

Тема 7. Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции и олигополии.

Часть 1. Совершенная конкуренция



Конкуренция: понятие, виды, методы конкурентной борьбы

- **Конкуренция** - это соперничество между участниками рынка, борьба за реализацию интересов экономических агентов
- **Имеет положительные и отрицательные стороны:**

Положительные стороны

- способствует развитию научно-технического прогресса;
- чутко реагирует на изменение спроса, ведет к удешевлению издержек производства, тормозит рост цен;
- выравнивает норму прибыли на капитал и уровень заработной платы во всех отраслях национальной экономики.

Отрицательные стороны

- придает бизнесу определенную нестабильность, создает условия для безработицы, инфляции и банкротства;
- ведет к дифференциации доходов и создает условия для их несправедливого распределения;
- ее следствием может быть перепроизводство товаров и не догрузка мощностей в периоды производственных спадов.

Виды конкуренции

- **внутриотраслевая** – конкуренция между предприятиями, производящими однородные товары за лучшие условия производства и сбыта, за получение сверхприбыли;
- **межотраслевая** – конкуренция между предпринимателями, занятыми в разных отраслях, из-за выгодного приложения капитала, перераспределения прибыли.

Методы конкурентной борьбы

1. Легальные методы

- *Ценовая конкуренция* – оружие конкурентной борьбы – изменение цены. Применение конкурентно высоких и конкурентно низких цен, ценовая дискриминация (разные цены в разных местностях, для разных потребителей).
- *Неценовая конкуренция* – оружием борьбы выступают повышение качества товара, оказание дополнительных услуг, лишение конкурентов рынков сырья и сбыта, выпуск новых марок товаров и т.п

Методы конкурентной борьбы

2. Нелегальные методы –

распространение ложных сведений о конкуренте, незаконное использование торговой марки конкурента, промышленный шпионаж.

Второй подход к определению конкуренции

- **Конкуренция** - способ взаимодействия фирм на рынке, характеристика рыночной структуры

Виды конкуренции

- **совершенная конкуренция;**
- **чистая монополия;**
- **монополистическая конкуренция;**
- **олигополия.**

Критерии классификации

- количество фирм в отрасли,
- характер продукта,
- контроль отдельной фирмы над ценами,
- свобода вхождения в отрасль и выхода из нее.

Коэффициент Лернера

- **$L = (P - MC) / P$**
- L – коэффициент Лернера
- P- цена на товар
- MC – предельные издержки

Барьеры входа и выхода

Искусственные барьеры - связаны с предоставлением ограниченному кругу предприятий лицензий или патентов на какой-либо вид деятельности, различного рода государственные ограничения.

Естественные барьеры – связаны

- а) с действием положительного эффекта масштаба производства;
- б) с более низкими издержками производства у действующих предприятий по сравнению с «новичками»;
- в) с дифференциацией продукции и приверженностью определенной торговой марке

Совершенная конкуренция: понятие, условия существования

- **Совершенная конкуренция –** позволяет рассмотреть исходную модель поведения фирмы в условиях чистой конкуренции в краткосрочном и долгосрочном периоде

Условия возникновения и существования совершенной конкуренции

- большое число небольших производителей (продавцов) предлагают однородную, стандартизированную продукцию большому количеству покупателей

Условия возникновения и существования совершенной конкуренции

- Продукция фирм однородна, все товары отрасли являются совершенными заменителями. Таким образом, неценовая конкуренция отсутствует

Условия возникновения и существования совершенной конкуренции

- доля каждой фирмы в общем объеме рыночного предложения данной продукции настолько мала, что любое ее решение о повышении или понижении цены не отражается на цене рыночного равновесия
- фирмы являются ценополучателями

