

Поведение фирмы в различных рыночных структурах

На поведение каждой фирмы влияет характер, тип рынка, на котором она функционирует. Различают четыре основных типа рынков или рыночных структур, характерные черты которых были рассмотрены в теме 4.

Модели рынка

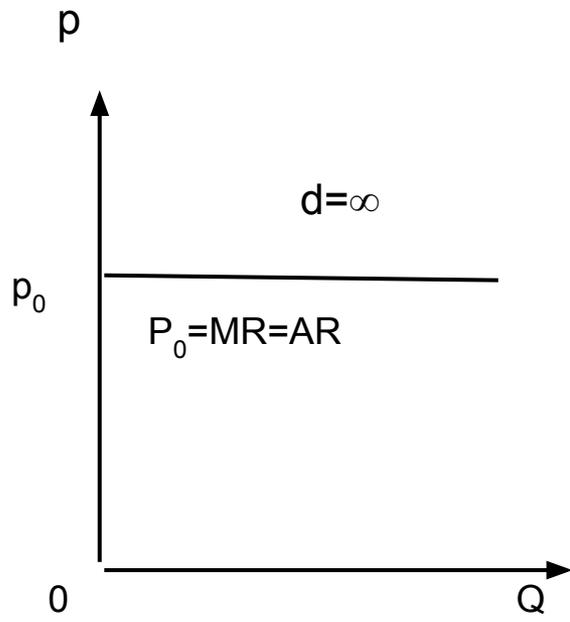
Предложение / Спрос	Много	Несколько	Один
Много	Полиполия (совершенная конкуренция)	Олигополия	Монополия
Несколько	Олигопсония (олигополия спроса)	Двусторонняя олигополия	Ограниченная монополия
Один	Монопсония (монополия спроса)	Ограниченная монопсония	Двусторонняя монополия

Фирма на рынке совершенной конкуренции

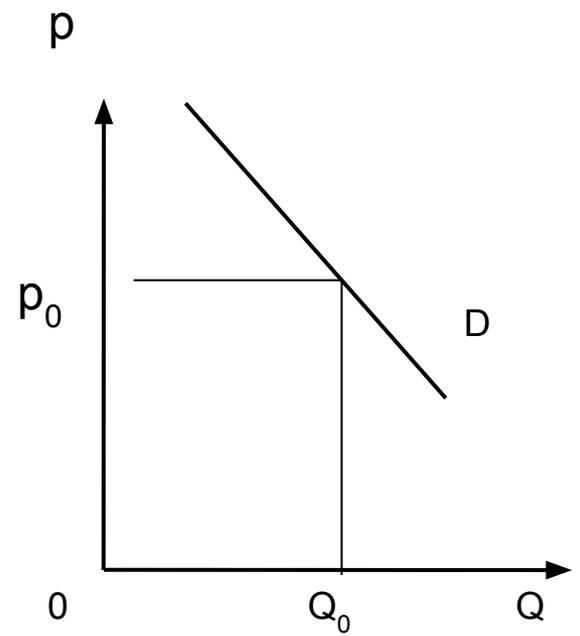
Хотя совершенная конкуренция — явление редкое, ее анализ позволяет понять, как функционирует рыночная экономика, и сравнить «идеальный» рынок с реальным.

Поскольку объем продаж фирмы в условиях совершенной конкуренции составляет лишь малую долю от общего рыночного предложения, сокращение или увеличение объема производства фирмы не будет влиять на рыночную цену продукции.

Отсюда можно сделать вывод, что спрос на продукцию отдельной фирмы в условиях чистой конкуренции является абсолютно эластичным. Напротив, график рыночного спроса D будет наклонным, отражая готовность потребителей приобрести различное количество товара при всех возможных уровнях цен (рис.1)



a



б

- Поскольку цена продукции конкурентной фирмы задана извне и не зависит от объема производства, общий (валовой) доход фирмы (TR) будет равен произведению цены на количество продукции. При этом предельный доход (MR) будет равен цене продукции ($MR=P_0$). Средний доход (AR) фирмы в условиях совершенной конкуренции также будет равен цене ($AR=P_0$).

