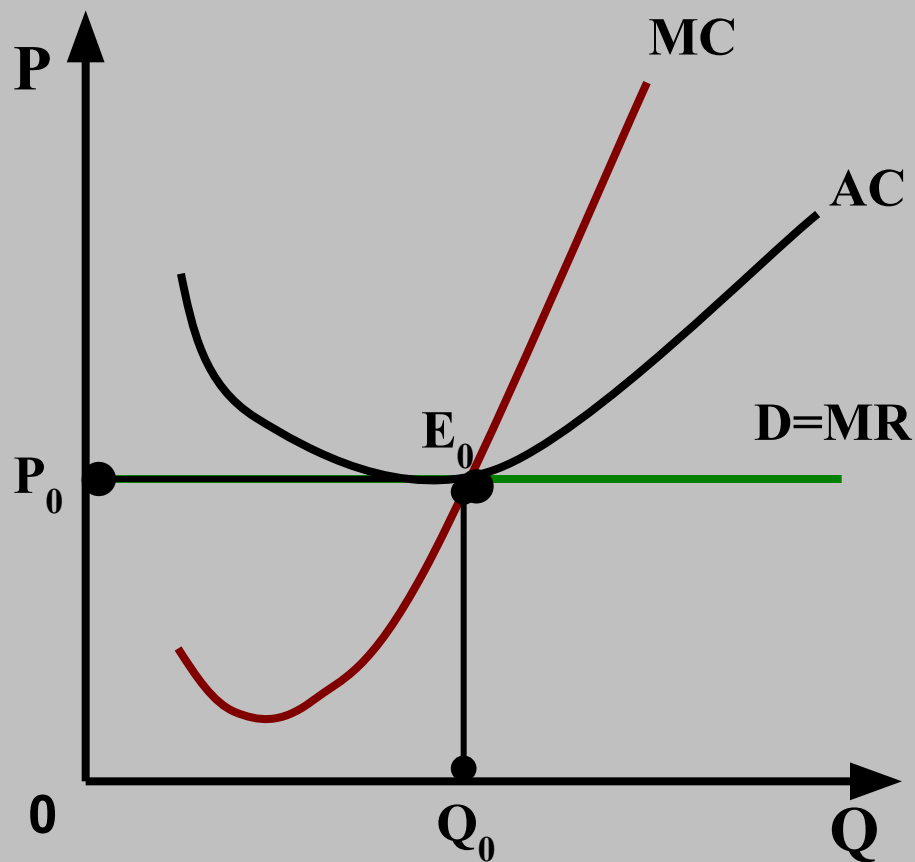


Фирма несет убытки но продолжает работать.

- $P_0, E_0, Q_0, 0$ - есть валовой доход TR
- $AC, N, Q_0, 0$ - есть валовые издержки TC
- AC, N, E_0, P_0 - убытки $TC - TR$ или $(AC - P_0) \times Q_0$

② **$AVC < P < AC$**

Краткосрочная прибыль конкурентной фирмы



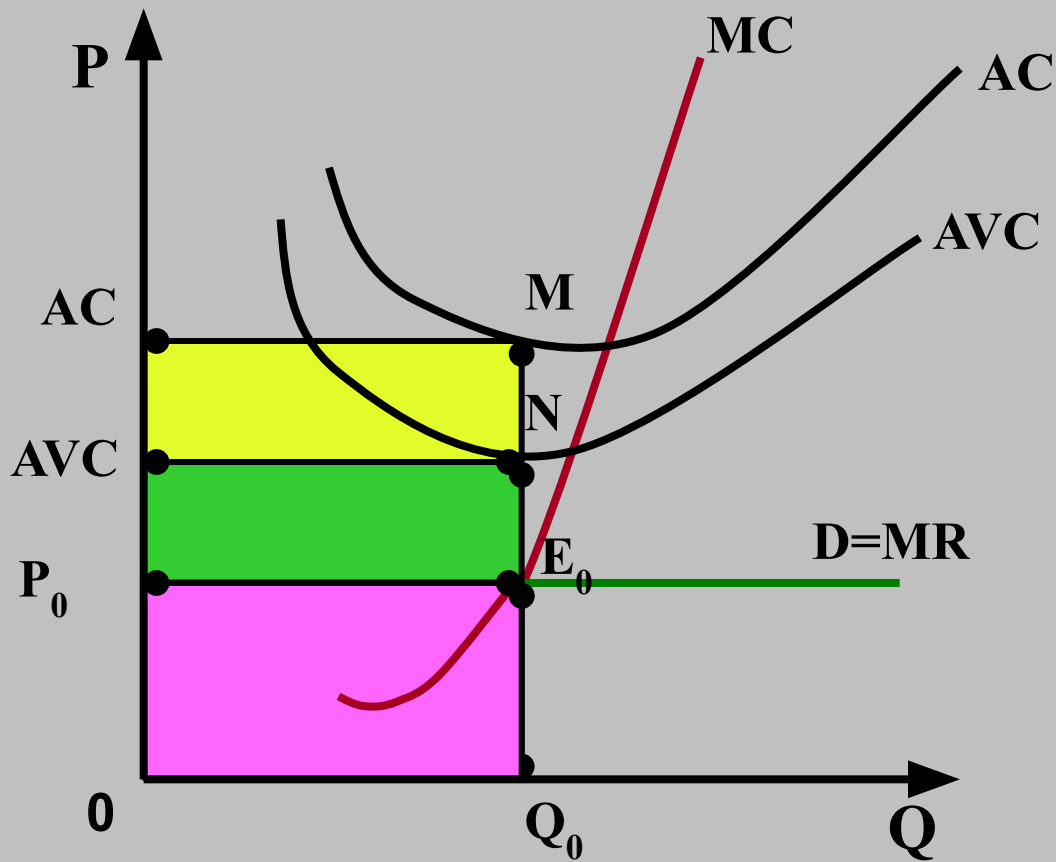
Фирма получает нормальную (нулевую экономическую) прибыль.

$$\underline{TR = TC} \text{ или } TR - TC = 0$$


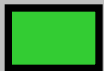


3

$$P = AC$$

Краткосрочная прибыль конкурентной фирмы



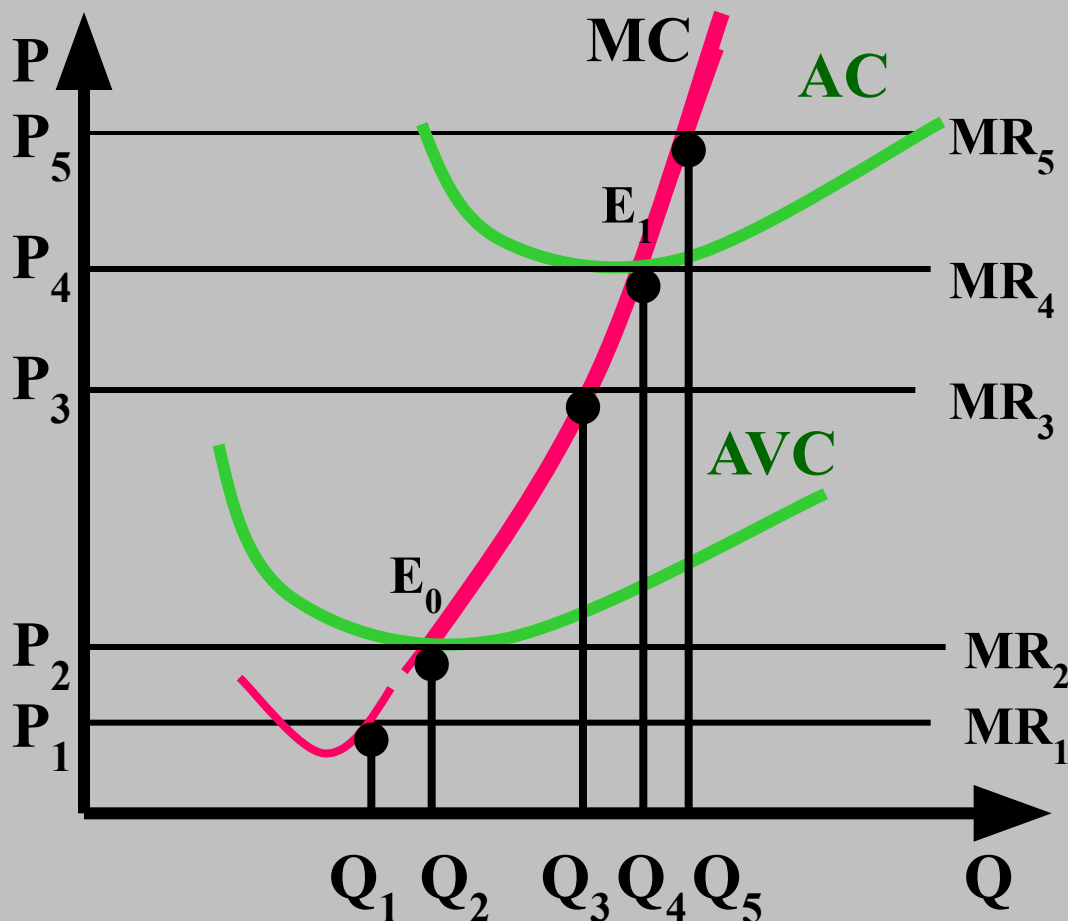
Фирма закрывается.

-  $AC, M, Q_0, 0 - TC$
-  $AVC, N, Q_0, 0 - VC$
-  $AVC, AC, M, N - FC$
-  $0, P_0, E_0, Q_0 - TR$

4

$P < AVC$

Вопрос 4. Кривая предложения фирмы в условиях совершенной конкуренции



Кривая предложения фирмы в краткосрочном периоде, в условиях совершенной конкуренции есть часть кривой предельных издержек (MC), которая находится выше кривой средних переменных издержек производства (AVC).

Повышение цены будет побуждать фирму увеличивать объем производства.