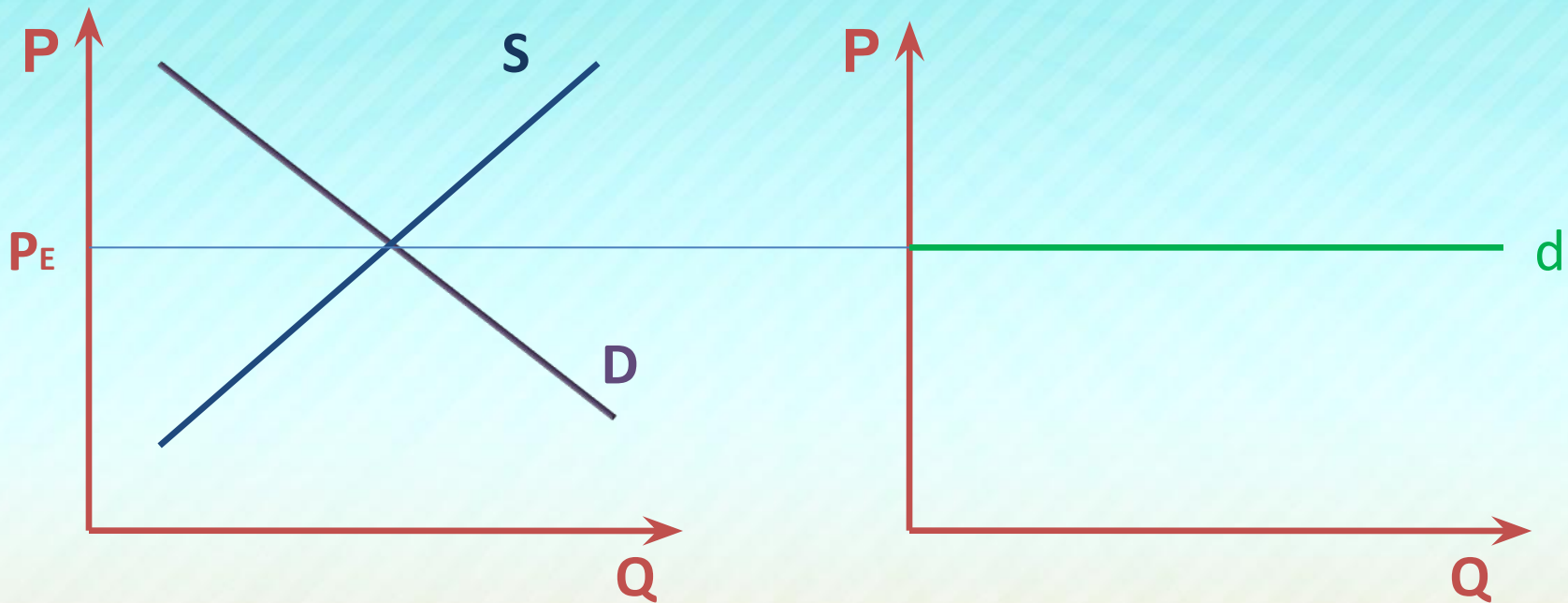
Условия возникновения и существования совершенной конкуренции

- Отсутствуют барьеры для входа в данную сферу производства и выхода из нее, вступление новых фирм в отрасль не встречает каких-либо препятствий или ограничений.
- наблюдается полная мобильность факторов производства и свободный доступ к экономической информации

Специфика кривой спроса

- **спрос на продукцию отдельного продавца абсолютно эластичен**
- В силу однородности продукции и наличия большого количества совершенных заменителей, ни одна фирма не может продавать свой товар по цене, хоть немного превышающей цену равновесия, P_E .
- С другой стороны, отдельная фирма очень мала по сравнению с совокупным рынком, и она может продать всю свою продукцию по цене P_E , т.е. у нее нет необходимости продавать товар по цене ниже P_E .
- Таким образом, все фирмы продают свою продукцию по рыночной цене P_E , определяемой рыночным спросом и предложением.