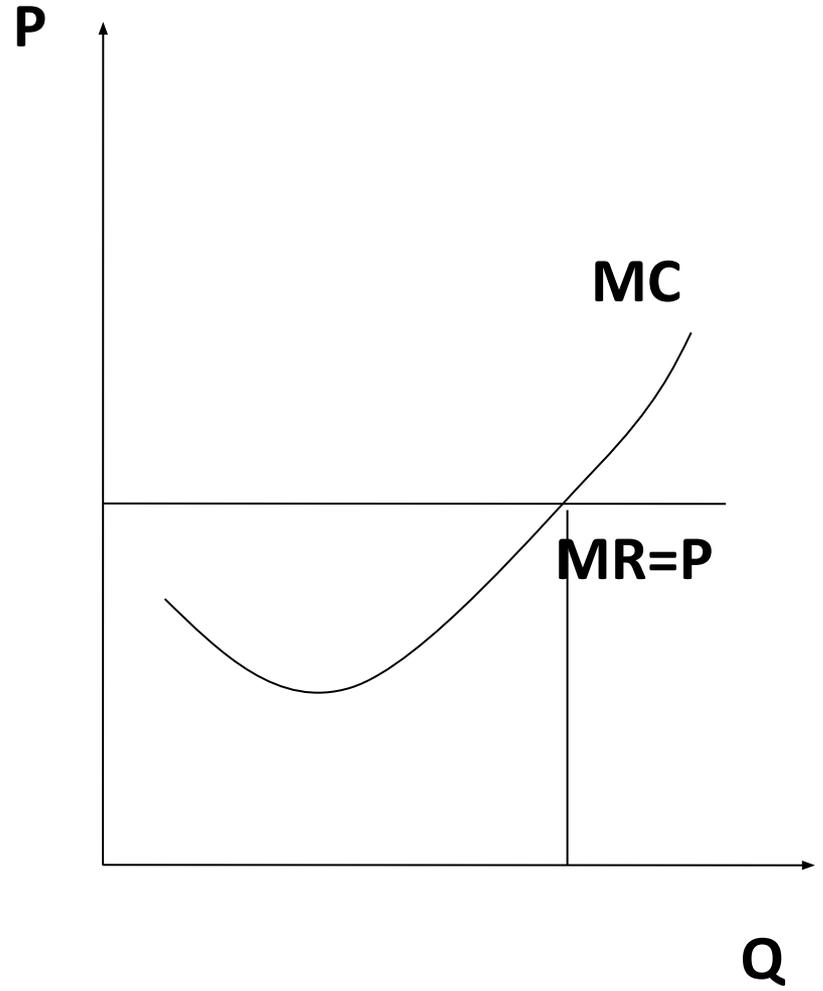
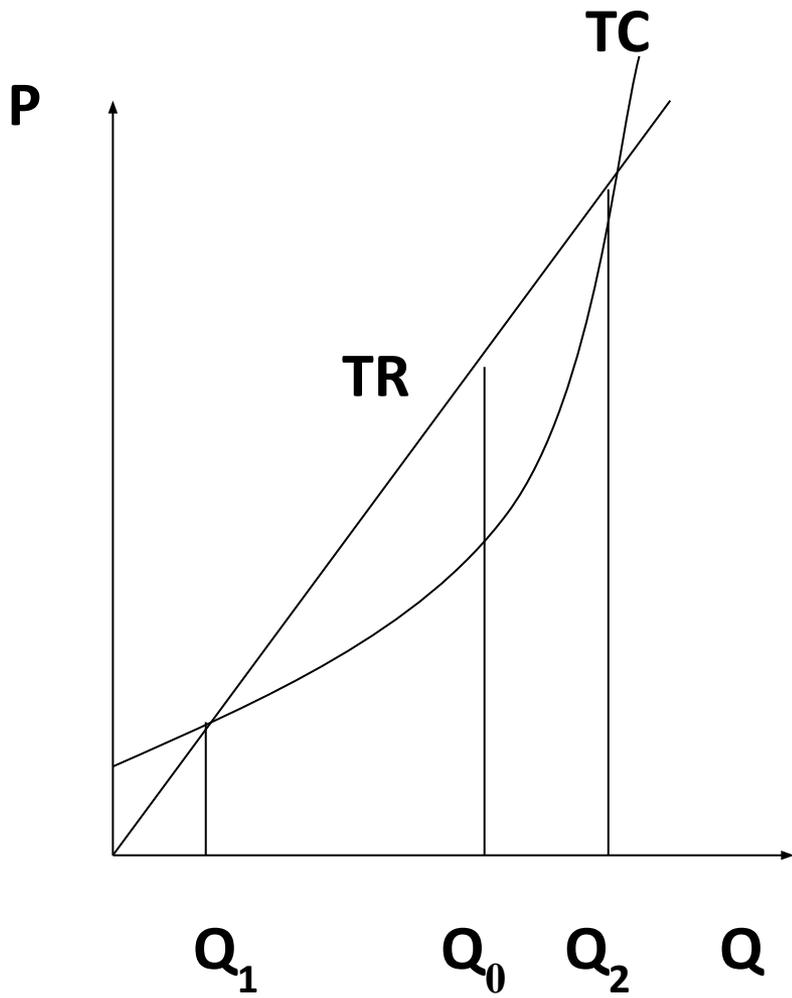
В краткосрочном периоде,