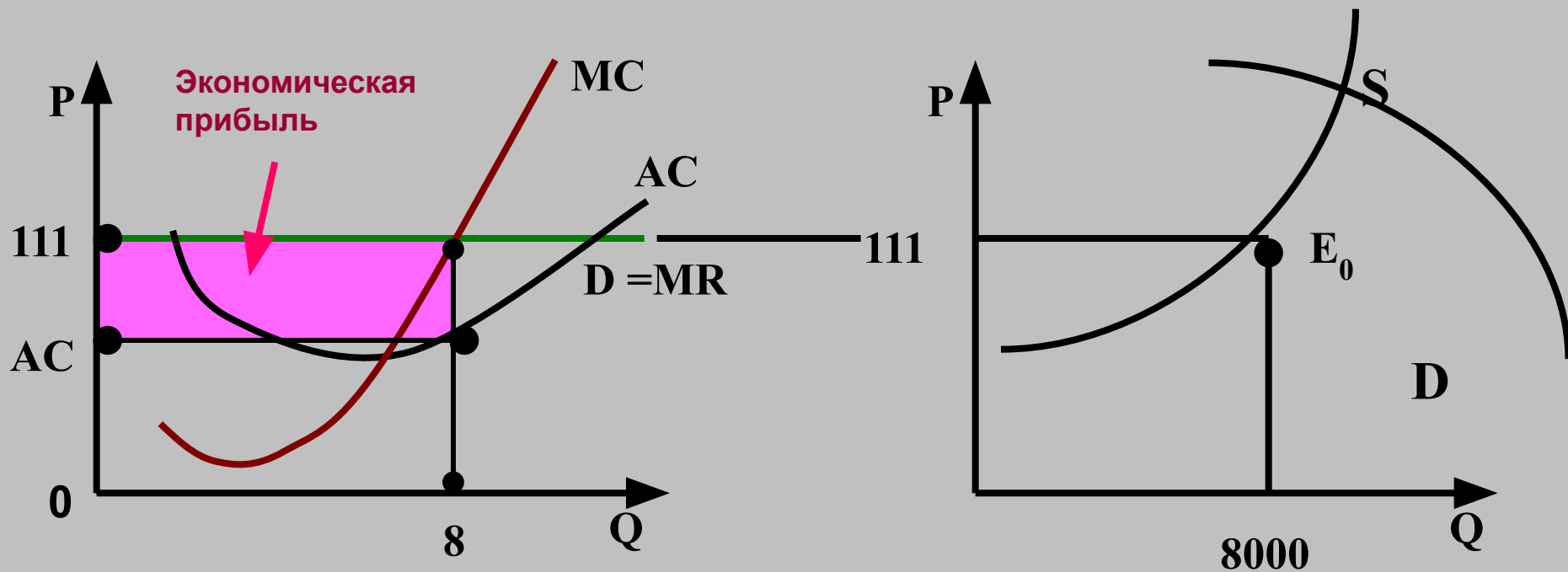
Вопрос 5. Конкурентное предложение фирмы и отрасли

Таблица. Фирма, рыночное предложение и спрос

Предложение одной фирмы	Предложение 1000 фирм	Цена товара	Величина совокупного спроса
10	10000	151	4000
9	9000	131	6000
8	8000	111	8000
7	7000	91	9000
6	6000	81	11000

При отраслевом спросе 8000 цена в отрасли 111 руб.

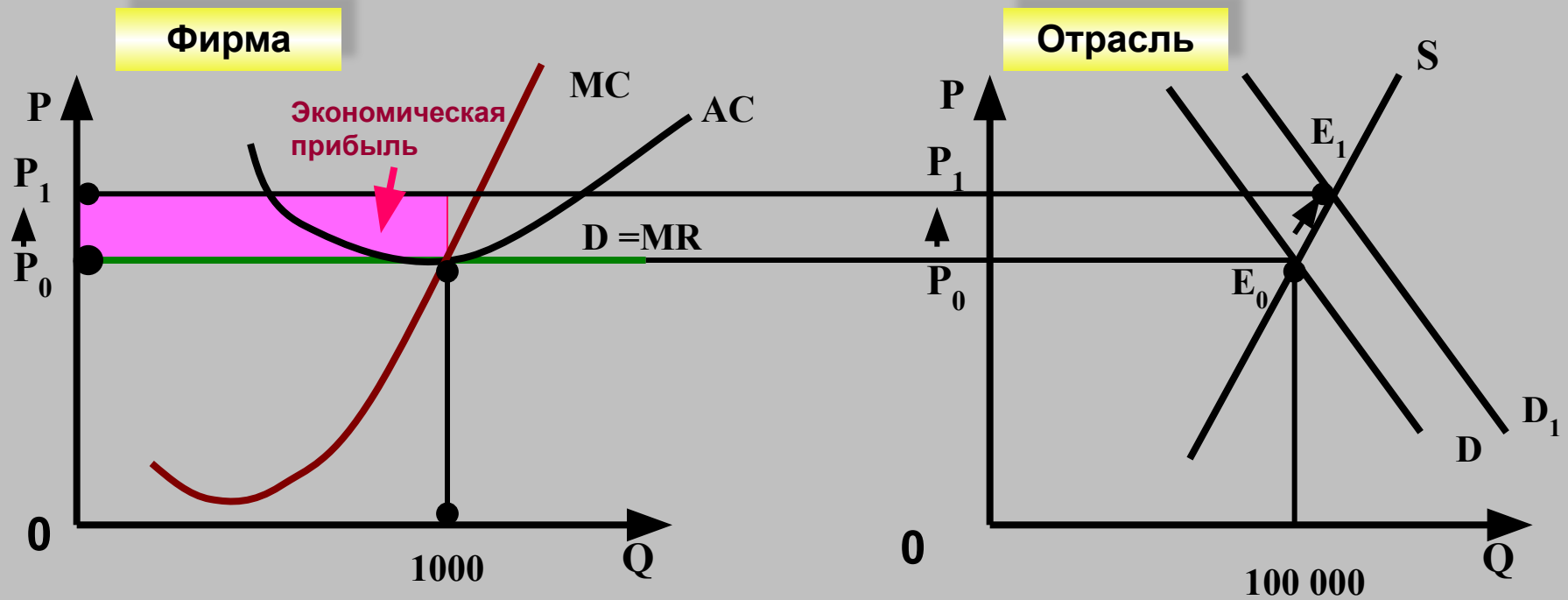
Краткосрочная прибыль конкурентной фирмы.



Фирма определяет объём производства 8 единиц и получает при этом экономическую прибыль.

Вопрос 6. Фирма и отрасль в долгосрочном периоде

Два предположения: 1. Фирмы стремятся к прибыли и остерегаются убытков.
2. Фирмы свободно входят в отрасль и покидают её.

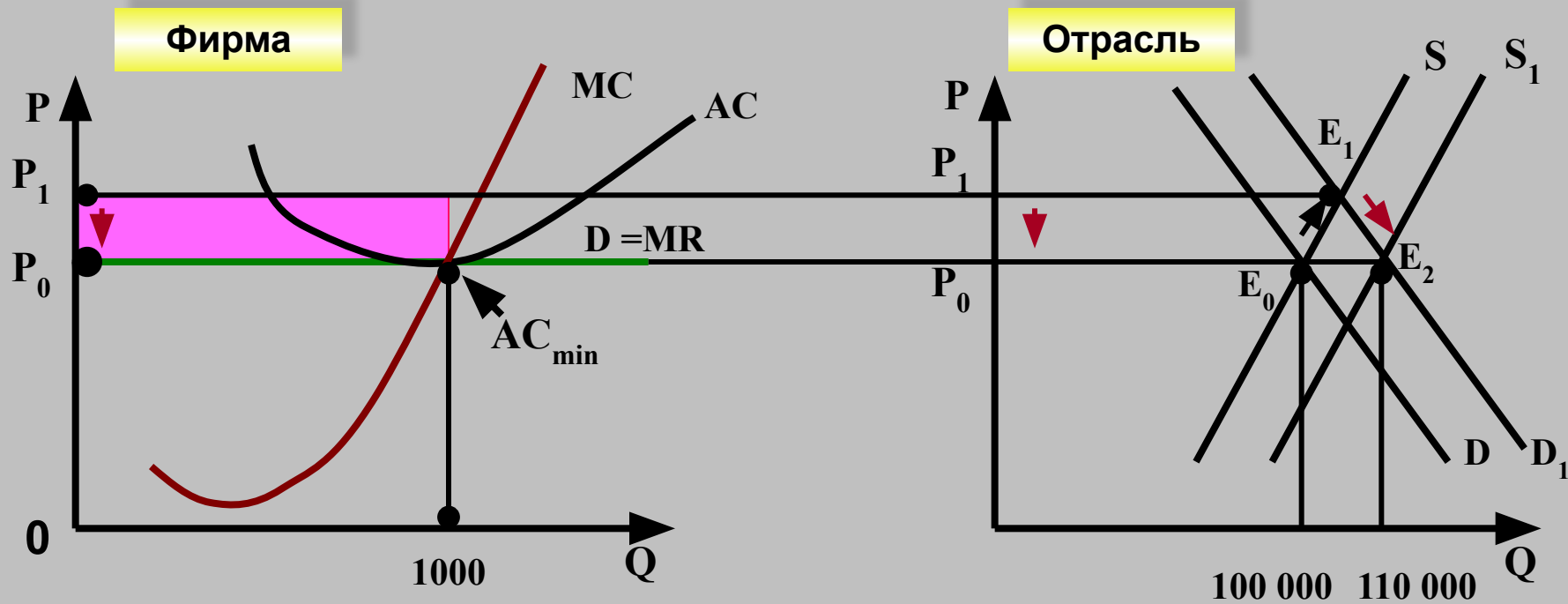


Что произойдет если спрос на продукцию отрасли возрастет ?

В связи с увеличением доходов кривая спроса на продукцию отрасли сдвигается в положение D₁.

В краткосрочном периоде устанавливается равновесие в точке E₁, где цена P₁. Фирмы при цене P₁ могут получать экономическую прибыль.

Отрасль привлекательна и в неё устремляются другие фирмы. Предложение возрастает. Кривая предложения S в положение S_1 .

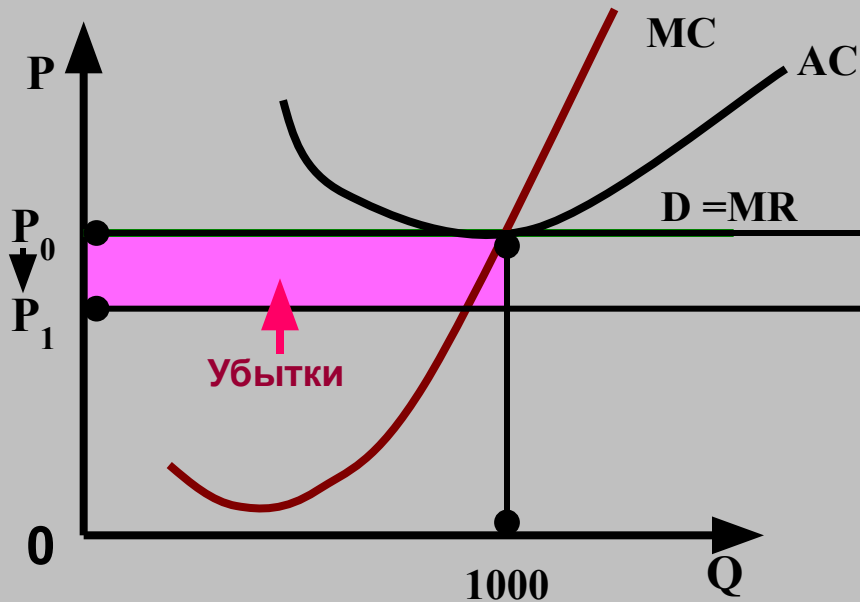


Цены снижаются до P_0 . Вновь достигается равенство цен и минимальных средних издержек AC_{min} . Фирмы в долгосрочном периоде снова получают нормальную прибыль.