Кривая спроса на продукцию фирмы-конкурента



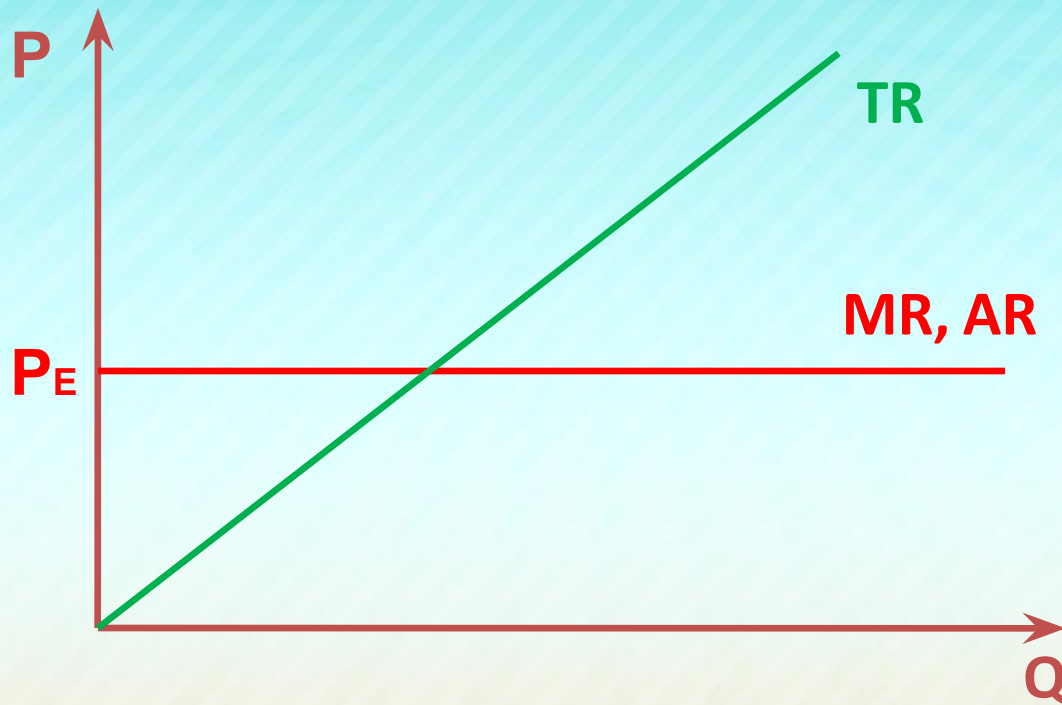
Специфика кривой спроса

- **$D=AR=MR$**
- **D** – спрос
- **AR** – средний доход
- **MR** – предельный доход

Доход фирмы совершенного конкурента

- **Совокупный доход (TR)** – общая величина дохода, полученная фирмой от реализации всей своей продукции,
- $TR = P \times Q$,
- **Средний доход (AR)** – доход от реализации единицы продукции,
- $AR = TR/Q$
- **Предельный доход (MR)** – прирост дохода, получаемый продавцом при продаже дополнительной единицы товара,
- $MR = TR_n - TR_{n-1} / Q_n - Q_{n-1}$

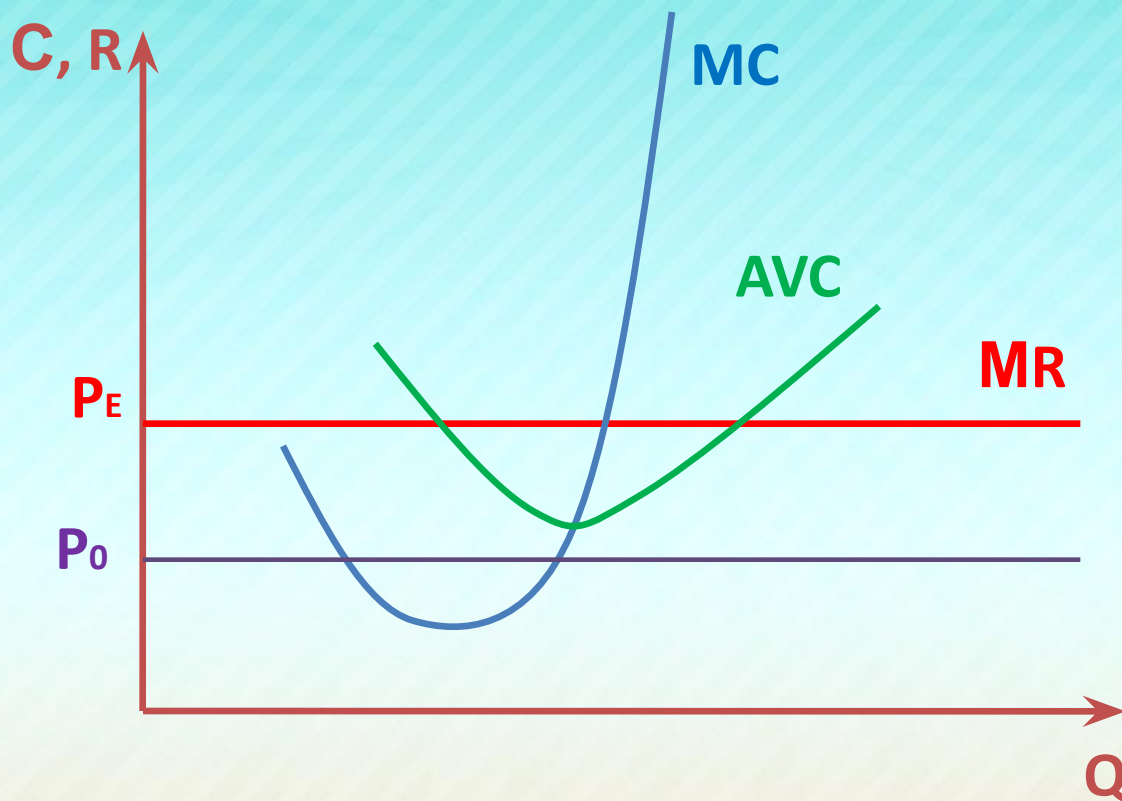
Графический анализ



Краткосрочная кривая предложения фирмы

- для фирмы совершенного конкурента краткосрочная кривая предложения совпадает с кривой ее предельных издержек (МС) выше минимального уровня средних переменных издержек (AVC).