недостаточном для вхождения новых производителей в отрасль или выхода из нее; ***долгосрочном периоде,***

который является достаточным для вступления новых фирм в отрасль, если представляется возможность получения более высокой прибыли, и выхода из отрасли, если фирма начинает нести

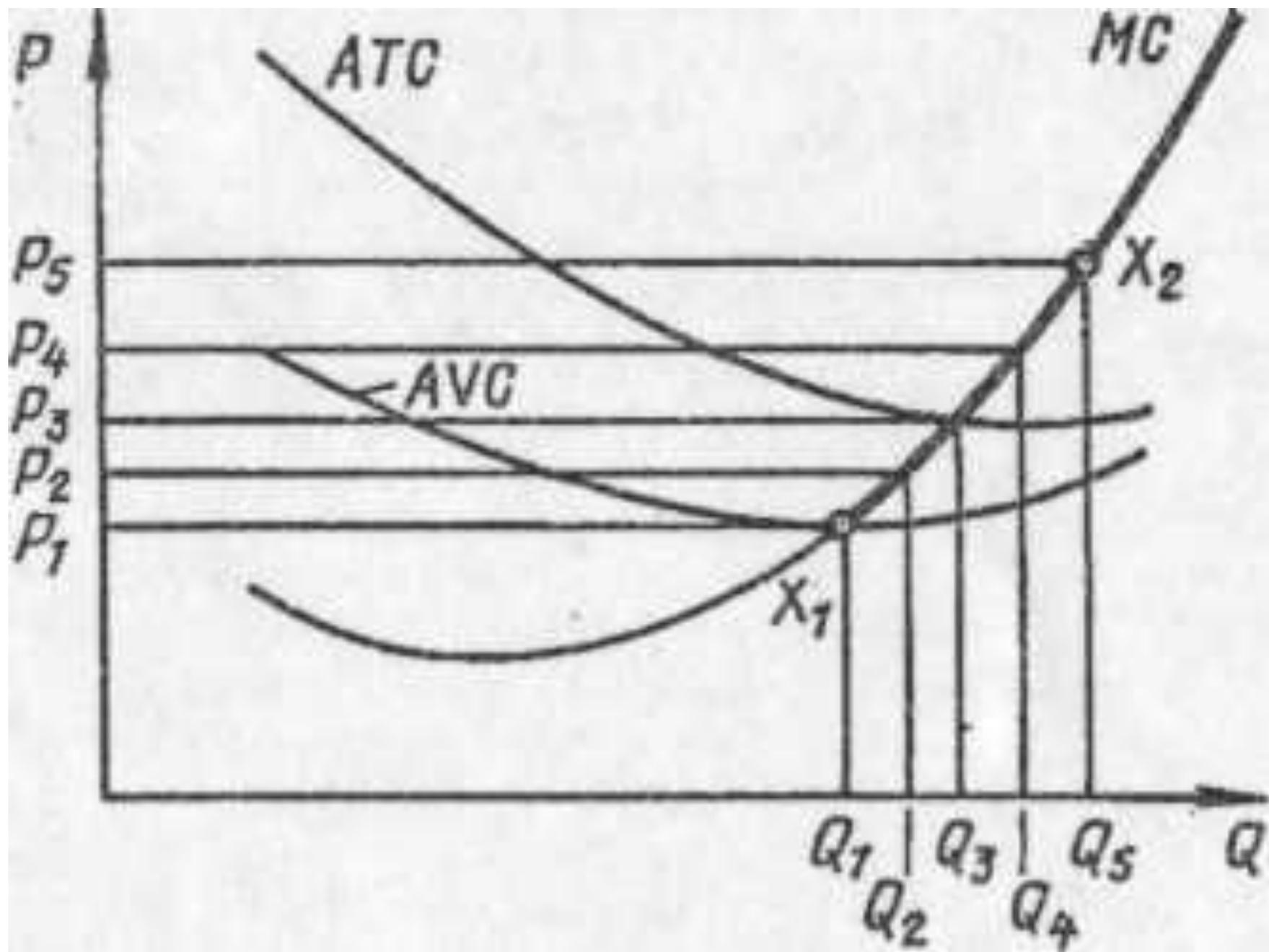
У фирмы на краткосрочном временном интервале существуют два пути определения объема производства. **Первый** состоит в том, что фирма сравнивает получаемый ею валовой доход при различных объемах выпуска с валовыми издержками, соответствующими каждому из возможных объемов (рис. 3). Фирма выберет вариант, когда разница между валовым доходом и валовыми издержками будет максимальной, иными словами, будет достигнут максимальный объем прибыли: $\max(TR-TC)$.

