

Модуль 4

Часть 2

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

При изучении Модуля 4 рассмотрим темы:

1. Фирмы и рынки

**2. Механизм рынка
совершенной конкуренции**

**3. Механизм рынков
несовершенной конкуренции**

При изучении темы «Механизм рынка совершенной конкуренции» [Модуль 4] ответим на следующие вопросы:

1. Современные модели конкуренции

2. Черты совершенной конкуренции (СК)

3. Спрос, предложение и равновесие в условиях СК

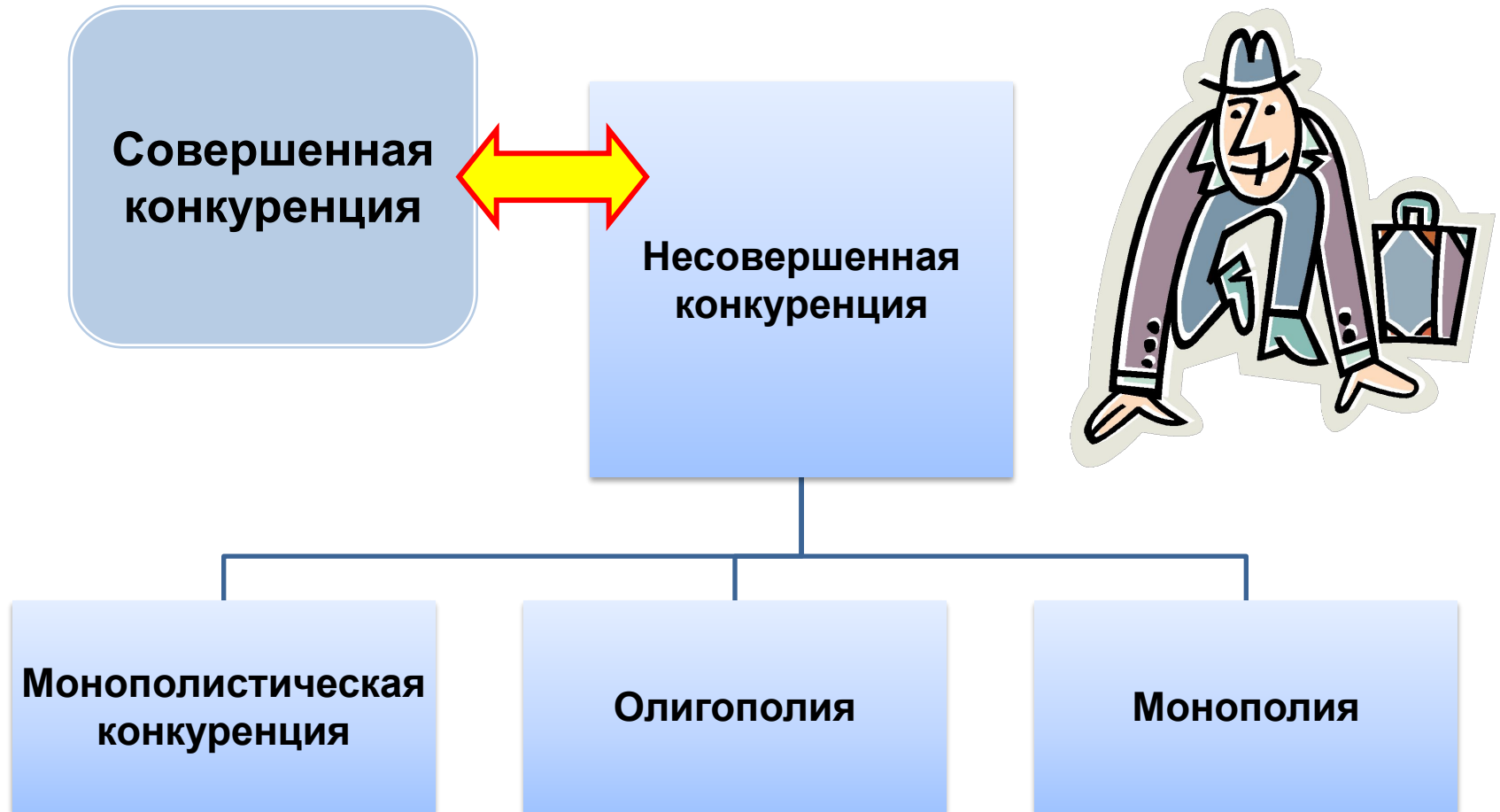
4. Оптимизация выпуска в условиях СК

5. Принципы поведения фирмы на рынке СК

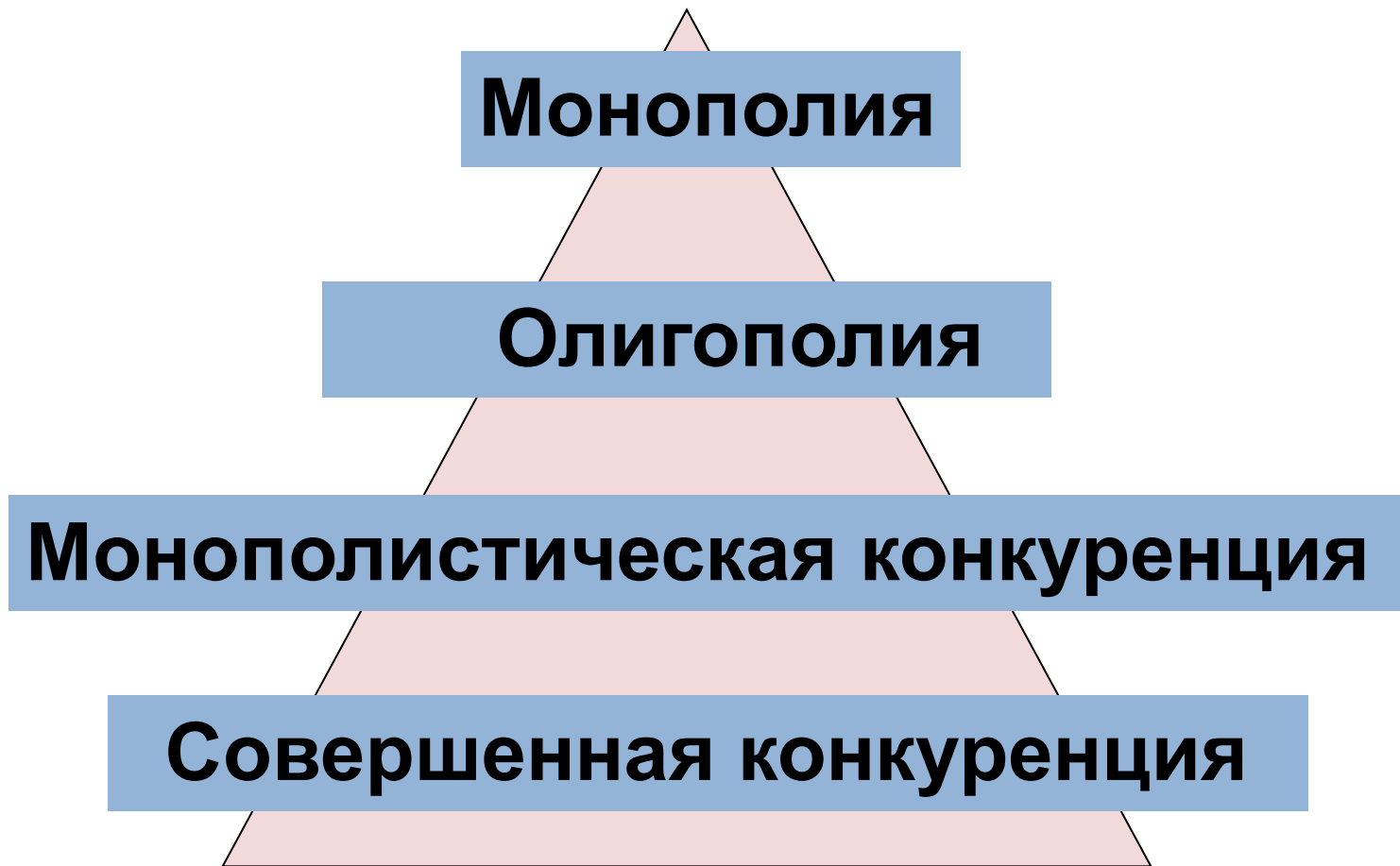
Вопрос 1.