Графический анализ



Краткосрочная кривая предложения фирмы

- Производитель будет наращивать объем производства до тех пор, пока его предельный доход не сравняется с предельными издержками.
- **$P=MR=MC$** – условие максимизации прибыли.

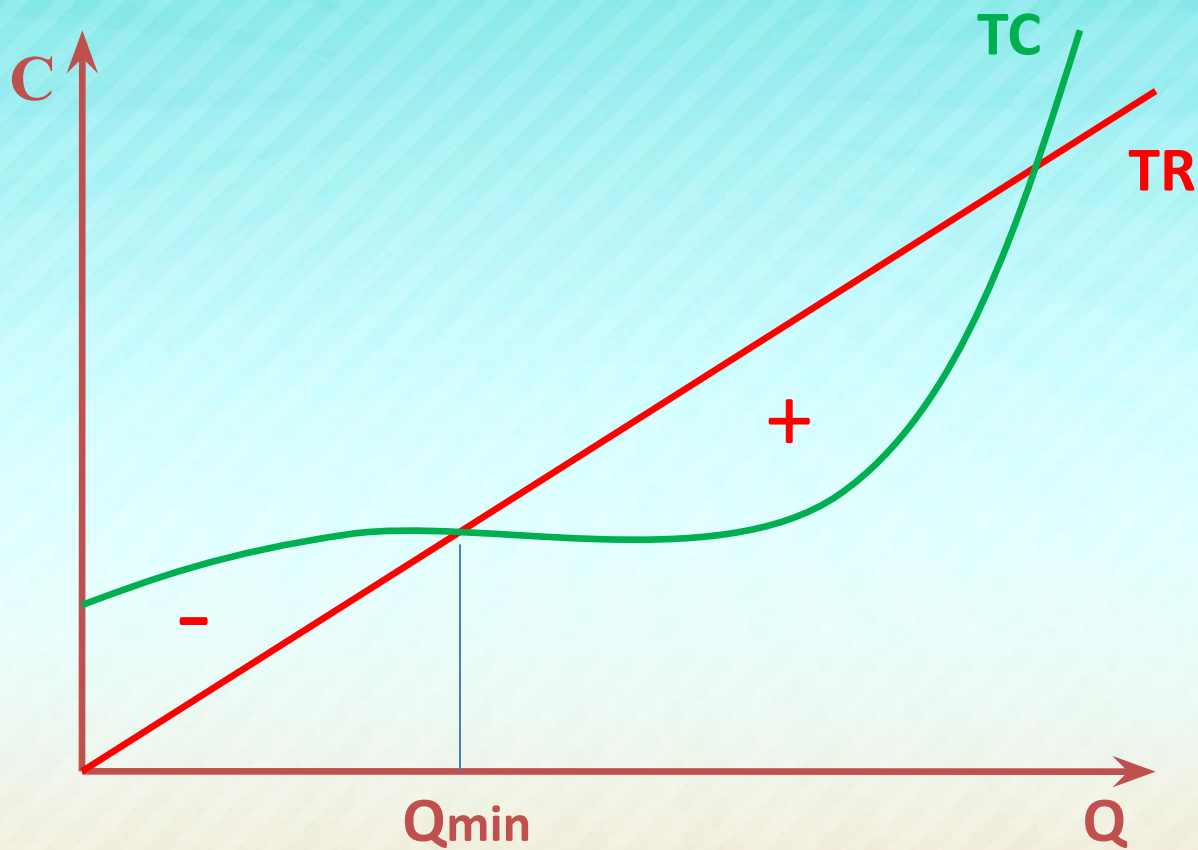
Поведение фирмы при совершенной конкуренции в краткосрочном периоде

- Существует два взаимосвязанных метода или подхода определения точки оптимума, т.е. объема выпуска, обеспечивающего фирме **максимизацию прибыли** (или **минимизацию издержек**, если получение прибыли невозможно).