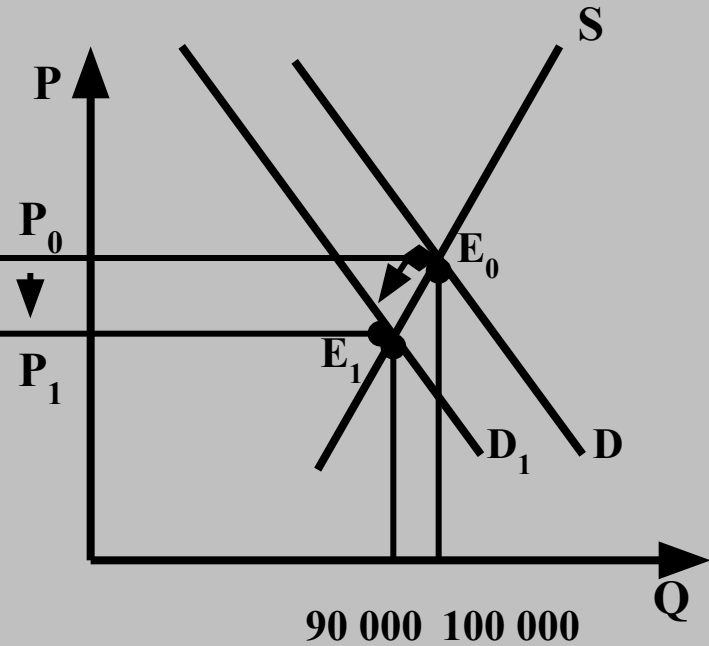
Вывод: Массовое вступление в отрасль других фирм ликвидировала экономическую прибыль.

Что произойдет если спрос на продукцию отрасли упадет ?

Фирма.

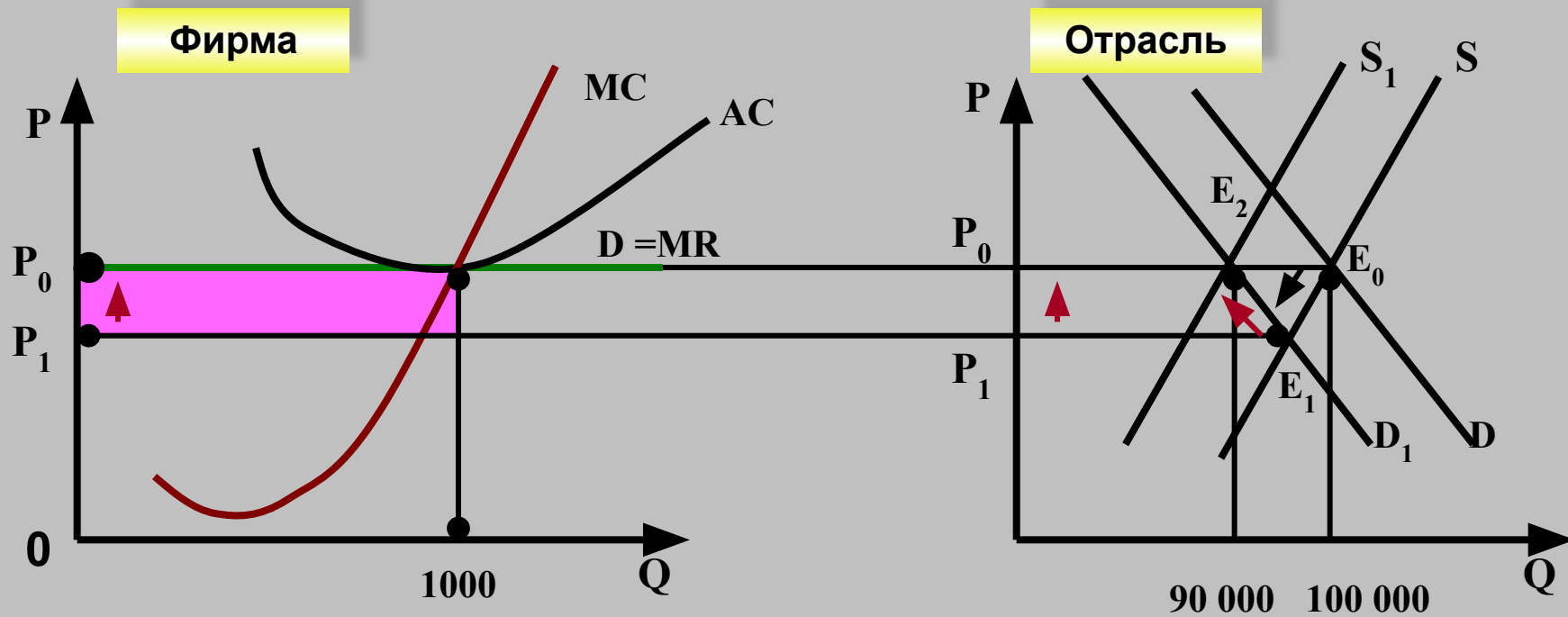


Отрасль.



Потребительский спрос снизился, сократились доходы. Кривая спроса отрасли переместится в положение D_1 . Новое краткосрочное равновесие в точке E_1 , с новой ценой P_1 . Фирмы начинают нести убытки. Многие начнут покидать отрасль.

Предложение товаров уменьшается, кривая предложения в долгосрочном периоде в положение S_1 . Устанавливается новое долгосрочное равновесие в точке E_2 с ценами P_0 . Фирмы снова получают нормальную прибыль.



Вывод: Массовый выход фирм из отрасли ликвидирует убытки.

Вопрос 7. Кривая предложения отрасли в долгосрочном периоде

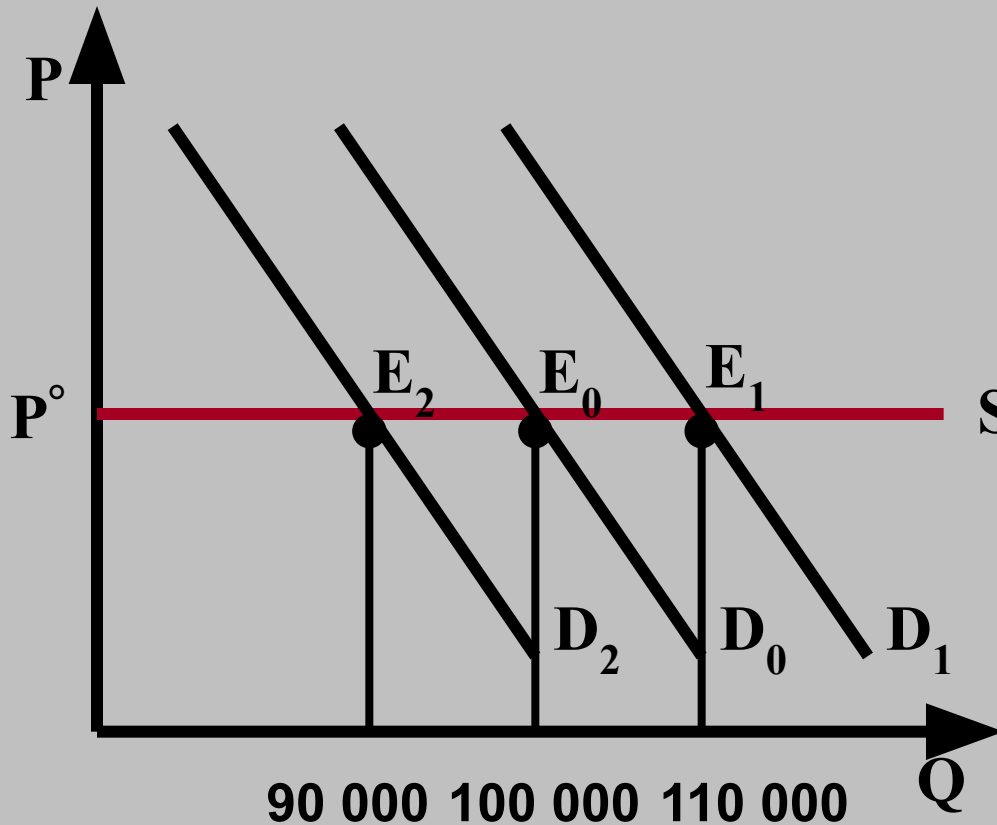
В долгосрочном периоде могут существовать:

а) Отрасль с постоянными издержками – когда расширение отрасли за счет вступления новых фирм и сужение отрасли за счет выхода фирм не оказывает ни какого влияния на цены ресурсов.

б) Отрасль с возрастающими издержками – когда с расширением отрасли или с её сужением цены на ресурсы изменяются, что ведет к повышению средних валовых издержек.

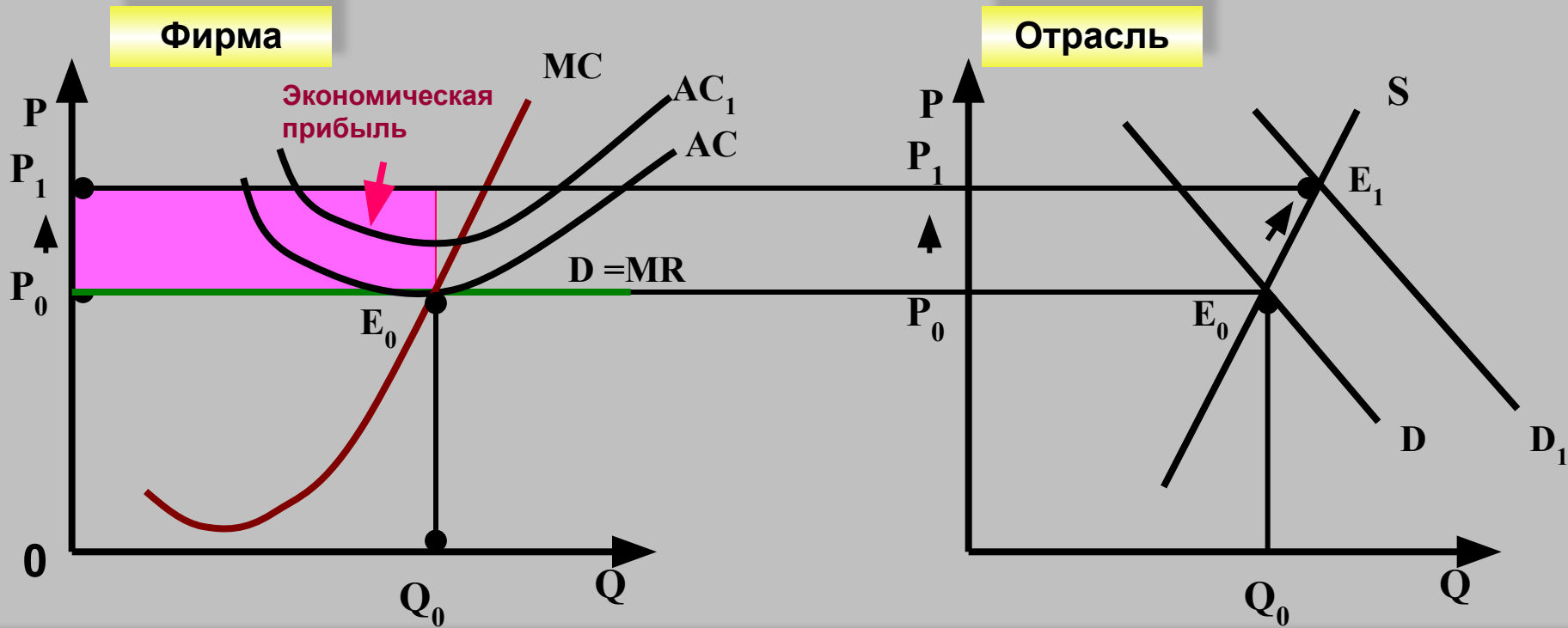
в) Отрасль с сокращающимися издержками – когда с расширением отрасли или с её сужением цены на ресурсы изменяются, что ведет к понижению средних валовых издержек.

