

раздел II
Микроэкономика

тема 9

Рынок и конкуренция

ч I Совершенная конкуренция

лекция 1

Конкуренция как экономическое отношение

План

1. Сущность и функции конкуренции
2. Конкурентные стратегии и рыночные цели фирмы
3. Методы конкурентной борьбы
4. Конкурентные рыночные структуры

Литература:

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс, т. II, гл. 25.
2. Пиндайк Р., Рубинфельд. Микроэкономика, гл. 8.
3. Курс экономической теории, гл 5 § 6, гл 6 § 2-4
4. Экономика / Булатов А.С., гл. 5.

Конкуренция – соперничество.

экономическая борьба между субъектами хозяйственной деятельности за лучшие условия реализации своих экономических интересов (лат.: concurre – бежать к цели).

Условия существования конкуренции

1. Товарный характер общественного произв-ва
2. Экономическая свобода хозяйств. субъектов на базе спецификации собственности и многообразия её форм
3. Дифференцированный социально-экономический статус хоз. субъектов.

Конкуренция:

- ❖ предполагает активное экономическое поведение каждого субъекта хозяйственной деятельности: любой член общества имеет право и возможность заняться бизнесом;
- ❖ представляет собой способ соизмерения и взаимосвязи интересов хозяйствующих субъектов.

Функции конкуренции:

- распределительная
- регулирующая
- стимулирующая
- санирующая

Рынок и конкуренция



Конкуренция

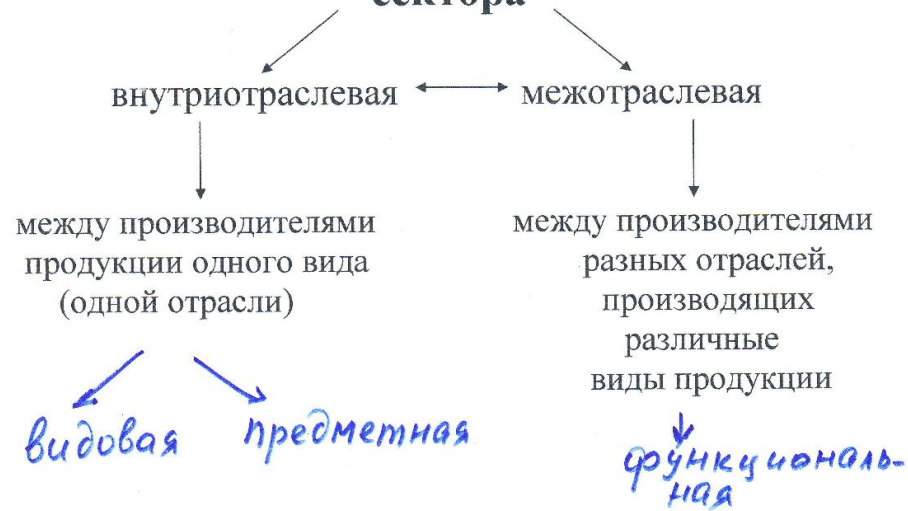
- ✧ между потребителями $\implies$ за лучшие блага
- ✧ потребитель – поставщик $\implies$ за цену
- ✧ поставщики $\implies$ за цену
за прибыль
за рынок
за потребителя...

КОНКУРЕНЦИЯ ПОСТАВЩИКОВ

←
внутри
производст
венного сек
тора

→ на рынке

Конкуренция внутри производственного сектора



Конкуренция внутри производственного сектора

- ✧ функциональная: производство различных товаров для удовлетворения одной потребности;
- ✧ видовая: выпуск аналогичных товаров;
- ✧ предметная: аналогичные товары разного качества

внутриотраслевая

за лучшие условия
производства

получ. избыт. прибыли

$$\pi = TR - TC = (p - ATC) \cdot Q$$

совершенствование пр-ва
(↑ ПТ)

межотраслевая

♦ *суть*

за сферу приложения
капитала

♦ *цель*

уравнение норм прибыли

$$\pi' = \frac{\pi}{K} \cdot 100\%$$

♦ *механизм*

перелив капитала

Конкуренция поставщиков на рынке:

- А: определение стратегии
(чего хотим добиться?)
- Б: определение модели поведения
(как будем достигать цели?)
- В: определение резервов
(с помощью чего победим?)
- Г: цель соперничества
(каков результат?)