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ

Типы рыночной структуры



Расщепление экономической власти



Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики
Несовершенная конкуренция		
Монополистическая конкуренция	Много производителей Товар дифференцированный	Умеренная власть Разнообразная ценовая политика
Олигополия	Мало производителей Товар стандартизированный или дифференцированный	Существенная власть Ценовая политика зависит от конкурентов
Монополия	Один производитель Товар уникальный	Максимальная рыночная власть Самостоятельная ценовая политика

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики
Несовершенная конкуренция		

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики
Несовершенная конкуренция		
Монополистическая конкуренция	Много производителей Товар дифференцированный	Умеренная власть Разнообразная ценовая политика

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики
Несовершенная конкуренция		
Монополистическая конкуренция	Много производителей Товар дифференцированный	Умеренная власть Разнообразная ценовая политика
Олигополия	Мало производителей Товар стандартизированный или дифференцированный	Существенная власть Ценовая политика зависит от конкурентов

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики
Несовершенная конкуренция		
Монополистическая конкуренция	Много производителей Товар дифференцированный	Умеренная власть Разнообразная ценовая политика
Олигополия	Мало производителей Товар стандартизированный или дифференцированный	Существенная власть Ценовая политика зависит от конкурентов
Монополия	Один производитель Товар уникальный	Максимальная рыночная власть Самостоятельная ценовая политика

Вопрос 2.

ЧЕРТЫ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Понятие совершенной конкуренции

Совершенная конкуренция – это тип конкуренции, при котором фирмы не обладают рыночной властью и **конкурируют по цене**, а увеличение прибыли происходит путем снижения издержек производства.

Модель совершенной конкуренции

- ✓ Имеет большое методологическое значение как эталон конкуренции.
- ✓ На практике встречается редко.
- ✓ Примером является рынок сельскохозяйственной продукции (картофель , морковь, свекла и др.), валютный рынок.

Общая характеристика рынка совершенной конкуренции

1. Малые размеры и многочисленность участников рынка;
2. Однородность продукции;
3. Нулевая рыночная власть;
4. Совершенная информированность.
5. Отсутствие ограничений и барьеров.

1. Малые размеры и

многочисленность участников

рынка

- ✓ Ни продавцы, ни покупатели не влияют на рыночную ситуацию вследствие малости и многочисленности всех субъектов рынка.
- ✓ Доля рынка у каждой фирмы менее 1%.
- ✓ Объемы совершаемых покупок (или продаж) очень малы по сравнению с совокупным объемом рынка. Их изменения не влияют на совокупный размер спроса и предложения.

2. Однородность продукции

- ✓ В представлении покупателей продукция фирмы неразличима, т.е. продукты разных фирм совершенно взаимозаменяемы.

3. Нулевая рыночная власть:

- ✓ $L = 0$

4. Совершенная информация

- ✓ Симметрия информации: информация для принятия решений (о ценах, технологии, вероятной прибыли и пр.) свободно доступна для всех.
- ✓ Фирма принимает решения в условиях полной определенности.
- ✓ Низкие трансакционные издержки.
- ✓ Снижена возможность оппортунистического поведения.

5. Отсутствие ограничений и барьеров

- ✓ *Барьеры при входе на рынок* – любые конкурентные преимущества действующих в отрасли фирм по сравнению со стремящимися туда попасть.
- ✓ *Типичные барьеры*: стартовые размеры капитала, уникальность продукции или используемых технологий, правовые ограничения.
- ✓ *Барьеры выхода с рынка* – потери, неизбежные при попытке вывести бизнес из данной отрасли (безвозвратные издержки).