В соответствии со **вторым** правилом фирма будет сравнивать предельный доход и предельные издержки. До тех пор, пока расширение производства будет обеспечивать более быстрый рост дохода по сравнению с ростом издержек ($MR > MC$), фирма будет наращивать производство. Когда же дополнительная продукция будет больше добавлять к издержкам, чем к доходу ($MR < MC$), фирма прекратит расширять объем выпуска. Переломной точкой станет момент, когда будет достигнуто равенство предельного дохода и предельных издержек ($MR = MC$). То количество продукции, при котором обеспечивается это равенство, и будет



- Объем производства, при котором предельный доход равен предельным издержкам, называется ***точкой оптимального выпуска***.
- Используя либо первый подход (сравнение валовых дохода и издержек), либо второй (сравнение предельных дохода и издержек), фирма выберет объем производства Q_0 , который обеспечит ей максимальную прибыль.
- Сравнение предельных дохода и издержек является способом определения объема производства не только в условиях совершенной конкуренции, но и в условиях несовершенной конкуренции.
- Таким образом, **$MC=MR=P=\min AC=AR$** – уравнение равновесия фирмы в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде, которое свидетельствует, что фирма удовлетворена объемом производства и размерами предприятия.

- Однако в краткосрочном периоде фирма может столкнуться с ситуацией убытков, например при снижении рыночной цены. Поведение фирмы может быть двояким: либо она продолжит производство, несмотря на убытки, либо прекратит свою деятельность и закроется. Будем исходить из того, что фирма предпочтет производить даже в случае возникновения временных убытков, при этом ее задачей станет их минимизация. Заккрытие — крайне нежелательный вариант.