Отрасль с постоянными издержками:



Кривая предложения отрасли с постоянными издержками в долгосрочном периоде совершенно эластична. Цена (P) в долгосрочном периоде равна средним издержкам (AC).

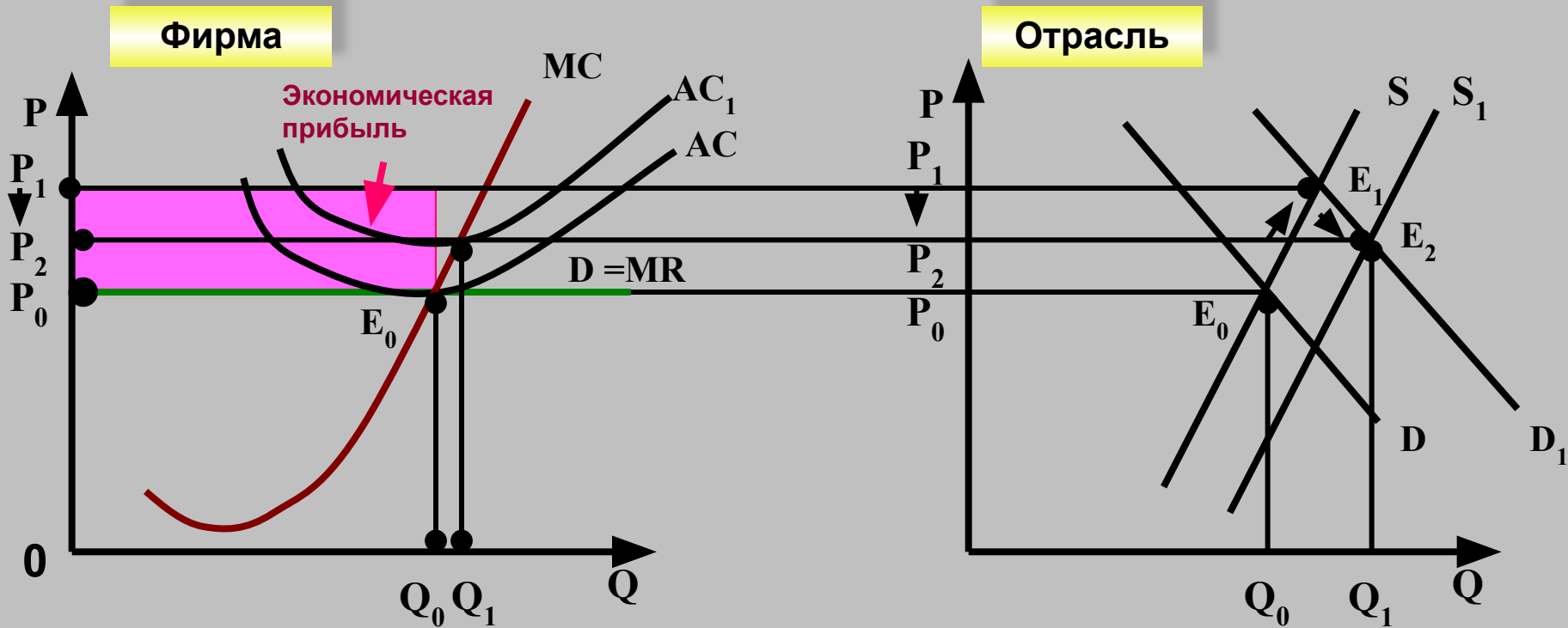
Отрасль с возрастающими издержками:



Отрасль в состоянии равновесия. Равновесная цена P_0 . Рост спроса на продукцию отрасли приводит к увеличению доходов и сдвигу кривой спроса в положение D_1 . Фирмы начинают получать экономическую прибыль.

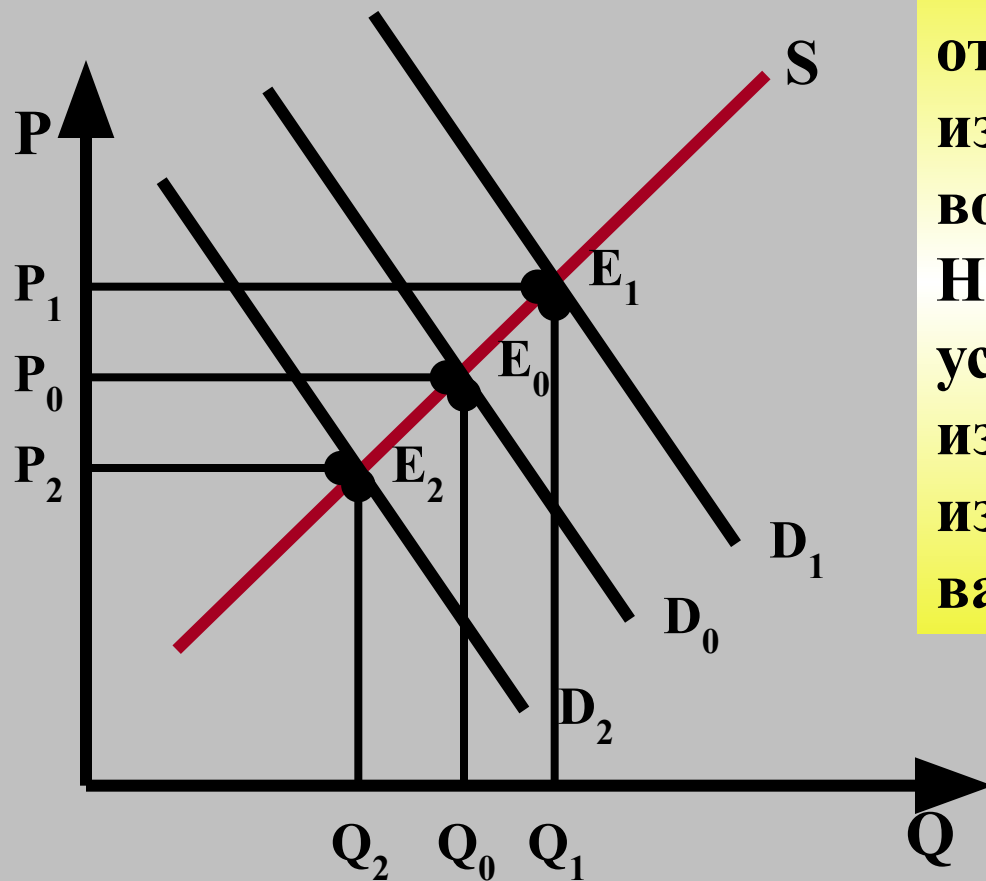
Начинается приток фирм в эту отрасль. Предложение возрастает, возрастает спрос на ресурсы. Цены на них растут. Средние валовые издержки фирм повышаются до AC .

Отрасль с возрастающими издержками:



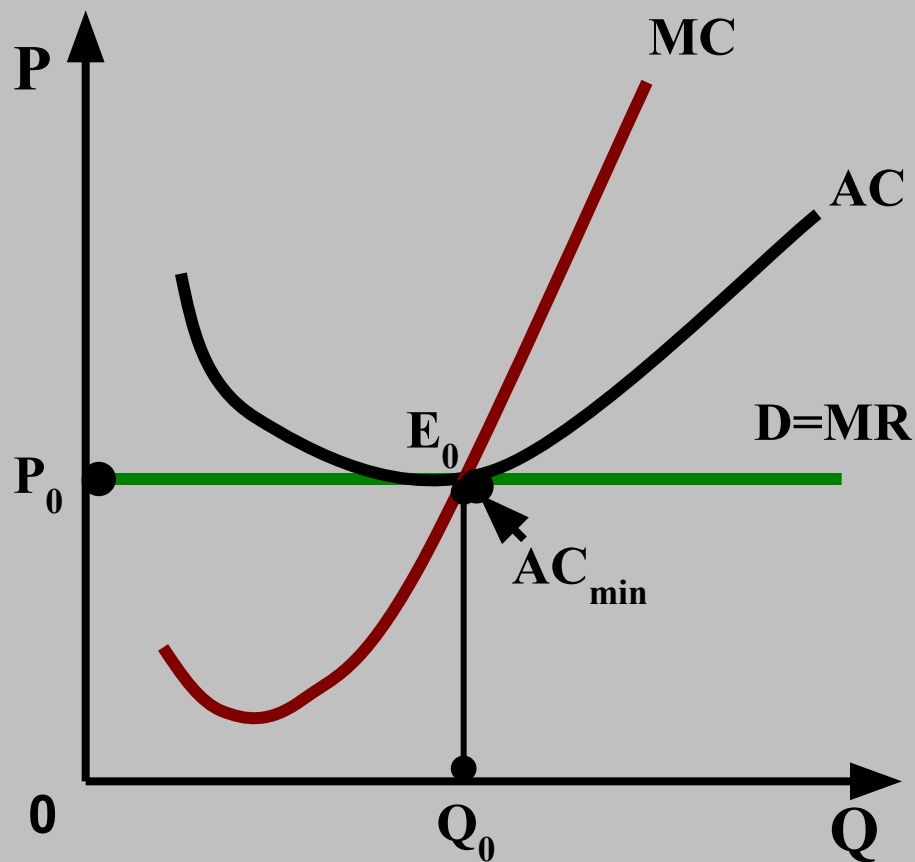
Кривая предложения сдвигается в положение S_1 . Новое равновесие в точке E_2 с ценой P_2 . В долгосрочном периоде фирмы снова получают нормальную (нулевую экономическую прибыль).

Кривая предложения отрасли с возрастающими издержками



Кривая предложения отрасли с возрастающими издержками является возрастающей. Новое равновесие устанавливается при изменяющейся цене и изменяющихся средних валовых издержках.