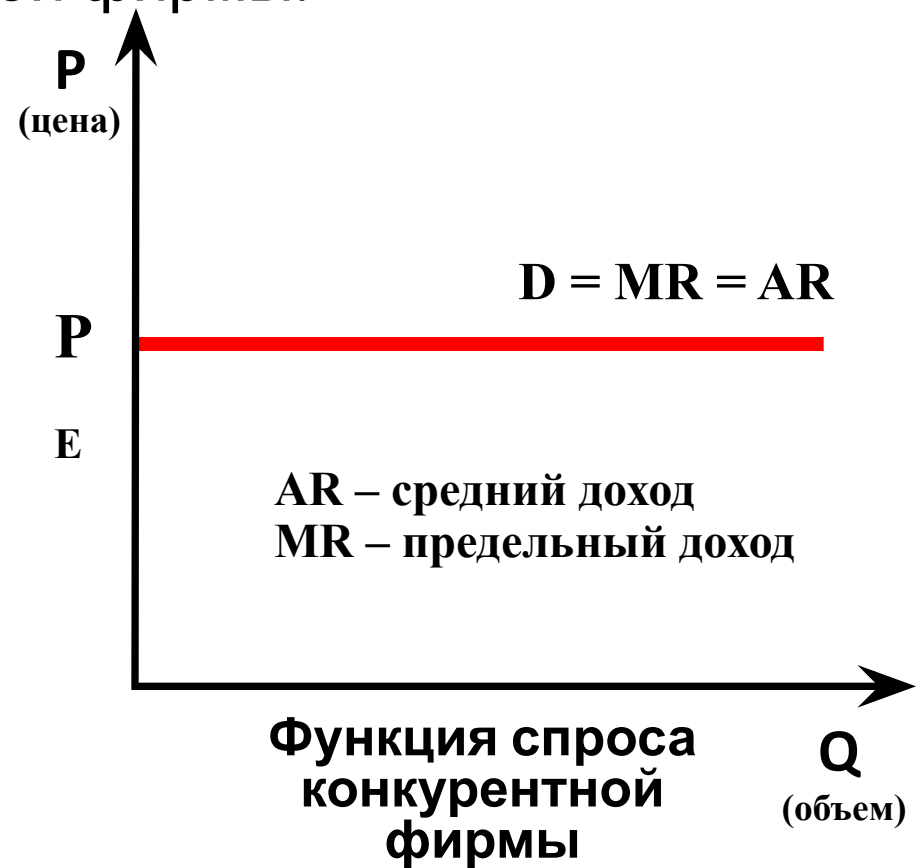
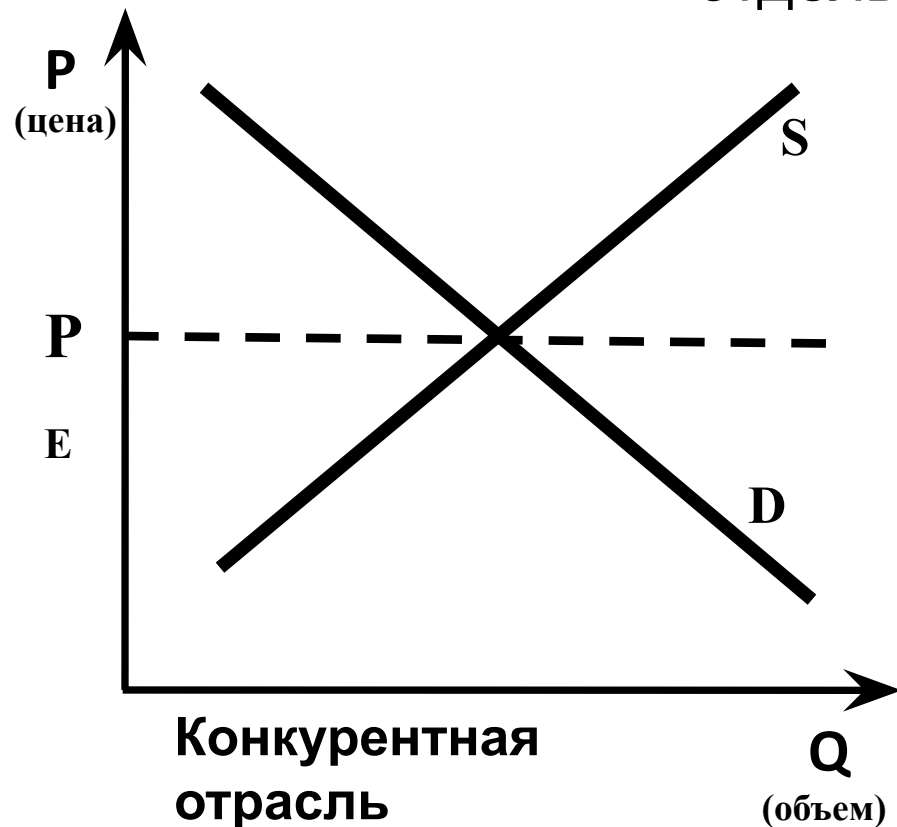
Отсутствие барьеров означает гибкость и адаптивность рынка совершенной конкуренции.

Вопрос 3.

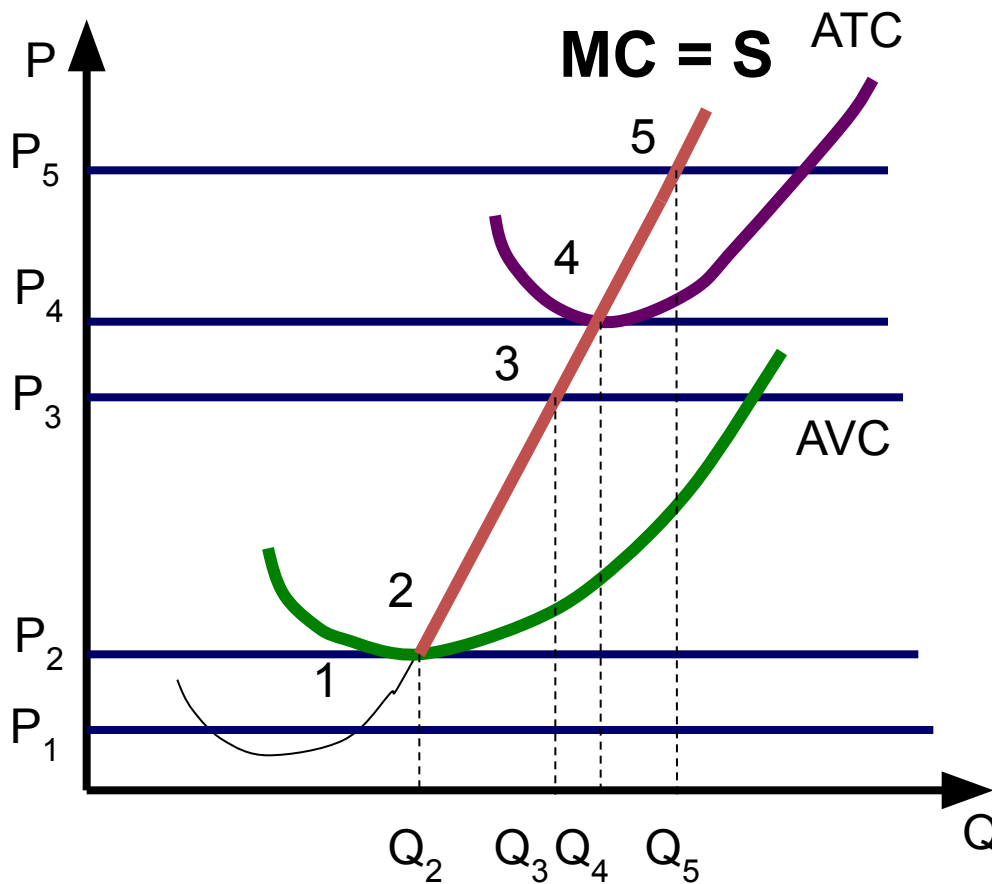
СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РАВНОВЕСИЕ В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Спрос в условиях совершенной конкуренции

Отличительная черта совершенной конкуренции – **абсолютная эластичность спроса по цене** на продукцию отдельной фирмы.