Конкуренция поставщиков на рынке

А: модель поведения



стратегия

креативное: стремление изменить существующее соотношение (S) и (D)



монополизация

приспособленческое: копирование достижений соперников в сжатые сроки

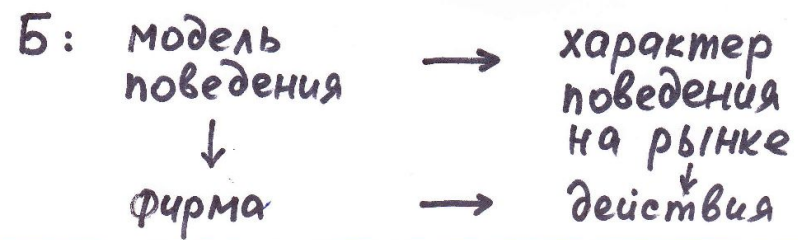


сдерживание монополизации

гарантирующее: стремление сохранить и стабилизировать существующее положение на рынке



противодействие изменению рыночной ситуации



- | | | |
|--|---|---------------------|
| ◆ гордые львы
(лидер) | → | агрессивный |
| ◆ могучие слоны
(претендент) | → | осторожный |
| ◆ неповоротливые беге-
моты (ведомые) | → | пассивный |
| ◆ хитрые лисы
(окопавшиеся) | → | уход от конкуренции |

В: модель поведения



тип организации производства



Фирма



размер фирмы, орг. пр-ва

◆ виолент



крупная, универс., массовое производство

◆ пациент



крупная, специализиров., массовое производство

◆ эксплерент



мелкие и средние, эксперимент. пр-во

◆ коммутант



мелкие универсальн^{ые}

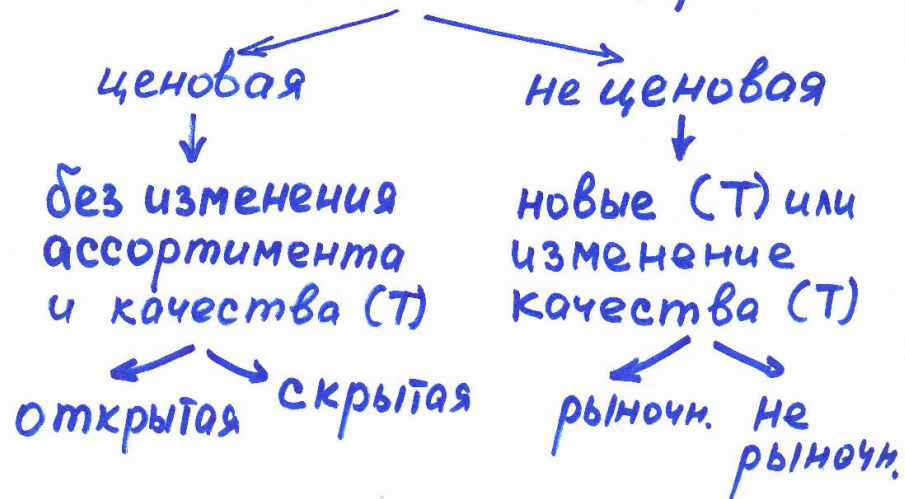
Цели соперничества

- ✗ устранение с рынка (уничтожение)
- ✗ вытеснение с рынка (подавление)
- ✗ подчинение конкурента (слияние)

способы ведения конкурентной борьбы:

- добросовестная
конкуренция
(за счет своих ресурсов)
- недобросовестная
конкуренция
(использование чужого
имиджа или достижений)

Формы рыночной конкуренции поставщиков за потребителя



Методы конкурентной борьбы

экономические

рыночное поведение
согласно законам рынка

- ⇒ ценовая
- ⇒ неценовая
- ⇒ маркетинг

неэкономические

«силовые» методы

- ⇒ махинации
- ⇒ спекуляции
- ⇒ бойкоты
- ⇒ шпионаж

Утверждение: «Конкуренция между хоз. субъектами существует всегда, независимо от условий деятельности».