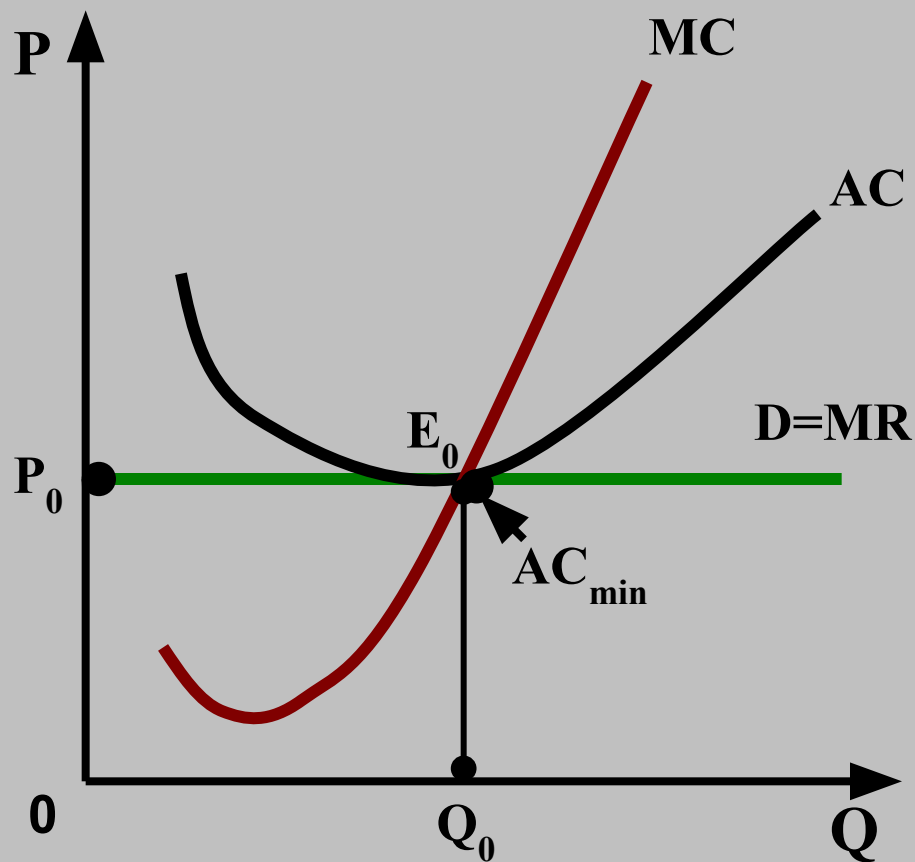
Вопрос 8. Совершенная конкуренция и эффективность



Фирма в долгосрочном периоде.

$$P = MC = \min AC$$

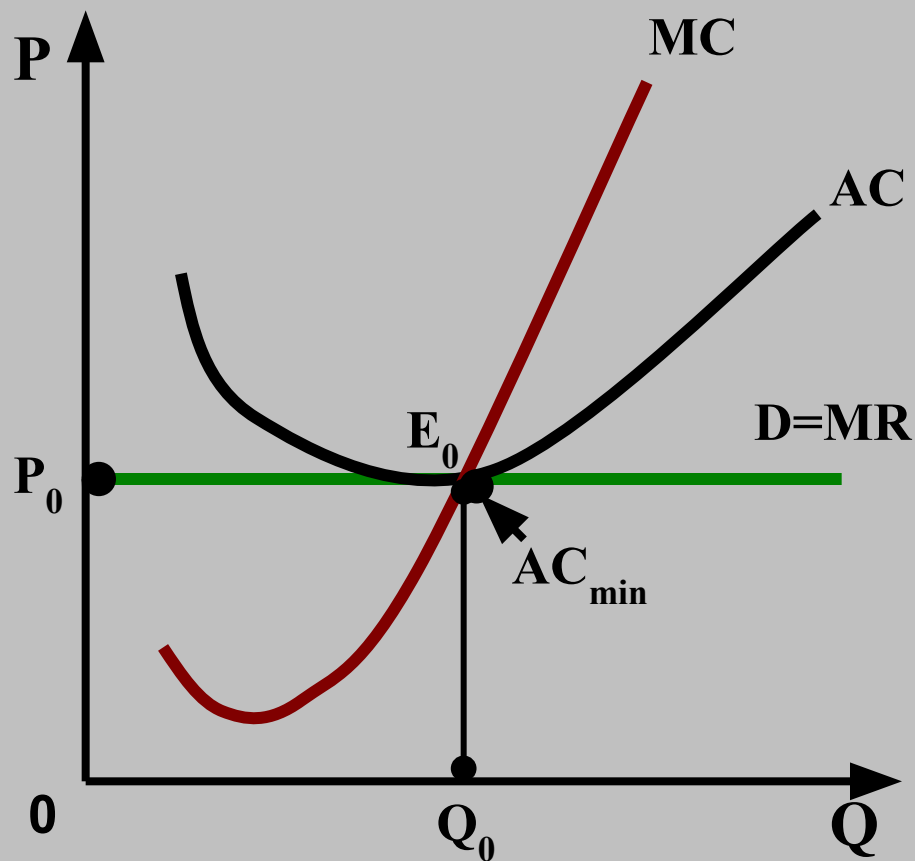
Производственная эффективность



$$P = \min AC$$

Конкуренция вынуждает фирмы производить такой объём продукции, который приходится на точку $\min AC$.

Распределительная эффективность



$$P = MC$$

В условиях совершенной конкуренции фирмы будут производить каждый продукт в таком объёме, когда предельная выгода (P) и предельные издержки (MC) равны.

Вопросы для самопроверки:

- 1. Что такое рыночная конкуренция?**
- 2. Какие типы рыночных структур являются основными?**
- 3. Каковы основные черты свободной конкуренции?**
- 4. Как определяются валовой и предельный доход фирмы, каковы их графические характеристики?**
- 5. Как максимизируется прибыль совершенно конкурентной фирмой в краткосрочном масштабе?**

Вопросы для самопроверки:

6. Опишите кривую предложения фирмы в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде.
7. Каковы особенности долгосрочного равновесия фирмы и отрасли?
8. Опишите кривую предложения отрасли в долгосрочном периоде.
9. В чем эффективность совершенной конкуренции?

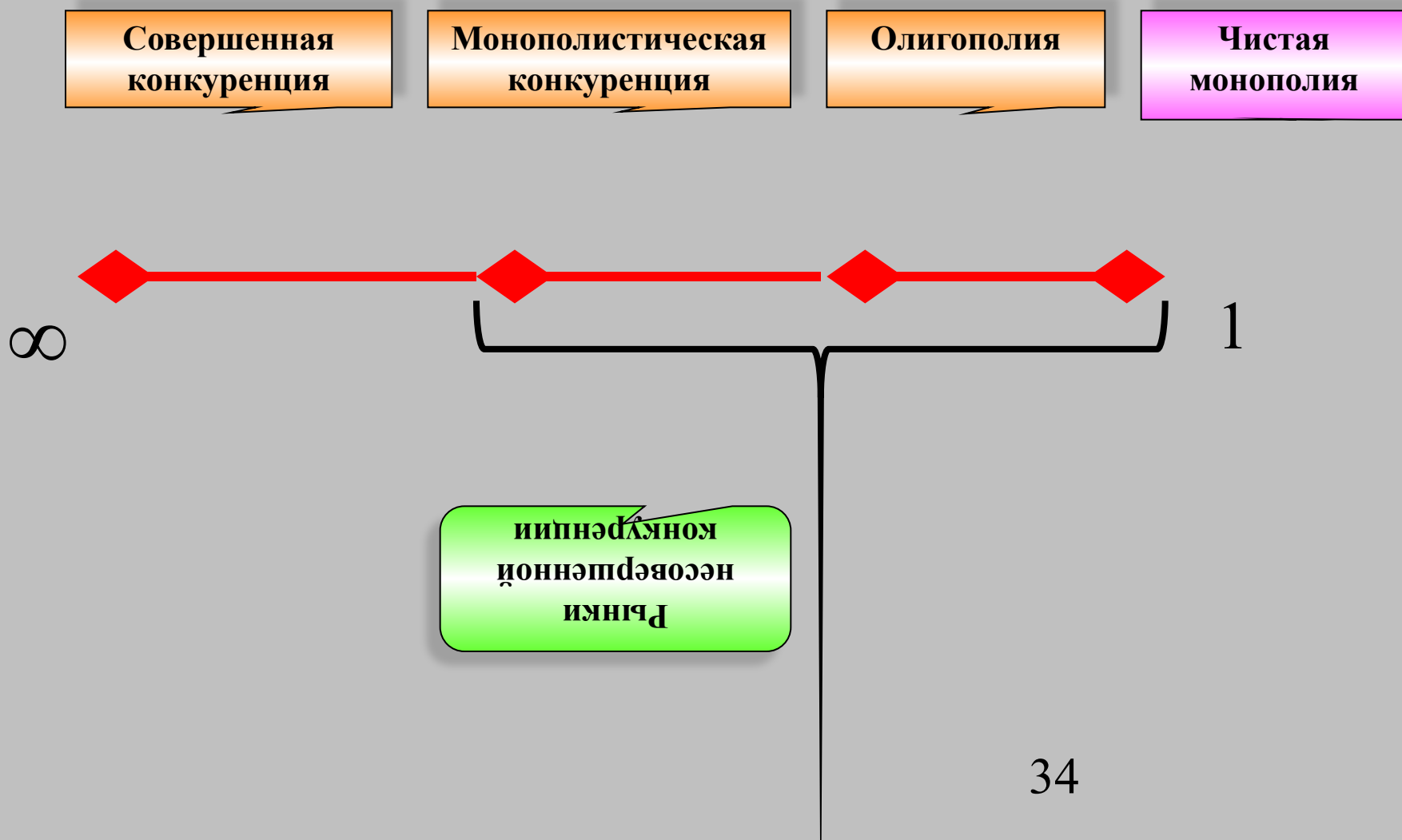
Учебные вопросы:

9. Основные характеристики чистой монополии.

10. Определение объёма производства и цен в условиях чистой монополии.

11. Регулируемая монополия.

Основные типы рыночных структур



Вопрос 9. Основные характеристики чистой монополии

Определение: **Монополия** (от греческого *monos* – один, *polio* – продаю) – рыночная структура при которой единственный производитель товаров в данной отрасли, которые не имеют близких заменителей.