Кривая предложения фирмы



При изменении цены:

P_5 — фирма максимизирует прибыль при Q_5
 P_4 — фирма в точке безубыточности (нулевая экономическая прибыль) при Q_4
 P_3 — фирма минимизирует убытки при Q_3
 P_2 — фирма в точке безразличия: производит Q_2 , либо

Комментарии:

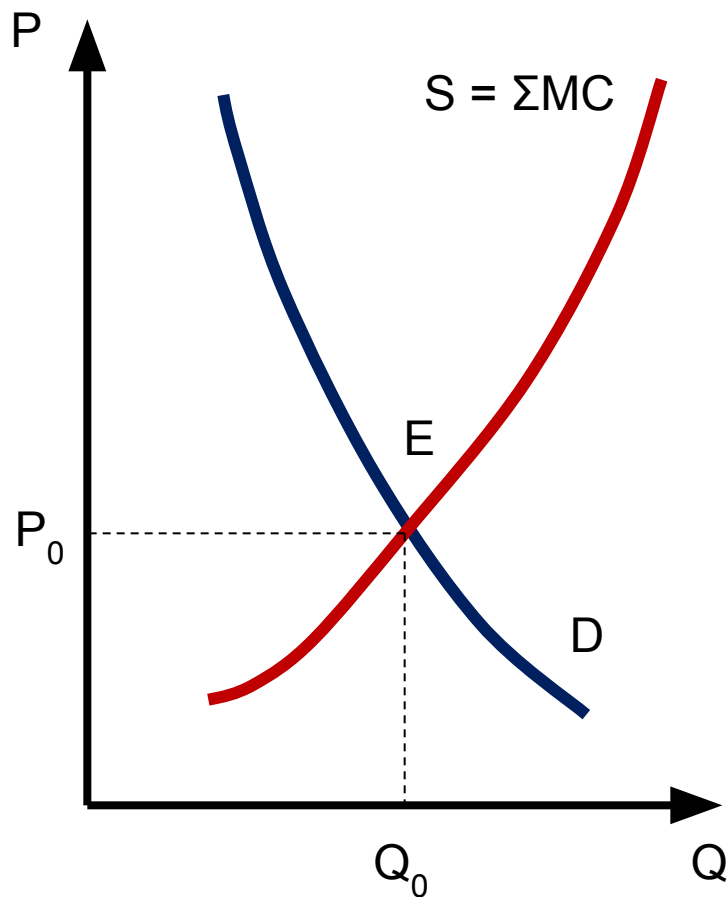
Кривая предложения фирмы

1. Кривая предложения фирмы показывает, какой объем продукции будет выпущен при том или ином уровне цен (по определению).
2. Интересы фирмы требуют довести производство до точки, где $MC = P$.
3. Кривая предельных издержек конкурентной фирмы в краткосрочном периоде будет одновременно ее кривой предложения для этого периода (при $MC = P$).

Кривая предложения отрасли

- ✓ Если на рынке действует несколько фирм.
- ✓ Совокупный объем предложения отрасли при каждой данной цене равен сумме объемов предложения всех фирм или сумме кривых предельных издержек этих фирм.
- ✓ $S = S_1 + S_2 + \dots + S_n = \sum MC_n$,
где n – количество фирм в отрасли.