Метод совокупных показателей

- Совокупная прибыль фирмы максимизируется при таком объеме выпуска, когда разница между совокупным доходом (TR) и общими издержками (ТС) будет максимально большой.
- $\Pi = TR - TC = \max$

Графический анализ



Точка безубыточности

$$BEP = \frac{FC}{P - AVC}$$

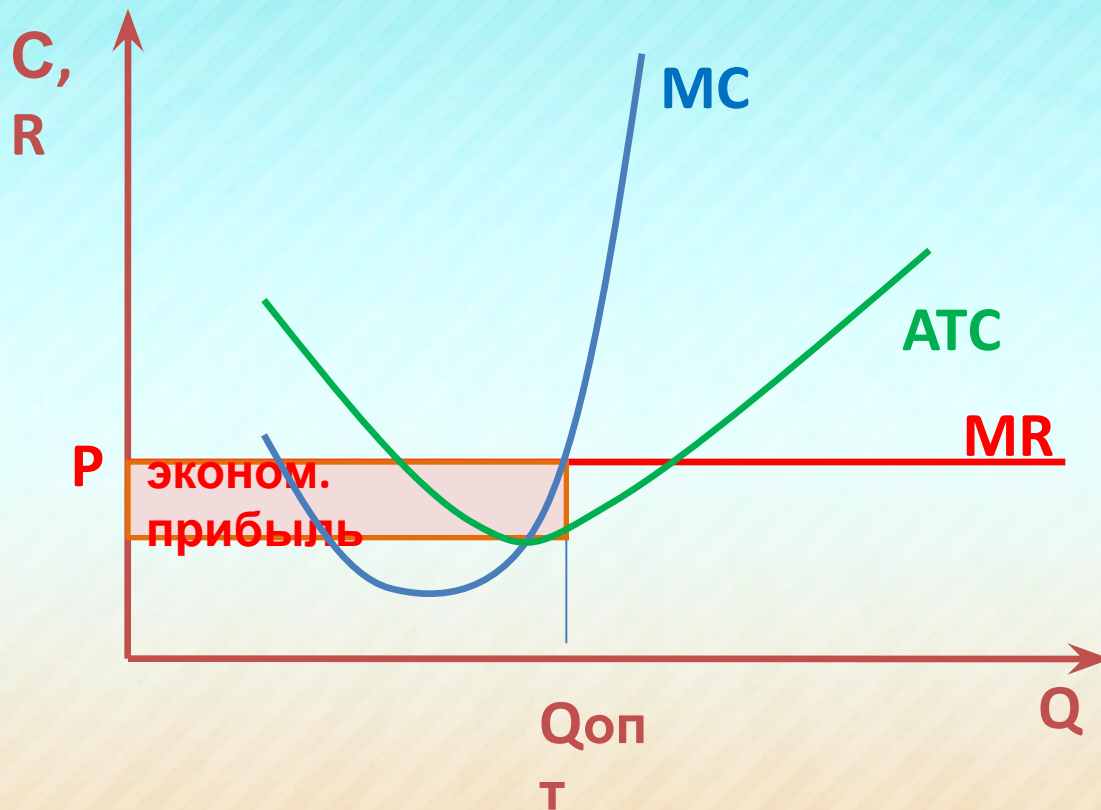
Метод предельных издержек – предельного дохода

- **MC = MR** - совокупная прибыль достигает своего наибольшего значения
- **MC > MR** - предприятие может увеличить прибыль за счет сокращения объема производства
- **MC < MR** - прибыль может быть увеличена за счет расширения производства