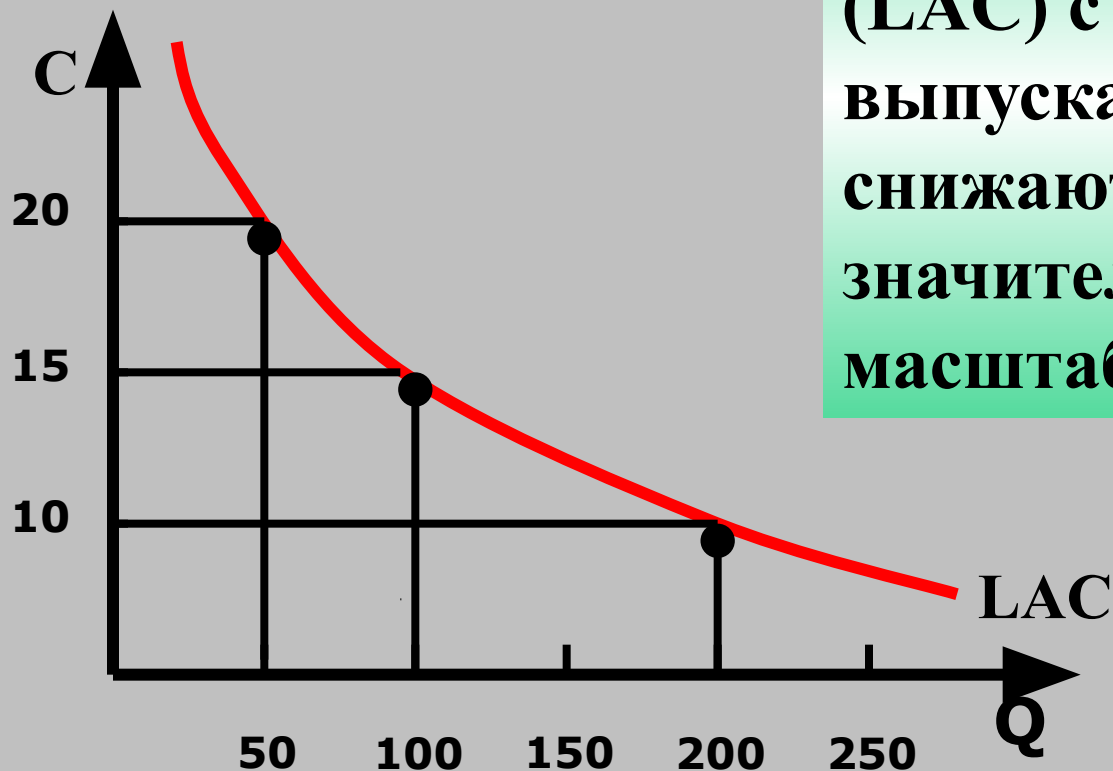
Основные черты:

1. Единственный продавец. Монополист это фирма и отрасль одновременно.
2. Нет близких заменителей. Приемлемых альтернатив у покупателя нет.
3. Контроль над ценами. Изменяя количество продукта монополист меняет его цену.
4. Заблокированное вступление в отрасль. Наличие барьеров для вступления в отрасль.
5. Неценовая конкуренция (реклама и оказание дополнительных услуг).

Барьеры для вступления в отрасль:

1. Эффект масштаба:

Если средние долгосрочные издержки (LAC) с ростом объёма выпуска продукции снижаются, возникает значительная экономия от масштаба.



Барьеры для вступления в отрасль:

2. Правовые барьеры:

- **Патенты** – это исключительные права использовать или разрешать другим использовать изобретения.
- **Лицензии** – это ограничение государством какого-либо вида деятельности через выдачу лицензий, на право заниматься этим видом деятельности.

Барьеры для вступления в отрасль:

3. Владение важнейшими видами сырья или контроль над ними.

4. Высокие издержки вхождения в отрасль.

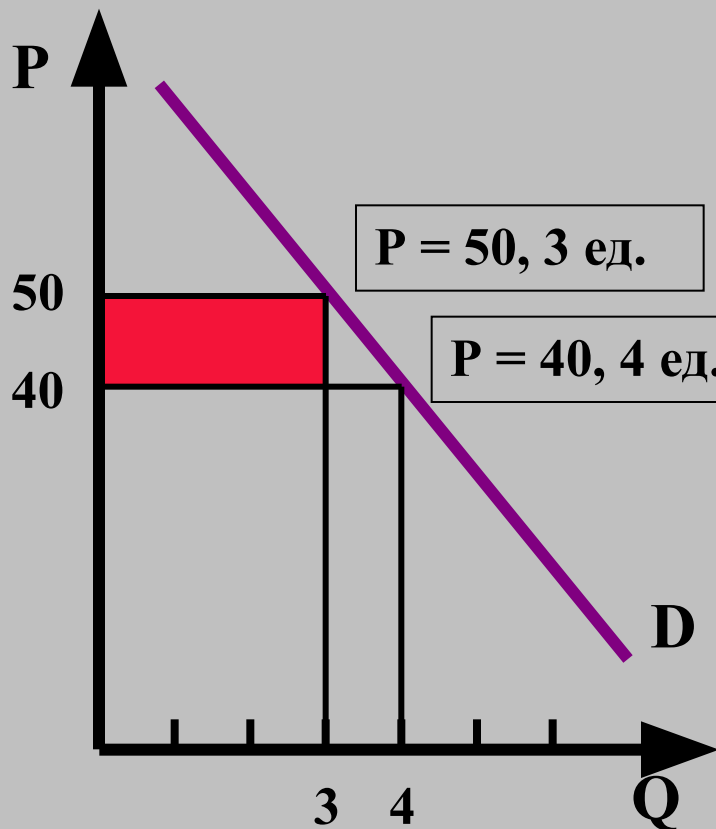
Таблица 1. Стоимость торговой марки

Торговая марка	Стоимость торговой марки (млрд. \$)
Coca-Cola	70,5
Microsoft	65,2
Nokia	29,4
Marlboro	22,2
Mercedes	21,4

т.о. рыночная стоимость компании Coca-Cola на 70 млрд. \$ больше, чем стоимость всех её активов.

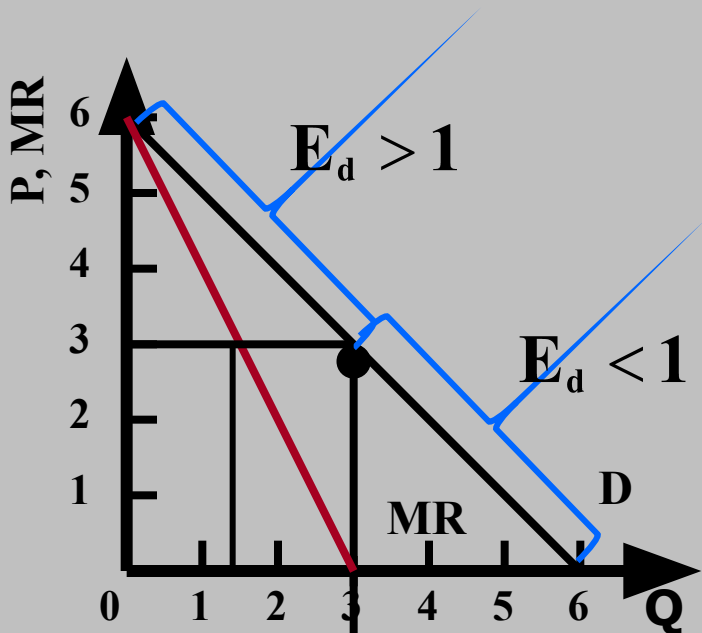
Цена и предельный доход фирмы монополиста

Чтобы продать больше продукции монополист должен снизить цену. Поэтому кривая спроса нисходящая.



Предельный доход MR становится меньше цены. Так как снижение цены относится не только к дополнительно проданной продукции, но и ко всей другой, которая могла быть реализована по более высокой цене.

Кривые спроса, совокупного и предельного дохода фирмы монополиста



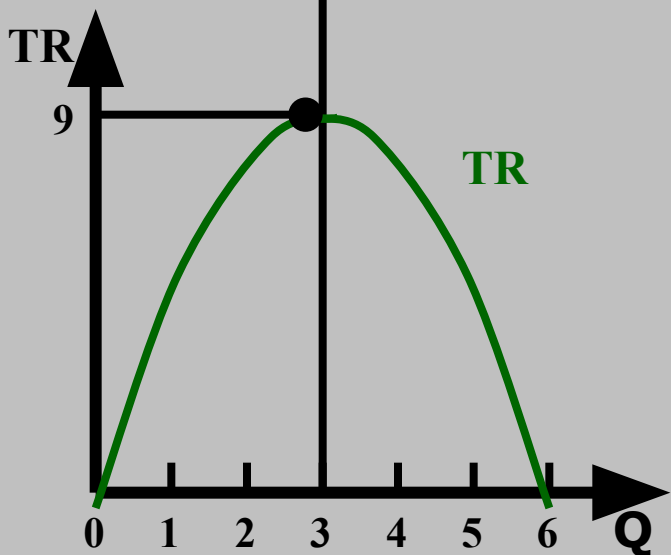
$$P = 6 - Q$$

$$TR = P \times Q$$

$$MR = P - 2Q$$

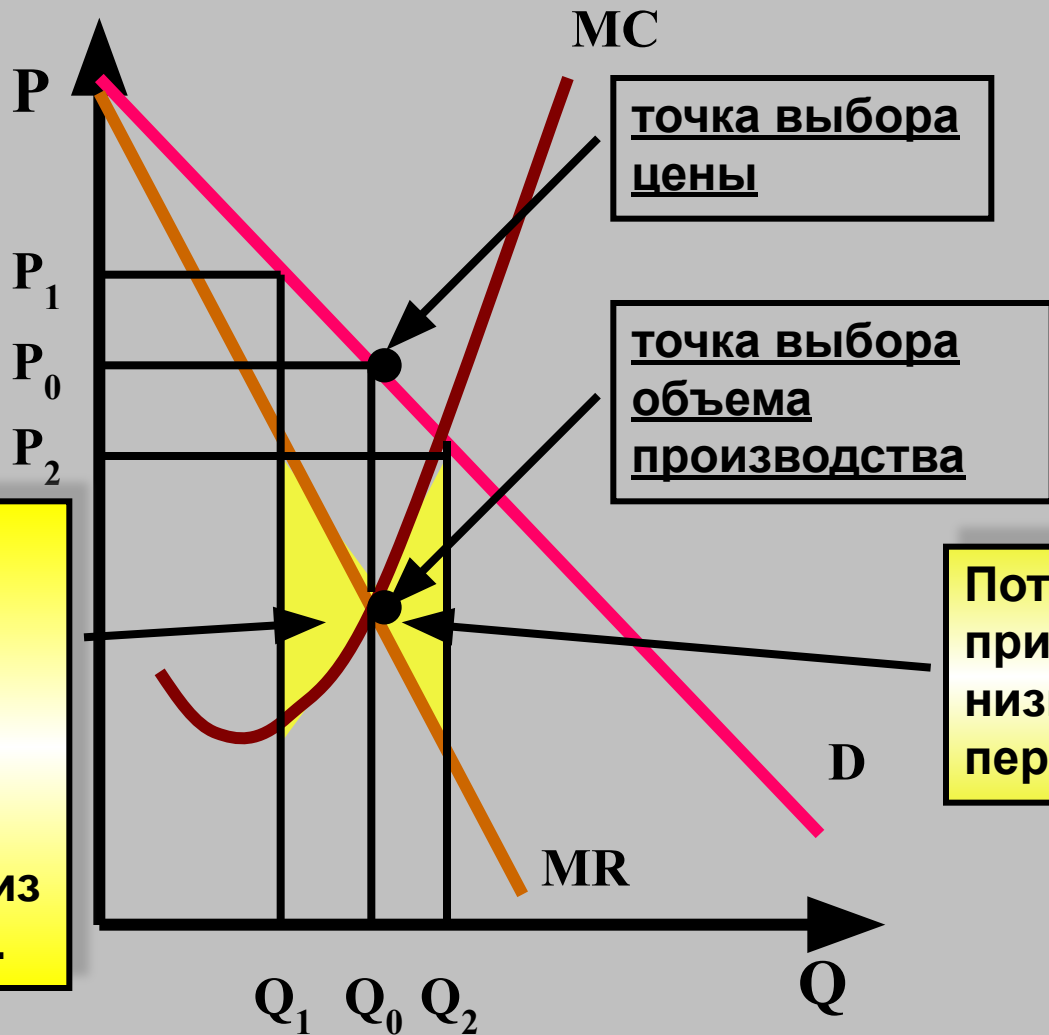
Таблица 2

Q	P	TR	MR
0	6	0	
1	5	5	5
2	4	8	3
3	3	9	1
4	2	8	-1
5	1	5	-3



**Валовой доход растет пока MR положительное число.
Следовательно монополист будет выбирать объём производства на участке эластичного спроса.**

Вопрос 10. Определение объёма производства и цены фирмой монополистом



Правило $MR = MC$

точка выбора цены

точка выбора объема производства

Потеря прибыли при слишком высокой цене и недопроизводстве.