Равновесие конкурентной отрасли в краткосрочном периоде

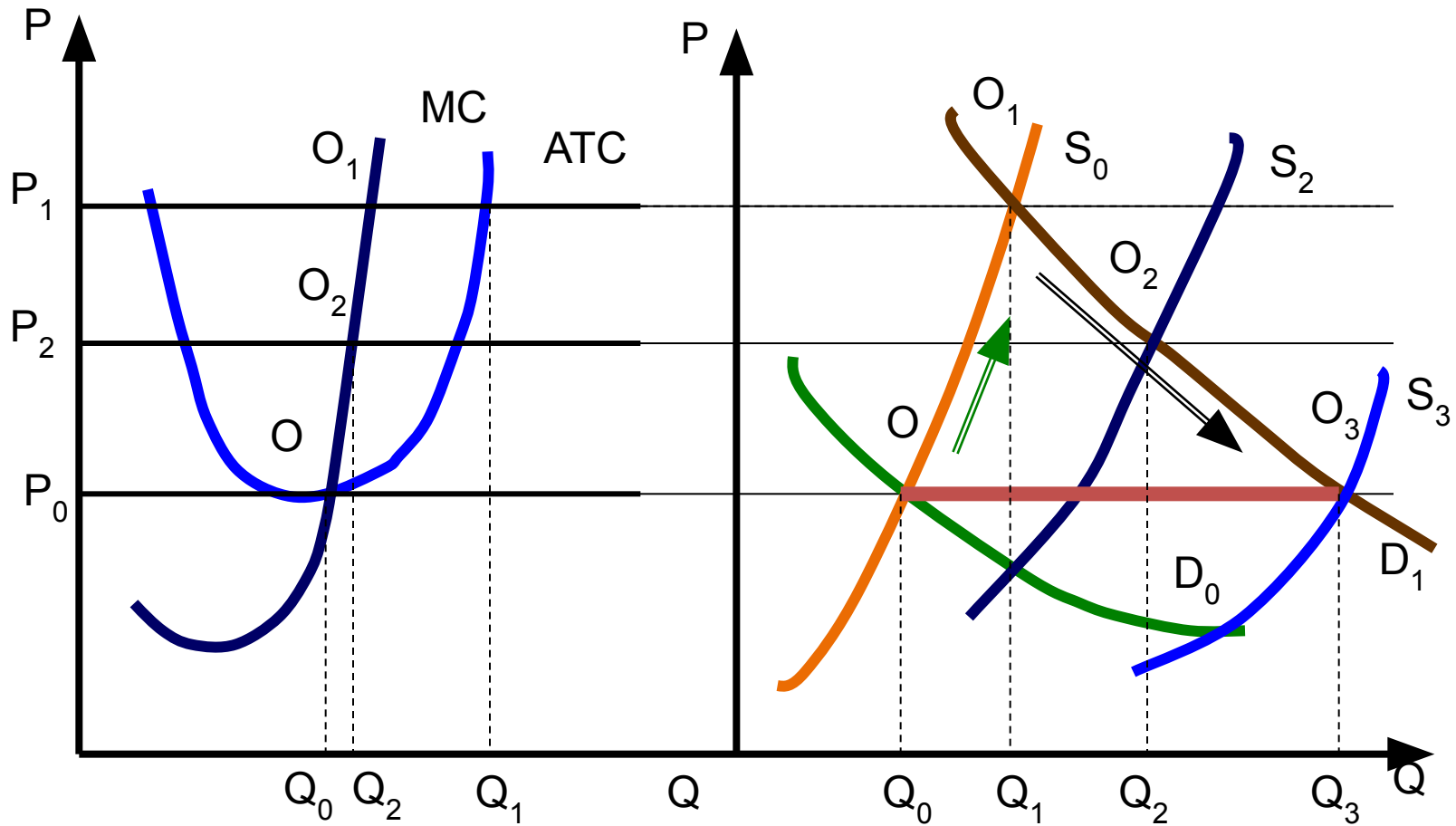


- ✓ Кривая спроса имеет нормальный понижающийся вид.
- ✓ E – точка равновесия.
- ✓ **Равновесие при совершенной конкуренции устойчиво**, т.к. S – это совокупность точек, когда фирмы максимизируют прибыль при разных ценах. У них нет интереса в отклонении

Равновесие конкурентной отрасли в долгосрочный период

- ✓ Уровень прибыльности стимулирует приток или вызывает отток ресурсов из отрасли.
- ✓ Фирмы, действующие в конкурентной отрасли в долгосрочном периоде – **безубыточны**. Они получают **нулевую экономическую прибыль**.

Графическая иллюстрация: равновесие на рынке СК в долгосрочном периоде



Экономическая цепочка в случае возникновения убытков:

- ✓ Сокращение спроса;
- ✓ Падение цены (краткосрочный период);
- ✓ Появление экономических убытков;
- ✓ Отток фирм и ресурсов из отрасли;
- ✓ Сокращение долгосрочного рыночного предложения;
- ✓ Рост цены;
- ✓ Восстановление безубыточности (долгосрочный период);
- ✓ Прекращение оттока фирм и ресурсов из отрасли

Выводы: условия равновесия конкурентной фирмы

✓ краткосрочный период:

$$P = MR = MC$$

✓ долгосрочный период:

$$P = MR = MC = LATC, PR = 0$$

Вопрос 4.

ОПТИМИЗАЦИЯ ВЫПУСКА В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

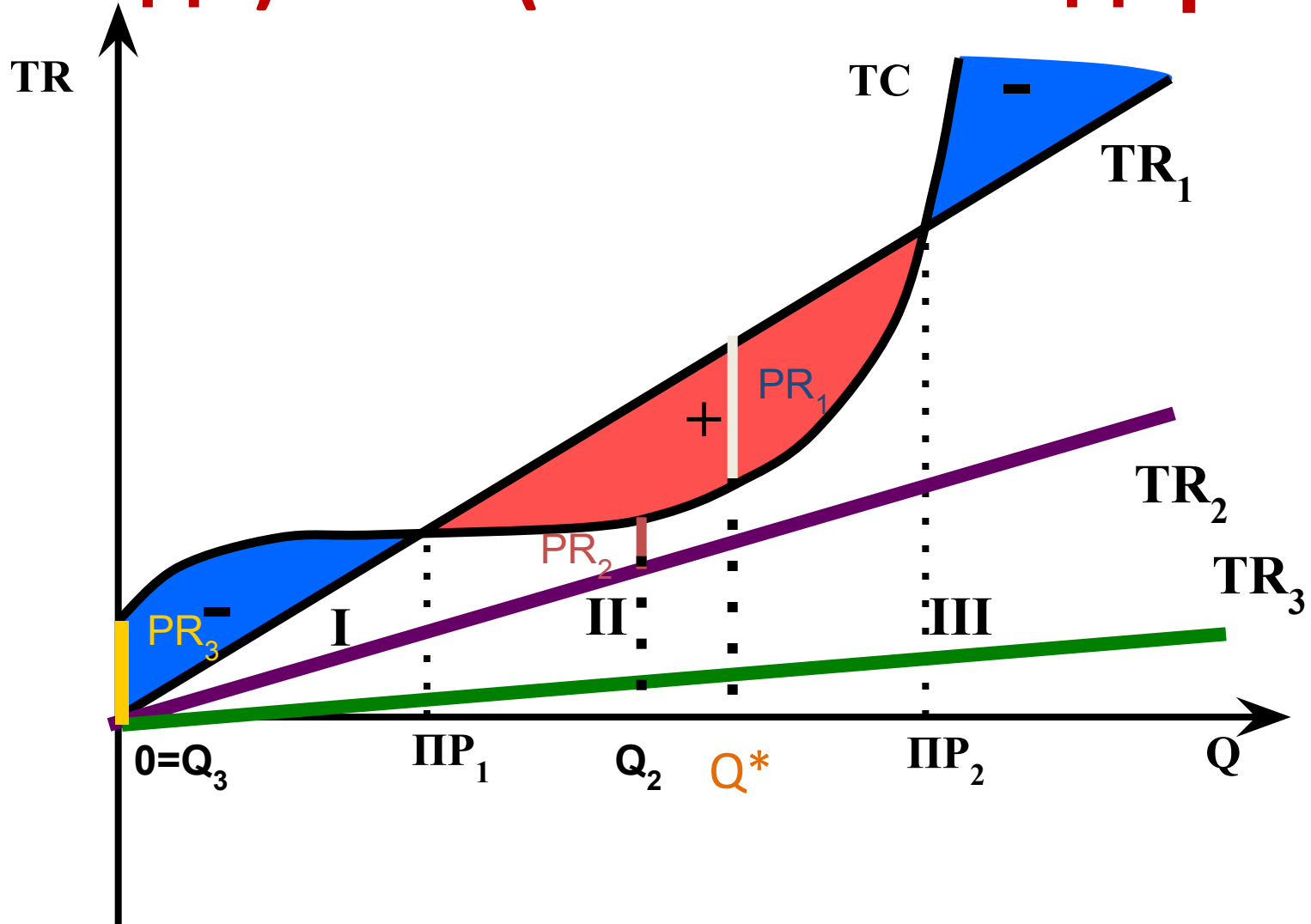
Оптимизация выпуска

- ✓ Определение объема производства Q^* , который максимизирует прибыль или минимизирует убытки.

Два метода определения оптимального объема производства Q^*

1. Сравнение валового дохода и валовых издержек.
2. Сравнение предельного дохода и предельных издержек.