1. верно
2. не верно
3. не знаю

Что не является обязательным условием появления конкуренции:

1. Существование развитого товарного производства
2. Наличие экономической самостоятельности производителей
3. Существование обособленных предпринимателей
4. Наличие высокого уровня развития общественного разделения труда
5. Существование регламентированных правил и норм конкурентной борьбы

Борьба за прибыль с помощью ↓ издержек без изменения ассортимента продукции относится к методам:

- 1.неэкономическим
- 2.ценовым
- 3.не ценовым
- 4.не добросовестным

Вариант II

Вариант I

Поджог точек розничной торговли конкурента относится:	Маркировка своего товара этикетками конкурента относится:
---	---

1. к рыночным методам
2. к экономическим методам
3. к ценовым методам
4. к рыночным, неценовым методам
5. к нерыночным методам
6. к рыночным, недобросовестным

К необходимым условиям появления конкуренции нельзя отнести:

1. товарный характер пр-ва
2. обособление производ. (эк)
- 3 хоз. самостоят. производ.
4. вмешат. во гос. ва в экон.
5. свободное ценообразование

Конкуренция как экономическое отношение представляет собой:

1. отношения по поводу удовлетворения потребностей
2. отношения по поводу соперничества за лучшие условия реализации интересов
3. отношения по поводу обмена продуктами труда

Лекция 2

Рыночное поведение фирмы – совершенного конкурента

План:

1. Совершенная конкуренция: общая характеристика
2. Фирма – совершенный конкурент: экономические особенности
3. Решение фирмы в краткосрочный период (SR)
4. Решения фирмы в (LR)

Литература:

1. Курс экономической теории, гл. 6 § 2-4.
2. Нуреев Р.М. Основы экономической теории
(Микроэкономика) гл. 6.
3. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика.
гл. 8 § 8.3-8.6.

Общие условия конкур. борьбы



модель рынка
(типы конкурентных рыночных
структур)

- ①. число и размеры фирм (n)
- ②. тип продукта (степень
сходства и различия T)

← однородные

→ дифференц.

③ условия вступления в
отрасль : - легко (нет барьер)
- есть барьеры

④ доступность рыночной
информации
← симметр. → не симметр.

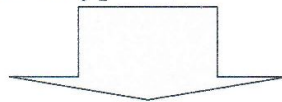
!! ⑤ контроль над (р)

⑥ наличие неценовой
конкуренции

Совершенная конкуренция —

конкуренция в условиях, когда на рынке встречаются неограниченное число продавцов и покупателей, причем никто в отдельности или в коалиции не в состоянии повлиять на цену.

1. Множество фирм: $n \geq 100$, $m \geq 100$.
2. однородный (Т)
3. свободный вход – выход из отрасли
4. симметричная информация (доступна всем в равной мере)
5. нет контроля над ценой
6. нет неценовой конкуренции



фирма в условиях совершенной (чистой)
конкуренции

Совершенная конкуренция

① Субъекты:

отрасль
 $n \gg 100$

$$A = \sum_{i=1}^n a_i$$

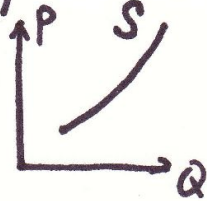
фирма

$$a_i$$
$$i = 1, 2, \dots, n \gg 100$$

② предложение

$$S_{отр} = \sum_{i=1}^n s_i$$

отрасль



$$\frac{s_i}{S_{отр}} \rightarrow \min$$

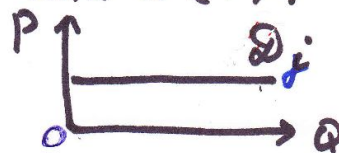
фирма

III СПРОС

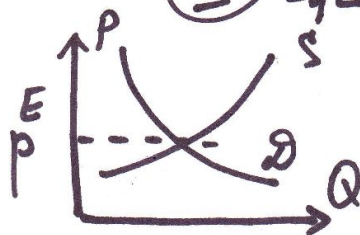
$$D_{\text{отр}} = \sum_{j=1}^{m \gg 100} d_j$$