Потеря прибыли при слишком низкой цене и перепроизводстве.

Цифровой пример:

Пусть функция издержек $TC(Q) = 50 + Q^2$,
где 50 постоянные издержки, Q^2 – переменные.

Функция спроса: $P(Q) = 40 - Q$

$$MC = \Delta TC / \Delta Q = (TC)' = (50 + Q^2)' = 2Q$$

$$MR = \Delta TR / \Delta Q = (TR)' = (P \times Q)' = (40Q - Q^2)' = 40 - 2Q$$

$$MR = MC \rightarrow 40 - 2Q = 2Q, Q = 10, P = 30$$

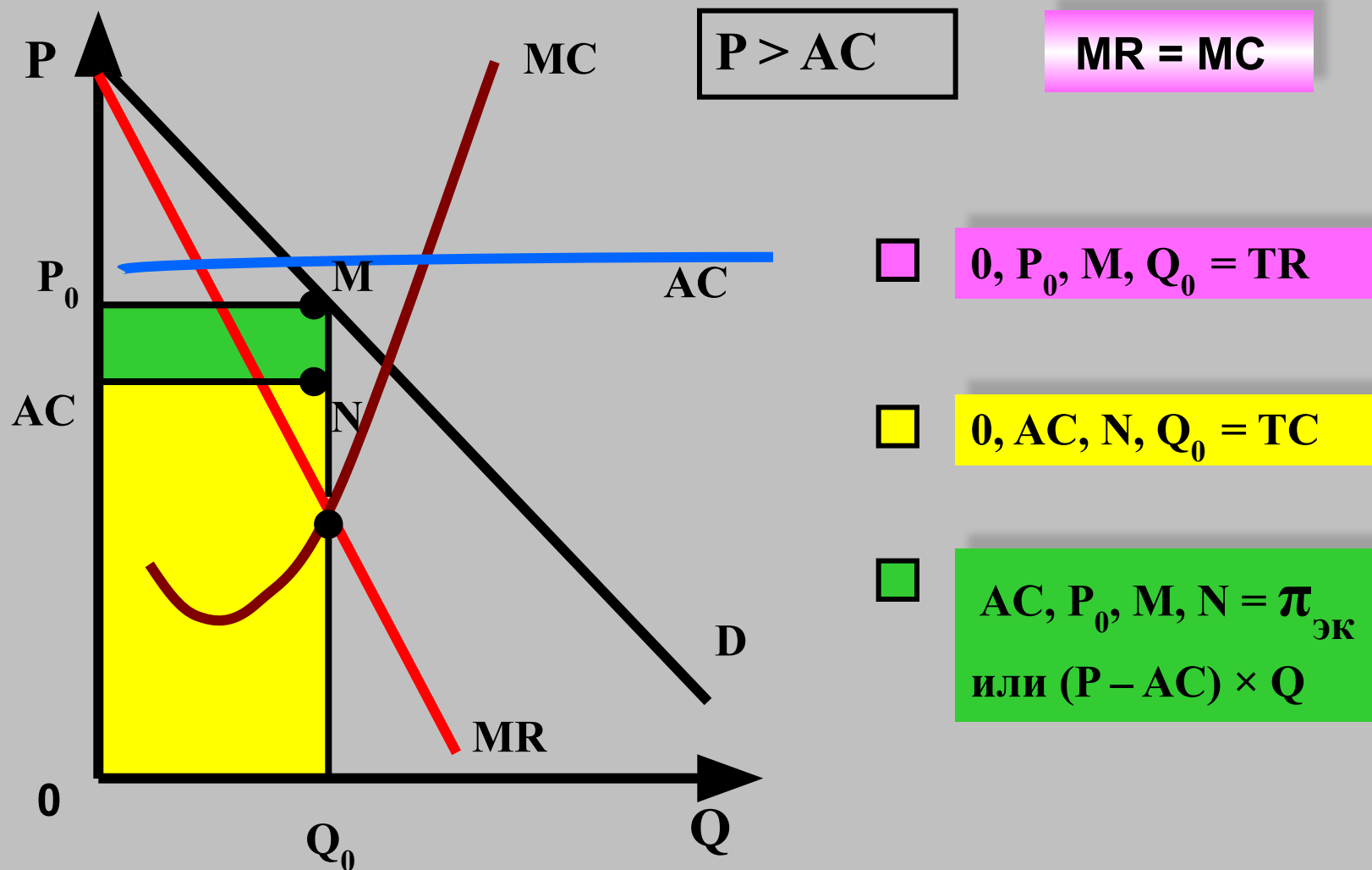
Правило «большого пальца» в ценообразовании:

Оно выражает надбавку к предельным издержкам:

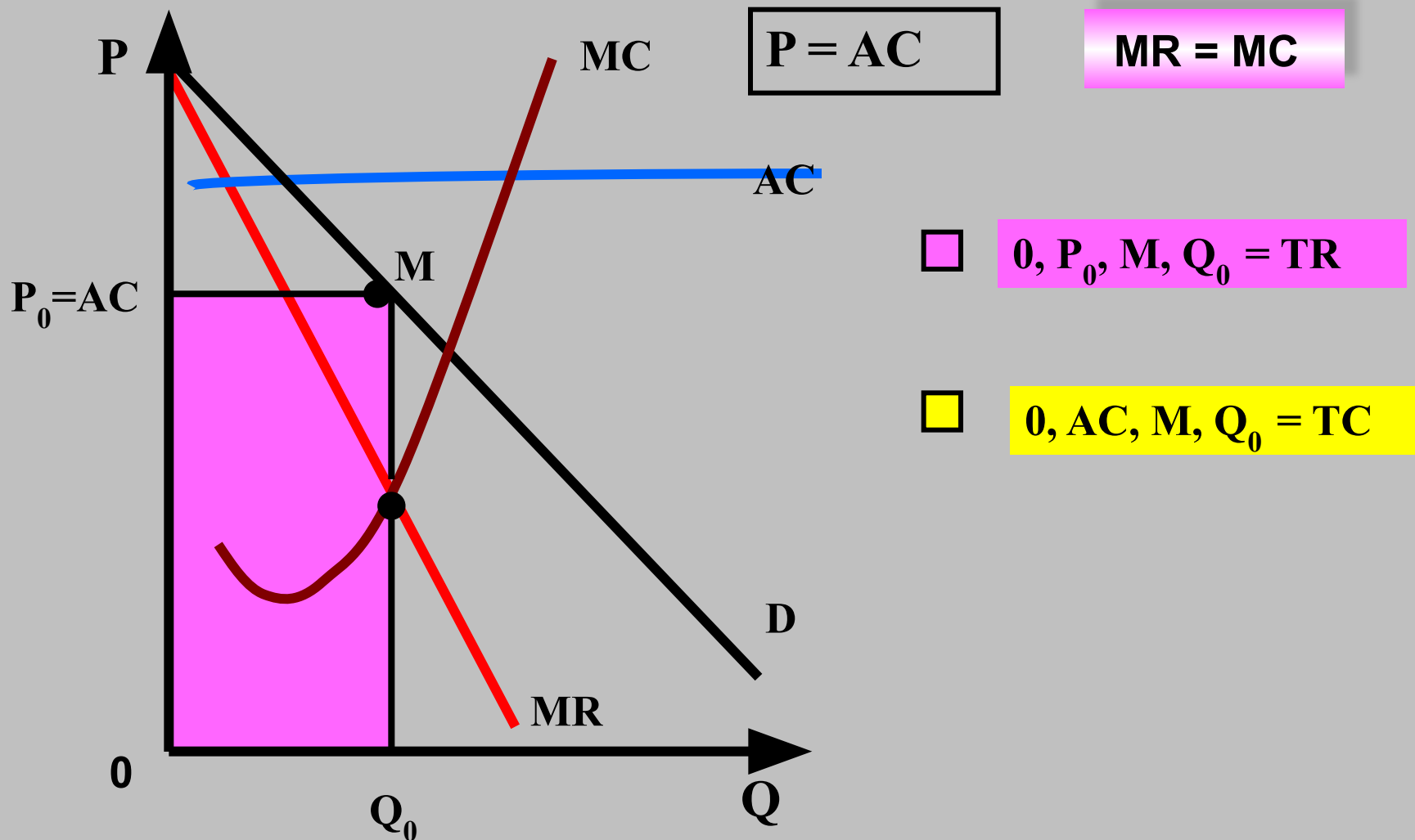
$$P = \frac{MC}{1 + (1/E_d^p)} \quad \text{Если } E_d^p = -4, \quad MC = 9,$$