Метод сравнения TR(валового дохода) и TC (валовых издержек)



Комментарии к графику:

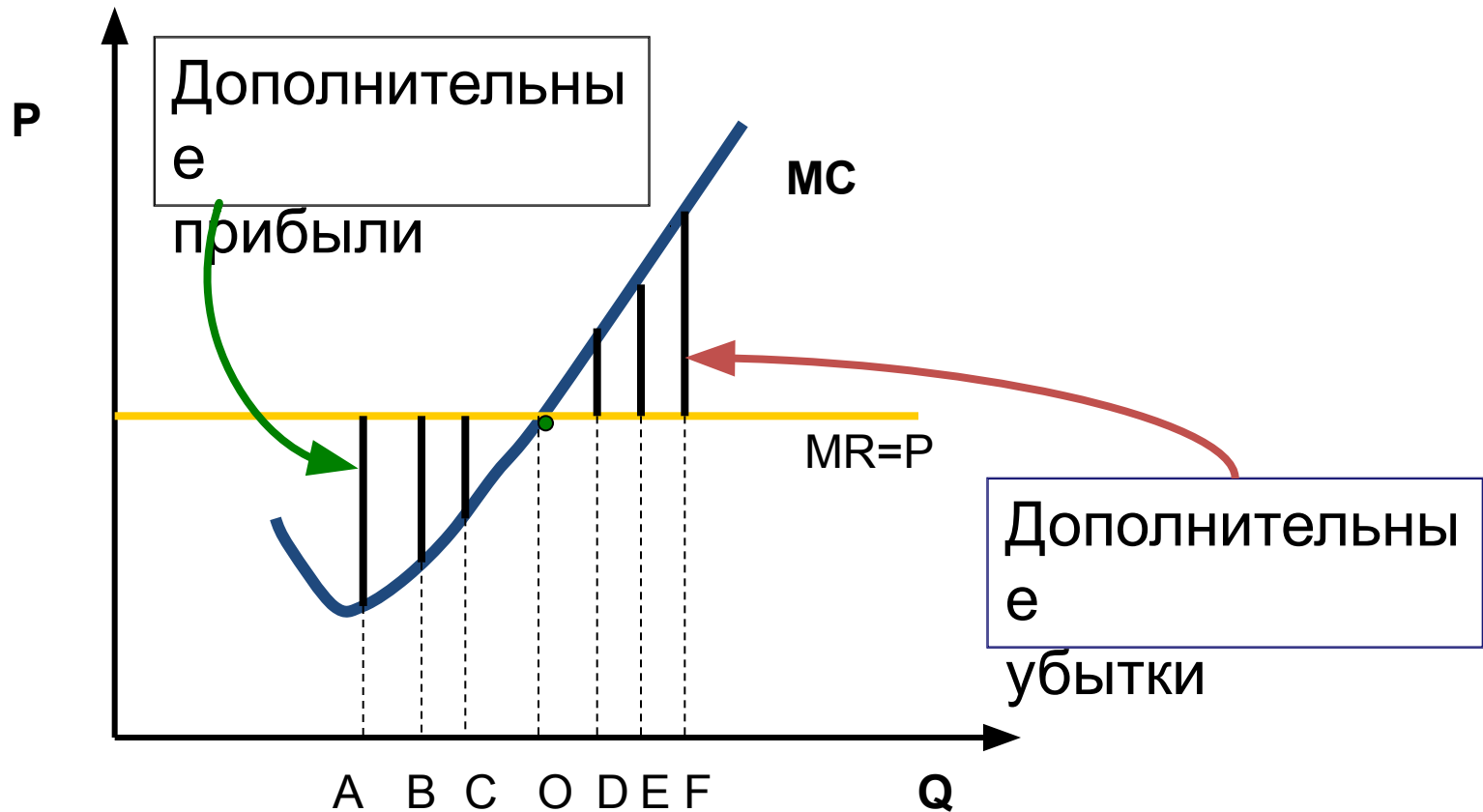
метод сравнения TR и TC

- ✓ На графике отражена стандартная динамика TC и три варианта кривых TR:
 1. TR_1 – при высоком уровне цен на продукцию фирмы;
 2. TR_2 – при среднем уровне цен;
 3. TR_3 – при низком уровне цен.
- ✓ TR_1 – выше TC только на определенном участке (розового цвета). Расстояние между линиями **max** при Q^* . Здесь **PR_1 – max**.
- ✓ TR_2 – везде ниже TC. Прибыли нет. **Убыток PR_2 – min** при Q_2 .
- ✓ Убыток нарастает с ростом производства. Лучше прекратить производство при **$Q_3 = 0$ (PR_3 – min)**.

Метод сравнения MR (предельного дохода) и MC (предельных издержек)

- ✓ Максимизация прибыли (минимизация убытков) достигается при объеме производства, соответствующем точке, где $MR = MC$.
- ✓ Если MR от каждой следующей единицы продукции превышает MC , то следует и дальше производить, чтобы «добирать» оставшуюся прибыль.
- ✓ Если $MR < MC$, то дальнейшее производство будет увеличивать убытки.
- ✓ Равенство $MR = MC$ справедливо для всех типов рынка.
- ✓ В условиях *совершенной конкуренции*:
 $P = MR = MC$, или $P = MC$, т.к. $MR = P$.

Иллюстрация метода сравнения MR и MC



Золотое правило оптимизации

Оптимальный объем производства фирмы – объем производства, максимизирующий прибыль при существующих в данный момент времени рыночных и технологических условиях.