для покупателя (d_j) все фирмы одинаковы, как и (Т):



IV ЦЕНА



$$p = \text{const}$$

задана: НЕТ
своей ценовой
политики

V. Рыночное поведение фирмы

- производить? *нет?*

$TC = FC + VC$; если да, то:

- сколько? $\Rightarrow Q = ?$

- какая прибыль (убыток) может быть получена?

$$\pi = TR - TC; \pi = p \cdot Q - AC \cdot Q = (p - AC) \cdot Q$$

VI Принятие решений зависит от временного периода

SR

- мощность фирмы постоянна;
- меняются только VC;
- число фирм в отрасли неизменно;

Фирма приспосабливается к отрасли
ИЗМЕНЕНИЕМ
ИЗДЕРЖЕК

LR

- меняется мощность фирмы;
- меняется число фирм в отрасли;

Фирма приспосабливается к отрасли
↓
ВХОД - ВЫХОД
из отрасли

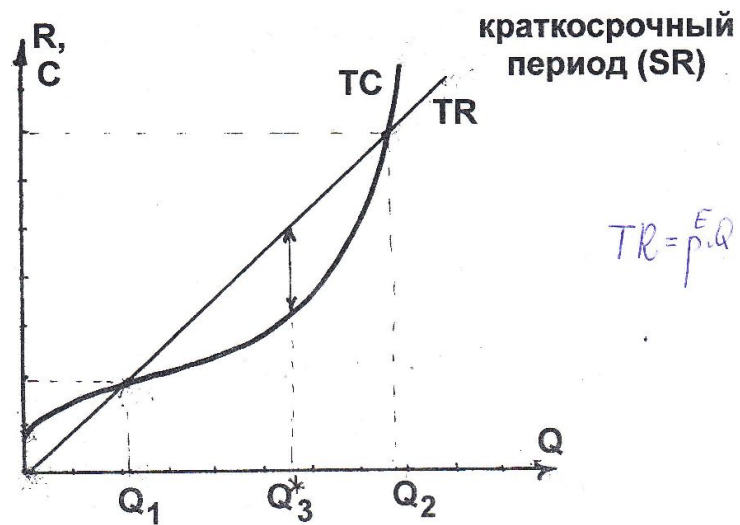
В SR решения фирмы о поведении на рынке касаются проблем:

- ✧ максимизации прибыли;
- ✧ минимизации убытков;
- ✧ закрытия предприятия.

Способ решения проблем: изменение издержек.

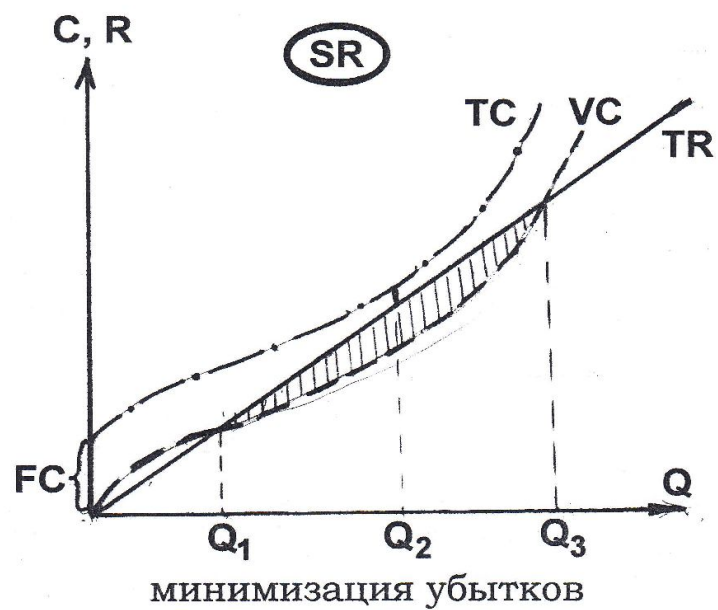
**А: Принцип сопоставления
совокупного дохода и совокупных
издержек.**