то цена составит $9 / (1 - 1/4) = 9 / 0,75 = 12$

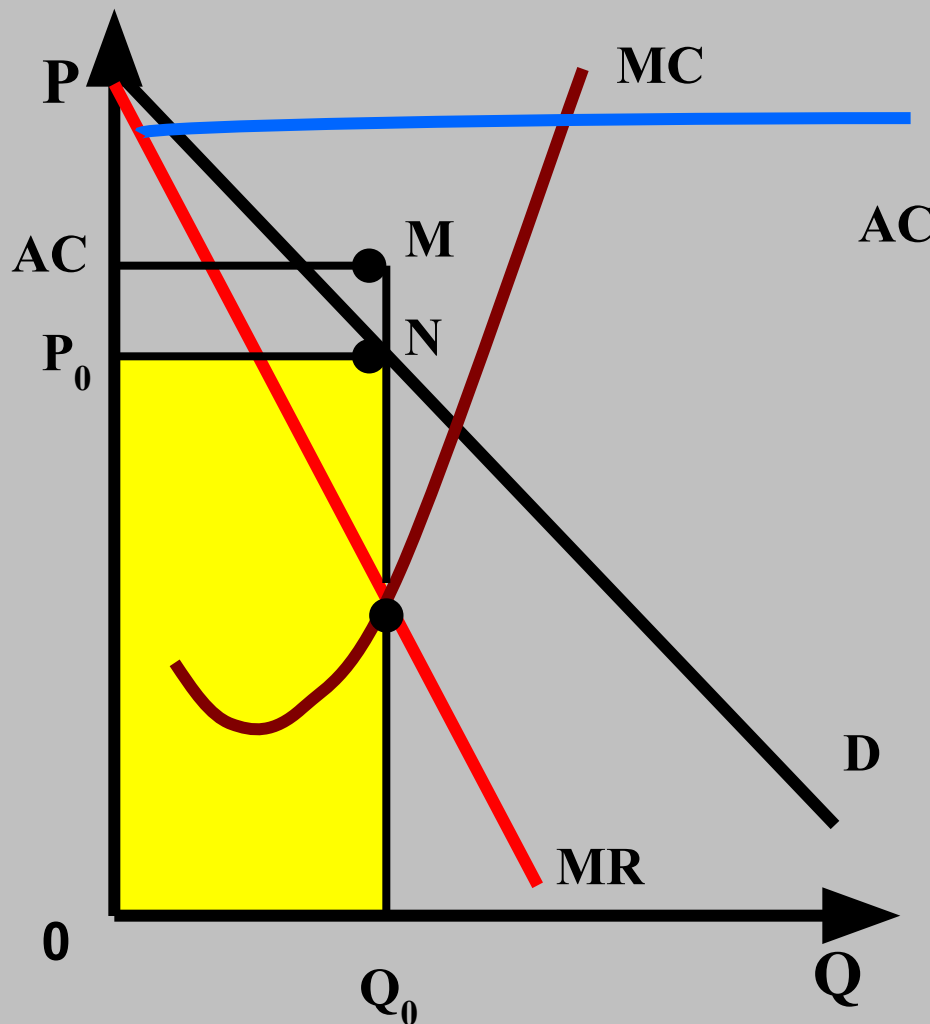
Фирма получает экономическую (монополистическую) прибыль



Фирма получает нулевую экономическую (положительную бухгалтерскую) прибыль



Фирма несет убытки



$$P < AC$$

$$MR = MC$$

$$\square \quad 0, AC, M, Q_0 = TC$$

$$\square \quad 0, P_0, N, Q_0 = TR$$

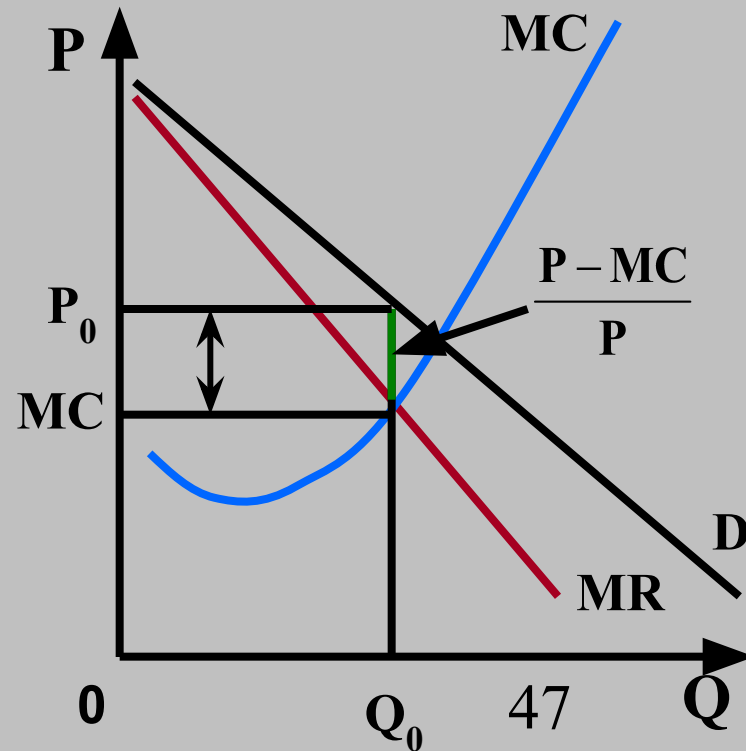
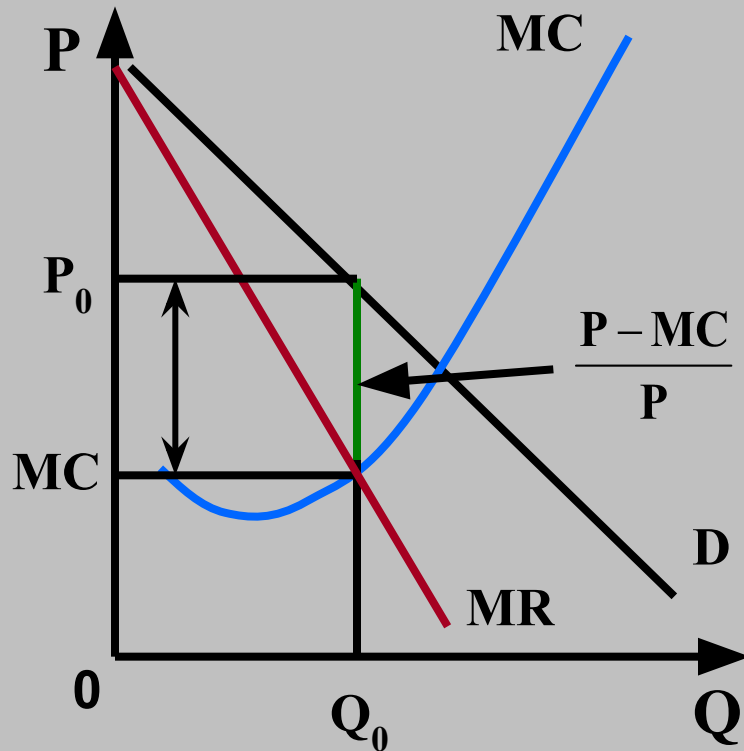
\square AC, M, N, P_0 –
убыток,
или $(AC - P) \times Q$

Монопольная власть

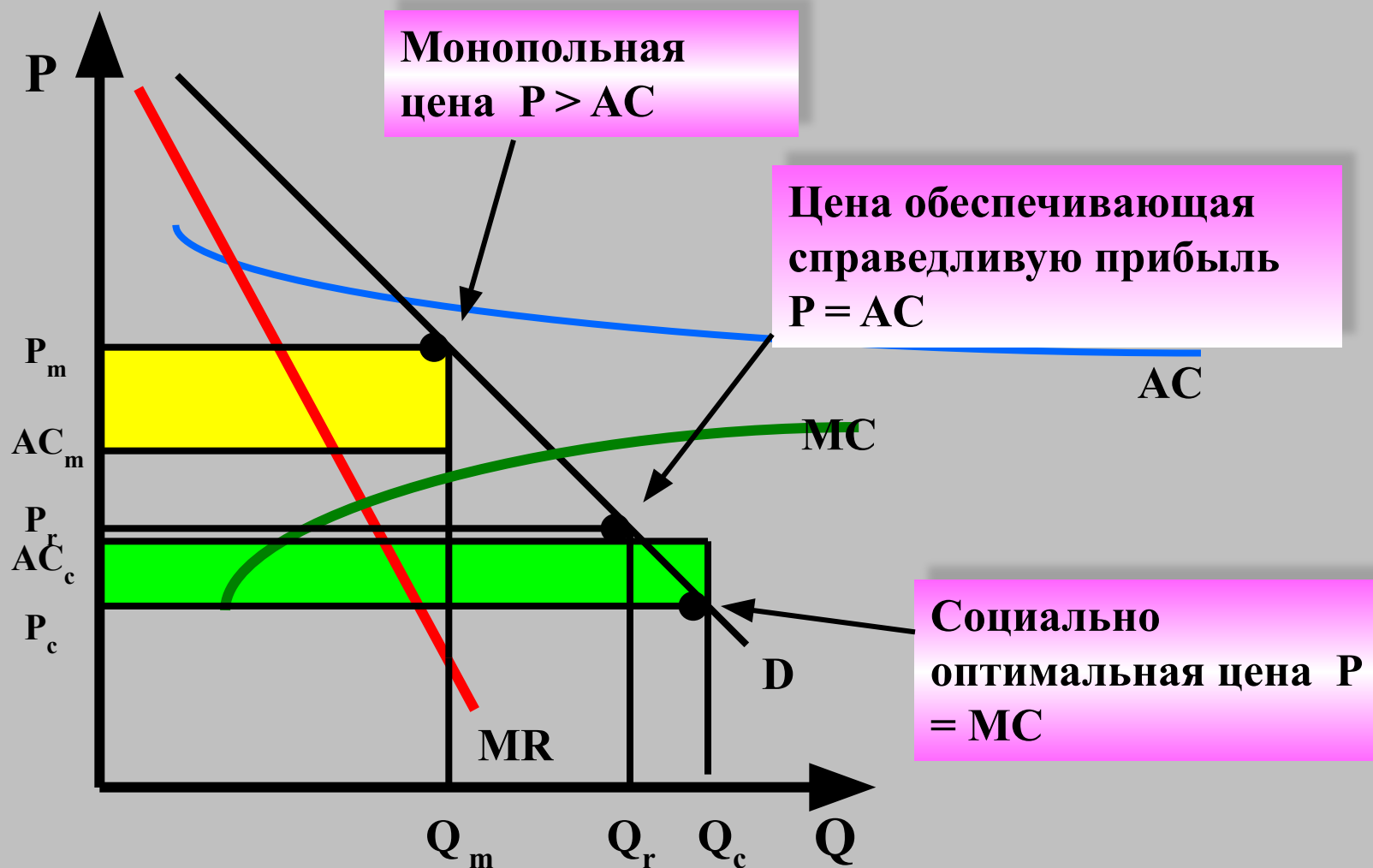
Она измеряется коэффициентом Лернера $L = \frac{P - MC}{P}$

значения коэффициента между 0 и 1. При совершенной конкуренции $P = MC = L = 0$. Чем больше коэффициент

тем больше монопольная власть: $\frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_d^p}$



Вопрос 11. Регулируемая (естественная монополия)



Вопросы для самопроверки:

- 1. Что такое монополия?**
- 2. Каковы основные черты чистой монополии?**
- 3. Какие барьеры препятствуют вступлению в монополистическую отрасль?**
- 4. Опишите кривые спроса и предельного дохода несовершенной конкурентной фирмы.**
- 5. Как определяется объём производства и цена фирмы монополиста?**
- 6. Каким коэффициентом можно измерить монопольную власть?**
- 7. В чем особенности регулируемой монополии?**