Варианты положения фирмы на рынке

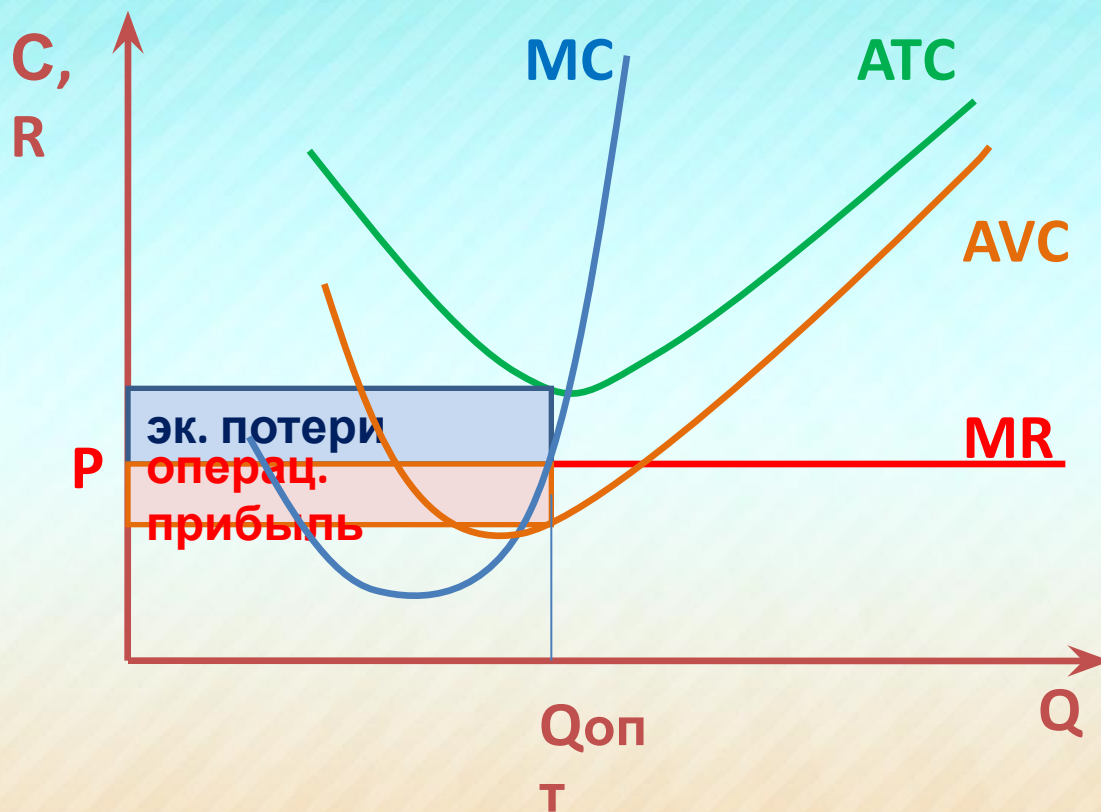
на рынке

- Максимизация прибыли. $P > ATC$

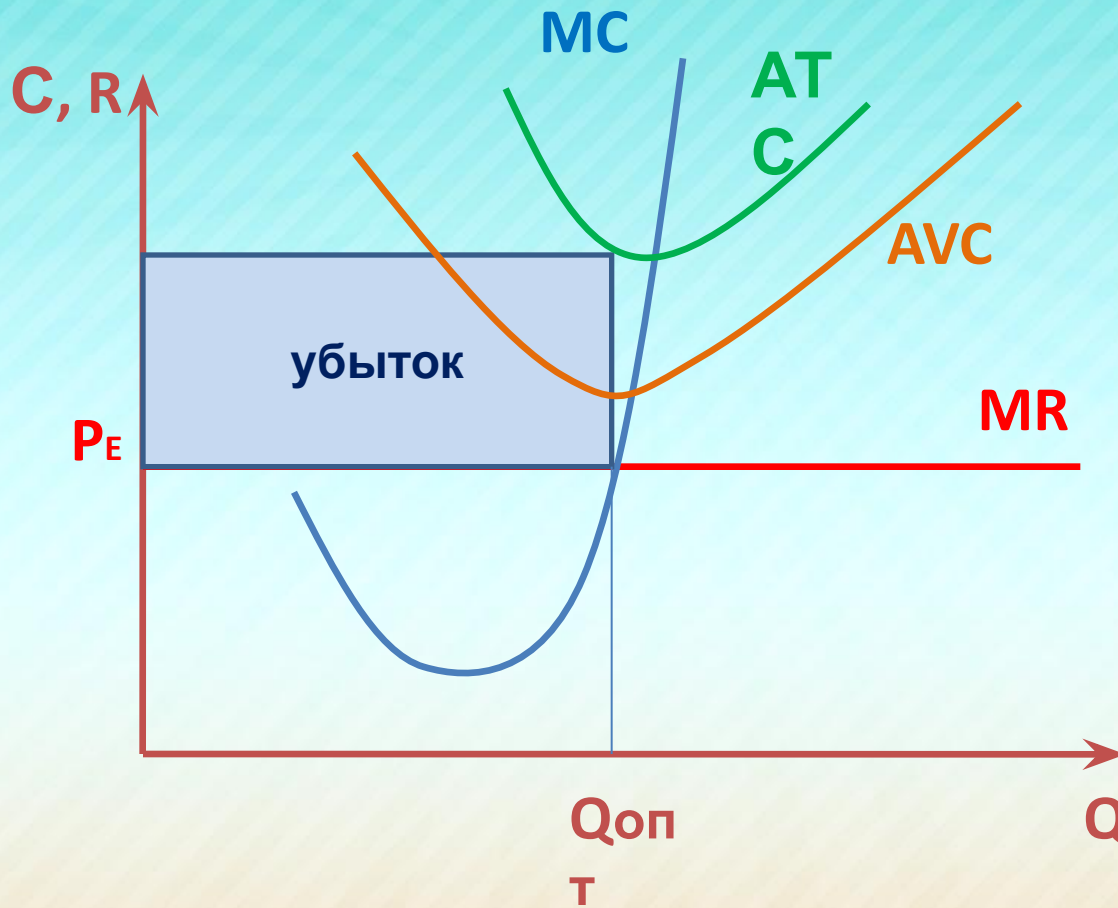


Экономические потери и операционная прибыль

$$AVC < P < ATC$$