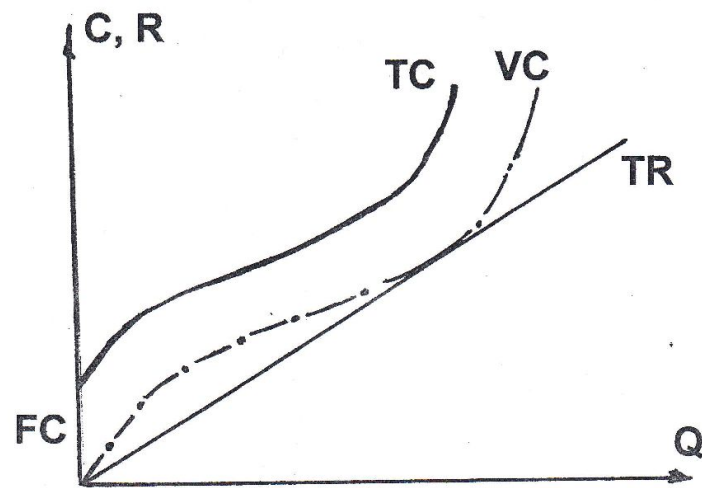
(TR , TC)



максимизация прибыли

$$\pi = (TR - TC) = \max.$$





SR

минимизация убытков
путём закрытия

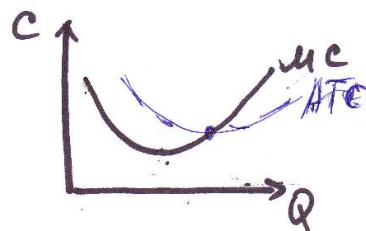
Б. Принцип сопоставления
взвешенных (относитель-
ных) величин:

(р, АТС, МС, МК)

Каждая единица товара фирме

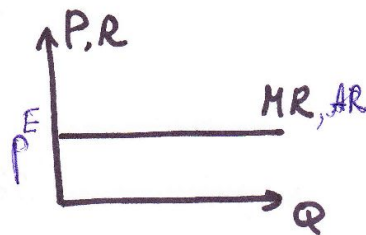
обходится:

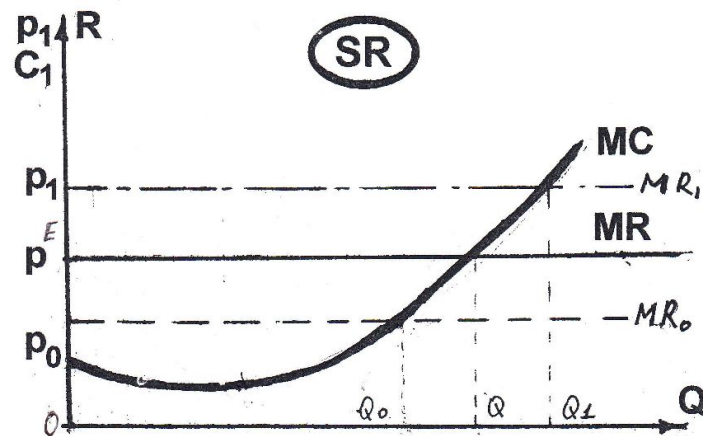
$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q = 1}.$$



приносит:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q = 1} = P.$$



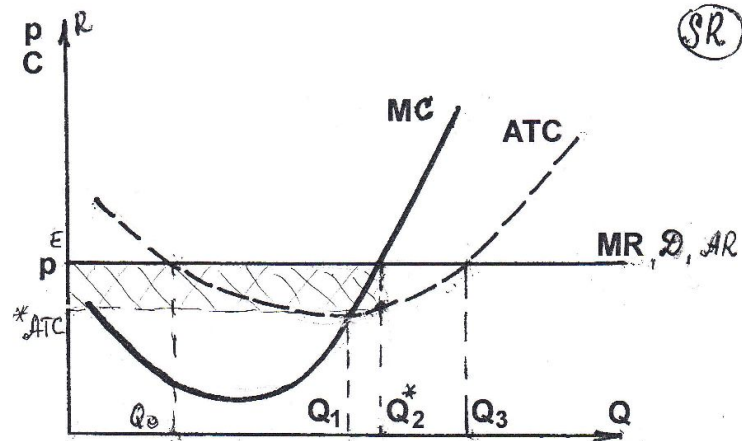


Основное правило: производить
выгодно, пока $MC \leq (MR = p)$

«Золотое» правило Робинсона
 $(MC = MR) \Rightarrow Q^*$

для определения:

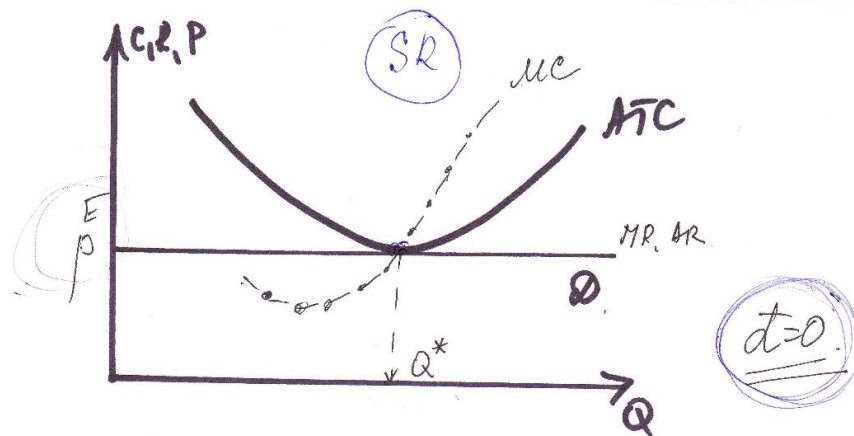
- (max) прибыли;
- (min) убытков



(SR)

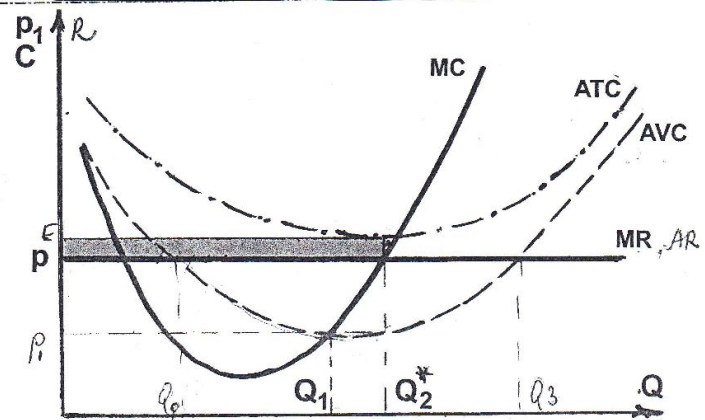
максимизация
прибыли:

прибыль = max : Q_2^* $\pi = (p - ATC)Q_2^*$



равновесие фирмы:

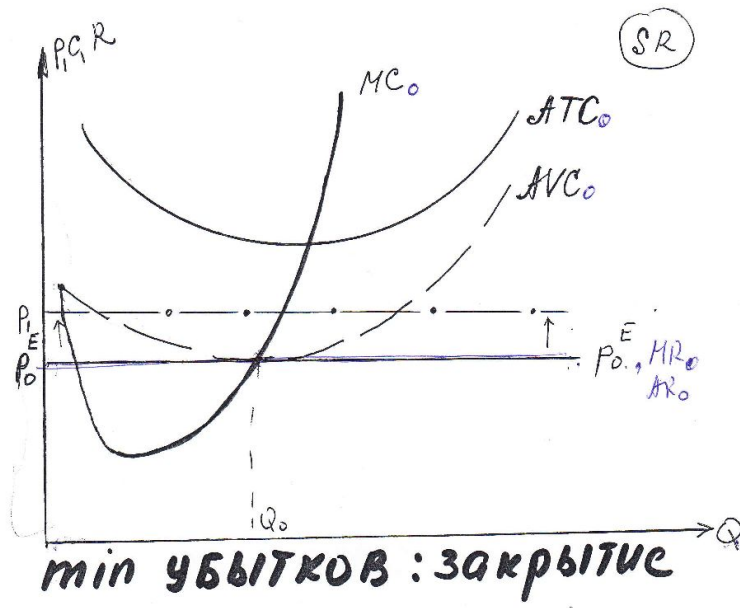
$$ATC = (MC = MR) = p.$$



SR

МИНИМИЗАЦИЯ УБЫТКОВ

 - убыток



Рыночное поведение фирмы

SR



Особенности долговременного периода (LR):