$$PR = TR - TC \rightarrow \max$$



$$PR(Q)' = 0$$

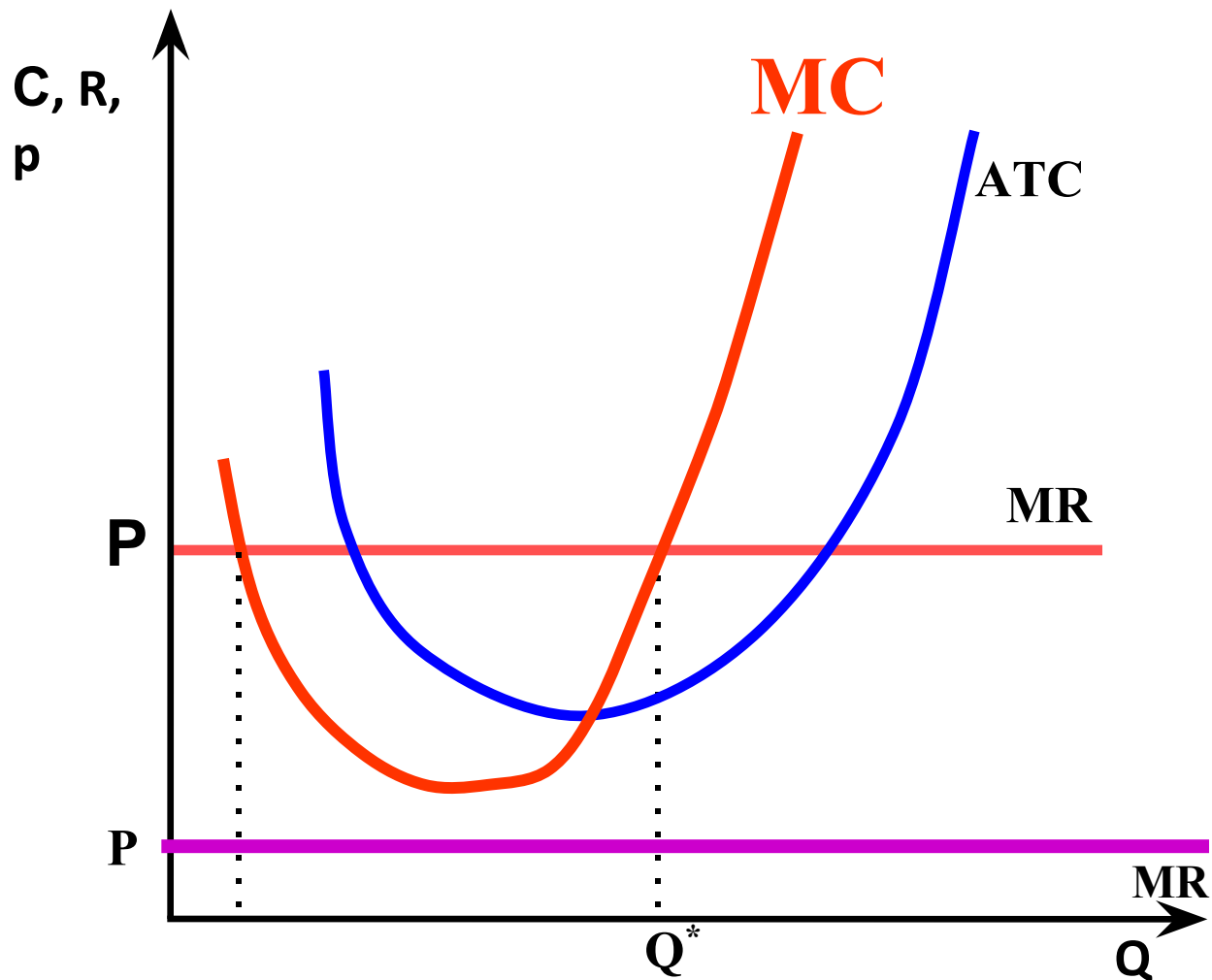


$$TR'(Q) - TC'(Q) = 0$$



$$MR = MC = p$$

Два ограничения для золотого правила оптимизации



Комментарий: золотое правило оптимизации

1. Фирма должна выбирать **большой** объем производства, если кривая MR дважды пересекает кривую MC .
2. В условиях **приостановки** деятельности фирмы правило не действует, так как эффективен **нулевой объем** производства.

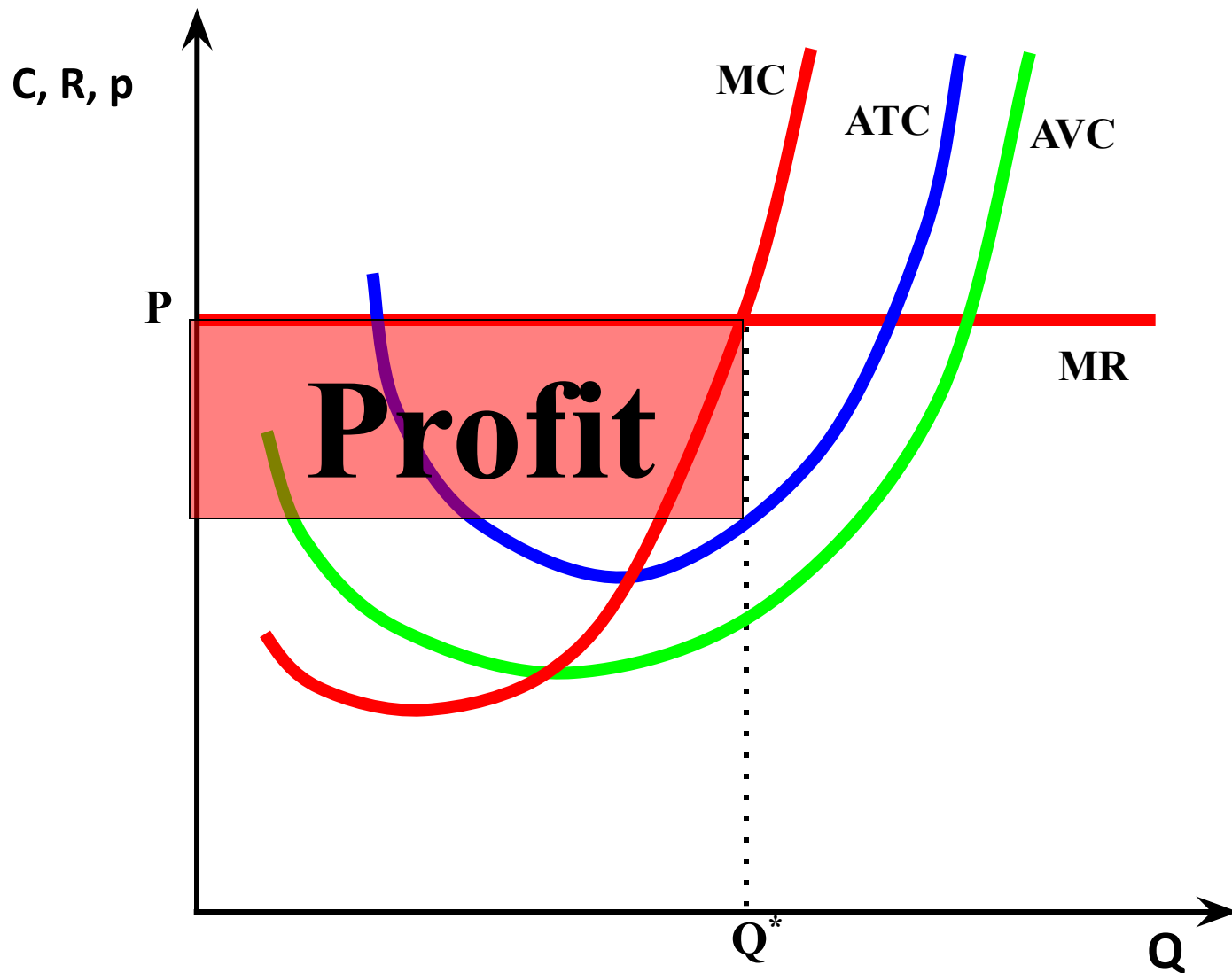
Вопрос 5.