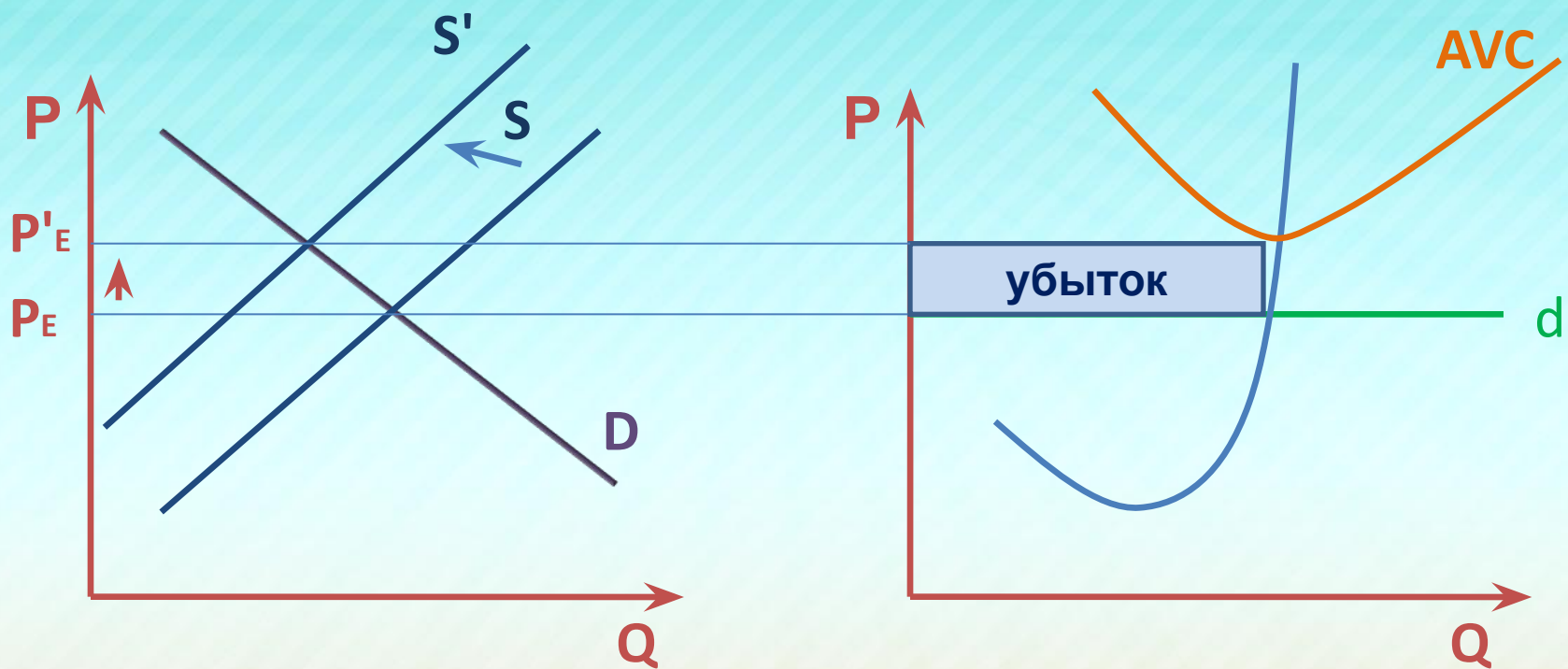
Закрытие. $P < AVC$



Долгосрочное конкурентное равновесие фирмы

- **В долгосрочном периоде конкурентная цена будет иметь тенденцию сравняться с минимумом средних издержек производства**