для отрасли:

- ✎ число фирм в отрасли может меняться: вход и выход не ограничены;
- ✎ все существующие фирмы меняют виды издержек произвольным образом;

для фирмы:

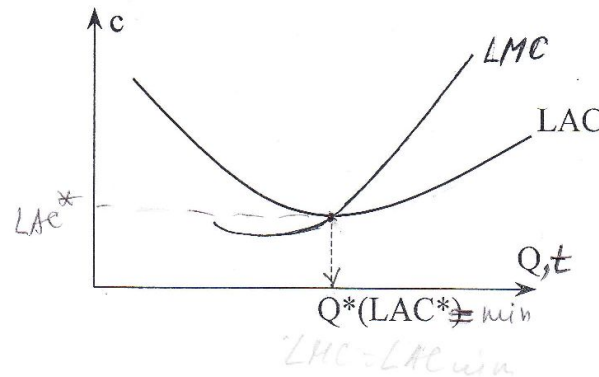
- ✎ все издержки фирмы – *переменные*;
- ✎ фирма приспосабливается к условиям отрасли путем входа или выхода.

Модель поведения фирмы-совершенного конкурента "Средняя фирма" в LR

- * → издержки такие же, как у других фирм и меняются в том же направлении
- * → рациональное поведение: $\pi \rightarrow \max$
- * → для $\pi \rightarrow \max \rightarrow$ производственные переменные: $LMS = \frac{\Delta C}{\Delta Q=1}$
- * → $LR = \sum_{i=1}^t SR_i$ t - число лет;
- * → приспособление к отрасли:
ВХОД - ВЫХОД

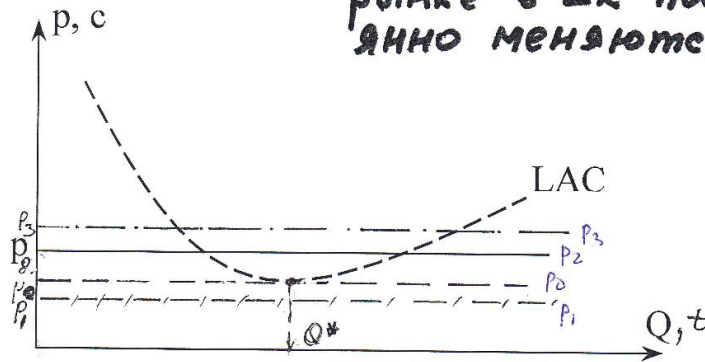
Решения фирмы в LR: 1 шаг "предельное условие":

- оптимальный объём производства фирмы Q^* в LR – это объём, при котором LAC = min.



Следует:
все издержки
процесс
и $LAC = \min$

2 шаг: «проверка прибылью» : цены на
рынке в LR постоянно
меняются:

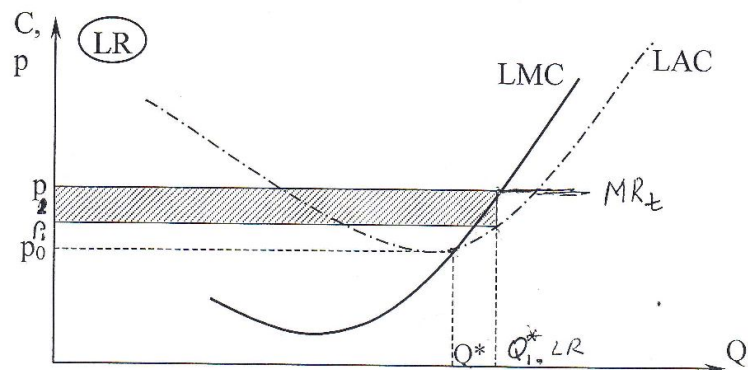


Фирме следует продолжать деятельность, ес-
ли $p \geq LAC_{min}$



$p = \min LAC - \text{фирма}$
кр LAC выше min LAC - фирма офисна

офисна



- любая цена $p_t > p_0$ приносит фирме экономическую прибыль; $(LAC = LMR_t) \rightarrow Q^*(LR)$
- кривая LMC выше точки пересечения с min LAC $\Rightarrow$ предложение фирмы в долгосрочном периоде.

Какую из проблем НЕ решает фирма в условиях свободной конкуренции

1. Следует производить?
2. Сколько производить? (Q)
3. Какова будет прибыль?
4. Как преодолеть неценовую конкуренцию?
5. Как минимизировать убытки?

Что здесь указано верно? Совершенно конкурентная фирма не может повлиять на рыночную цену, т.к:

1. она лишена экономической свободы
2. ее доля производства слишком мала
3. влияние на цены сдерживается законодательно
4. цены диктует потребитель

Отраслевые спрос и предложение описываются функциями, соответственно: $Q^D = 40 - 2p$; $Q^S = 2p$. Среди фирм, работающих в условиях совершенной конкуренции, есть 2, имеющие следующие параметры работы:

Вариант II

При $Q = 25$ шт, $ATC = 11$ руб.
Фирма имеет:

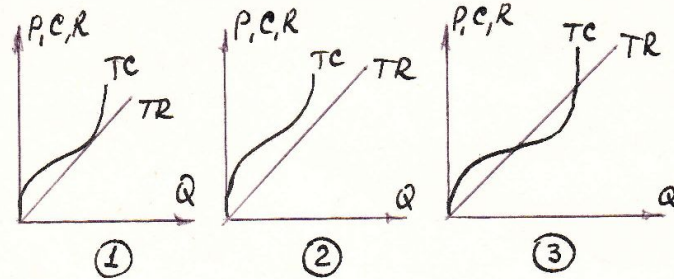
Вариант I

при $Q = 15$ шт $ATC = 8$ руб. Фирма имеет:

1. прибыль $\pi = 25$ руб
2. прибыль $\pi = 30$ руб
3. убыток $\pi = -25$ руб
4. убыток $\pi = -30$ руб
5. ни прибыли, ни убытков $\pi = 0$

Совершенно конкурентная фирма находится в равновесии, когда (абсолютные величины):

1. $MR=MC$
2. $TR=p$
3. $TR=AC$
4. $MC=VC$
5. $TR=TC$
6. $MR=TR$



Вариант I

Фирма, получа-
ющая экономи-
ческую прибыль,
изображена на
рис...

Вариант II

Равновесная
фирма представ-
лена на рис...

$$TC = 6 - Q^2 + 16Q$$

Определить: MC для $Q=3$.

1. $MC = 6$
2. $MC = 8$
3. $MC = 10$
4. $MC = 12$
5. $MC = 0$

Доход фирмы $\rightarrow TR = -4Q^2 + 6Q + 12$
Общие издержки $\rightarrow TC = Q^2 - 14Q + 30$.

Вариант I

(SR)

Вариант II

Прибыль (π)
фирмы состав-
ляет:

1. $\pi = 1$
2. $\pi = 2$
3. $\pi = 3$
4. $\pi = 4$

Оптимальный
объем Q , прино-
сящий $\pi = \max$:

- 1 $Q = 4$
- 2 $Q = 3$
- 3 $Q = 2$
- 4 $Q = 1$

Фирма в LR имеет вид издержек:

$$C = Q^3 - 10Q^2 + 28Q.$$

Вариант II

а) $Q^* = ?$

б) $AC_{Q^*} = ?$

в) (+) эффект
масштаба
при $Q = ?$

г) цена безубыточности в LR
 $p_{б/у} = ?$

Вариант I

а) $C_{Q^*} = ?$

б) $MC_{Q^*} = ?$

в) (-) эффект
масштаба при
 $Q = ?$