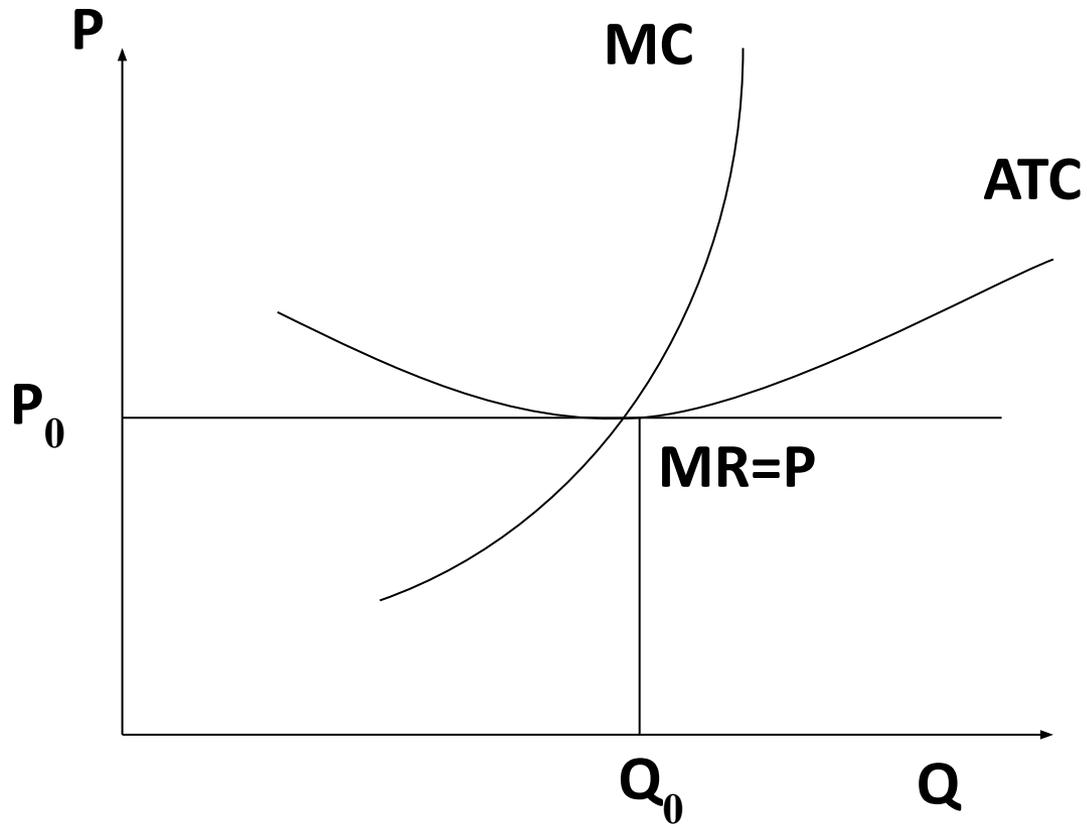
Фирма начнет производство при цене не ниже минимума средних переменных издержек (P_1) и будет продолжать увеличивать выпуск до Q_3 при цене P_3 , минимизируя убытки, затем при росте цены до P_4 и далее до P_5 будет производить от Q_3 до Q_5 , максимизируя прибыль. Кривая $X_1 X_2$ будет кривой предложения фирмы при всех возможных ценах от P_1 до P_5 .

- **В долгосрочном периоде**, когда могут меняться все виды затрат, решение фирмы об объеме выпускаемой продукции будет приниматься иначе, поскольку можно изменять все производственные факторы, в том числе и размеры предприятия.
- Если при существующей рыночной цене несколько фирм терпят убытки и прекращают производство, предложение на рынке сокращается. Результатом сокращения предложения (при постоянном спросе) является повышение цены. Возросшая цена позволит фирмам, оставшимся в отрасли, получать экономическую прибыль.

В условиях совершенной конкуренции, когда нет ограничений доступа на рынок, появятся новые фирмы, привлеченные возросшей прибылью дела. В результате предложение возрастет, а цена снизится, при совершенной конкуренции такие колебания носят постоянный

- Равновесие на рынке будет достигнуто, когда у фирм не будет стимулов как для входа в отрасль, так и для выхода из нее. Это достигается при условии, если рыночная цена установится на уровне минимума средних валовых издержек и экономическая прибыль, таким образом, исчезнет.
- В долгосрочном периоде $LMC = \min LATC$, то уравнение равновесия фирмы на конкурентном рынке в долгосрочном периоде: **$MR = LMC = P = \min LATC$** , при $P_{\text{э}} = 0$, так как $TR - TC = 0$. Это означает, что при данном уровне техники и технологии фирмы в условиях совершенной конкуренции производят максимальный объем продукции с минимальными издержками.

- Графическое решение представлено на рис. При цене P_0 объем производства фирмы составит Q_0 . При таком объеме предельный доход равен предельным издержкам, а минимальные средние валовые издержки равны рыночной цене, экономическая прибыль равна нулю. При таких условиях фирма удовлетворена объемом производства и размерами предприятия.



Анализ модели рынка совершенной конкуренции используется для оценки эффективности использования ресурсов в реальной действительности.

Экономическая наука рассматривает совершенную конкуренцию как эталон эффективности. Чисто конкурентные рынки решают две основные **задачи**:

- Участвующие в производстве фирмы выпускают такой набор продукции, который наиболее предпочтителен, полезен для потребителей.
- Производство осуществляется таким образом, что издержки для общества становятся минимальными, т.е. товары производятся с наименьшими возможными