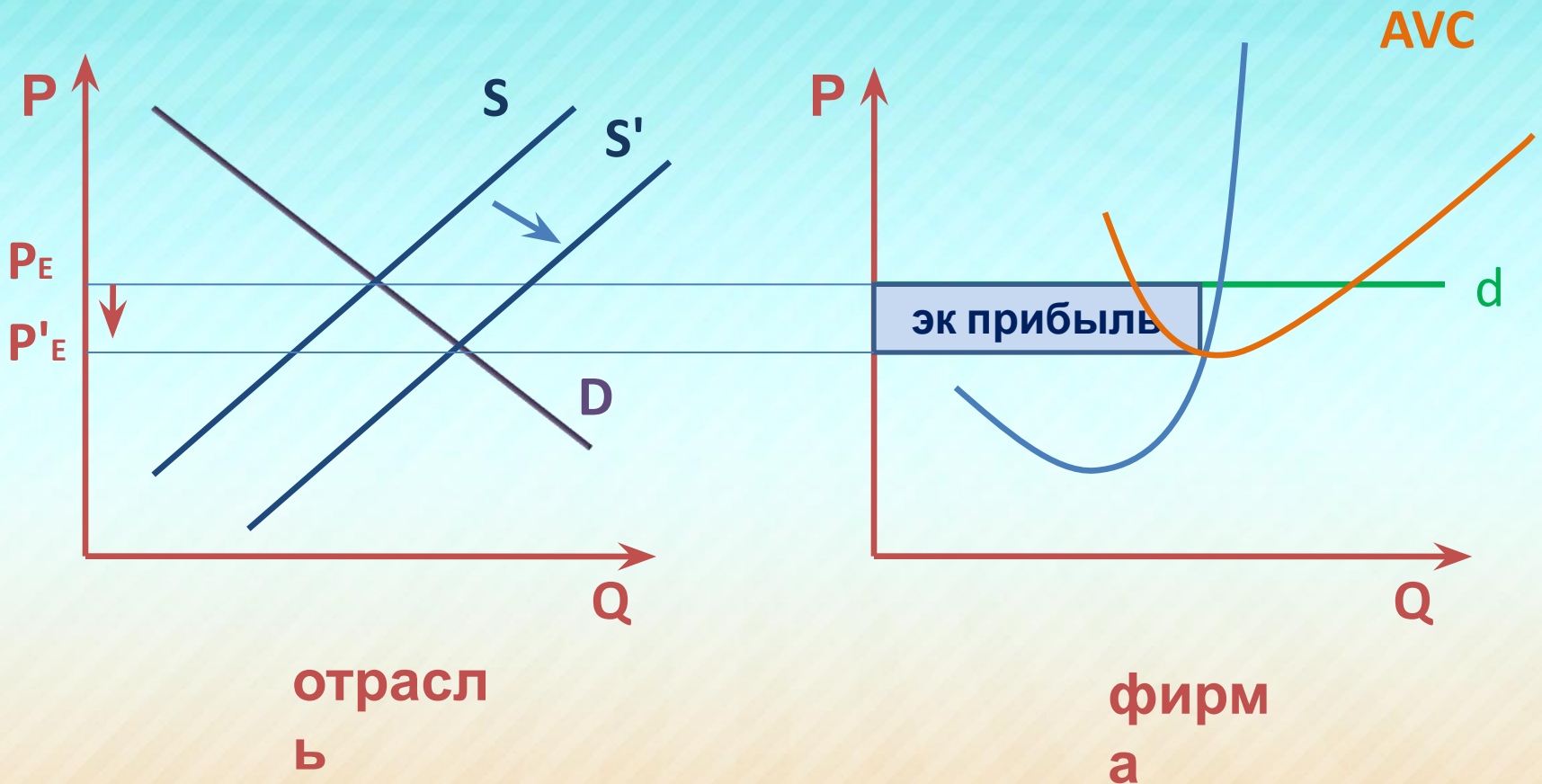
Графический анализ



отрасль

фирма

Графический анализ



Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

$$MR = MC = P = AC$$

При совершенной конкуренции достигается

- **Производственная эффективность**, благодаря равенству цены и минимальных средних издержек ($P = AC$).
- **Эффективность распределения ресурсов**, благодаря равенству цены и предельных издержек ($P = MC$)

Вопросы и задания для самоконтроля

- 1. Чем отличаются подходы к определению понятия конкуренция**
- 2. Перечислите основные методы конкурентной борьбы**
- 3. Назовите основные критерии классификации рыночных структур**
- 4. При каких условиях существует совершенная конкуренция**
- 5. Назовите правило максимизации прибыли**
- 6. Когда фирме в краткосрочном периоде стоит закрыться.**