ПРИНЦИПЫ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ НА РЫНКЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

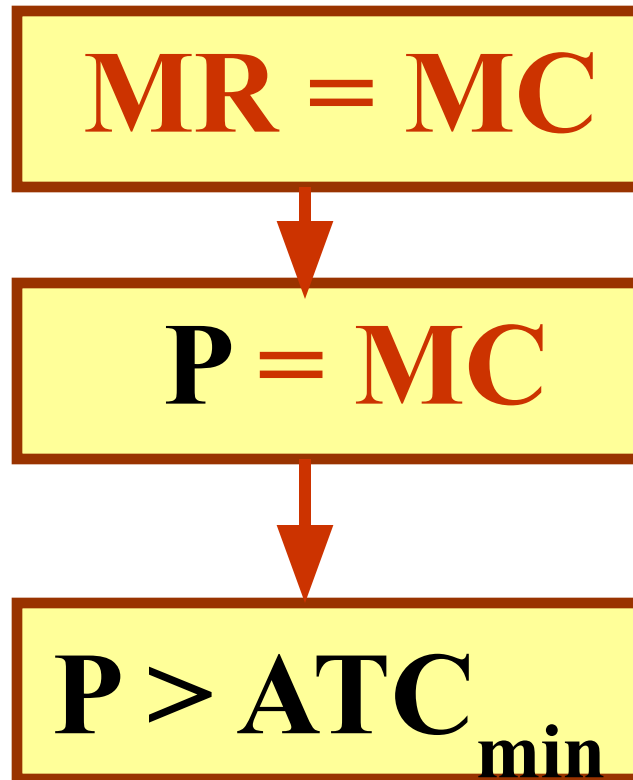
Варианты поведения фирмы совершенного конкурента в краткосрочный период

1. Ситуация получения экономической прибыли;
2. Ситуация безубыточности;
3. Ситуация минимизации убытков;
4. Ситуация приостановки деятельности фирмы.

Вариант 1. Работа конкурентной фирмы с получением экономической прибыли



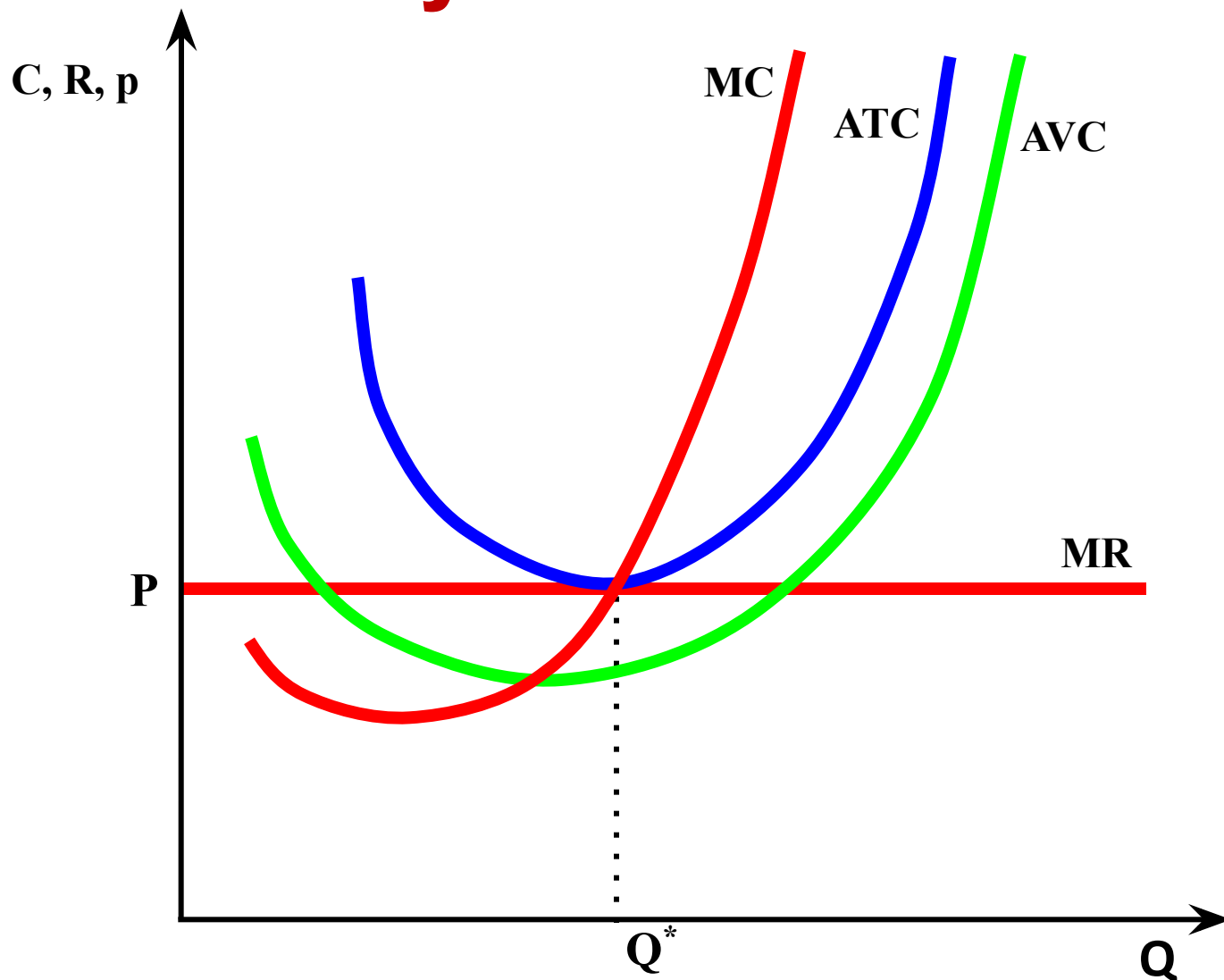
Условия применения варианта 1



Вывод по варианту 1

- ✓ Получение максимальной прибыли возможно при **управлении** объемом производства и издержками, когда цена выше минимальных средних издержек.

Вариант 2. Работа конкурентной фирмы в условиях безубыточности



Условия применения варианта 2

$$MR = MC$$



$$P = MC$$

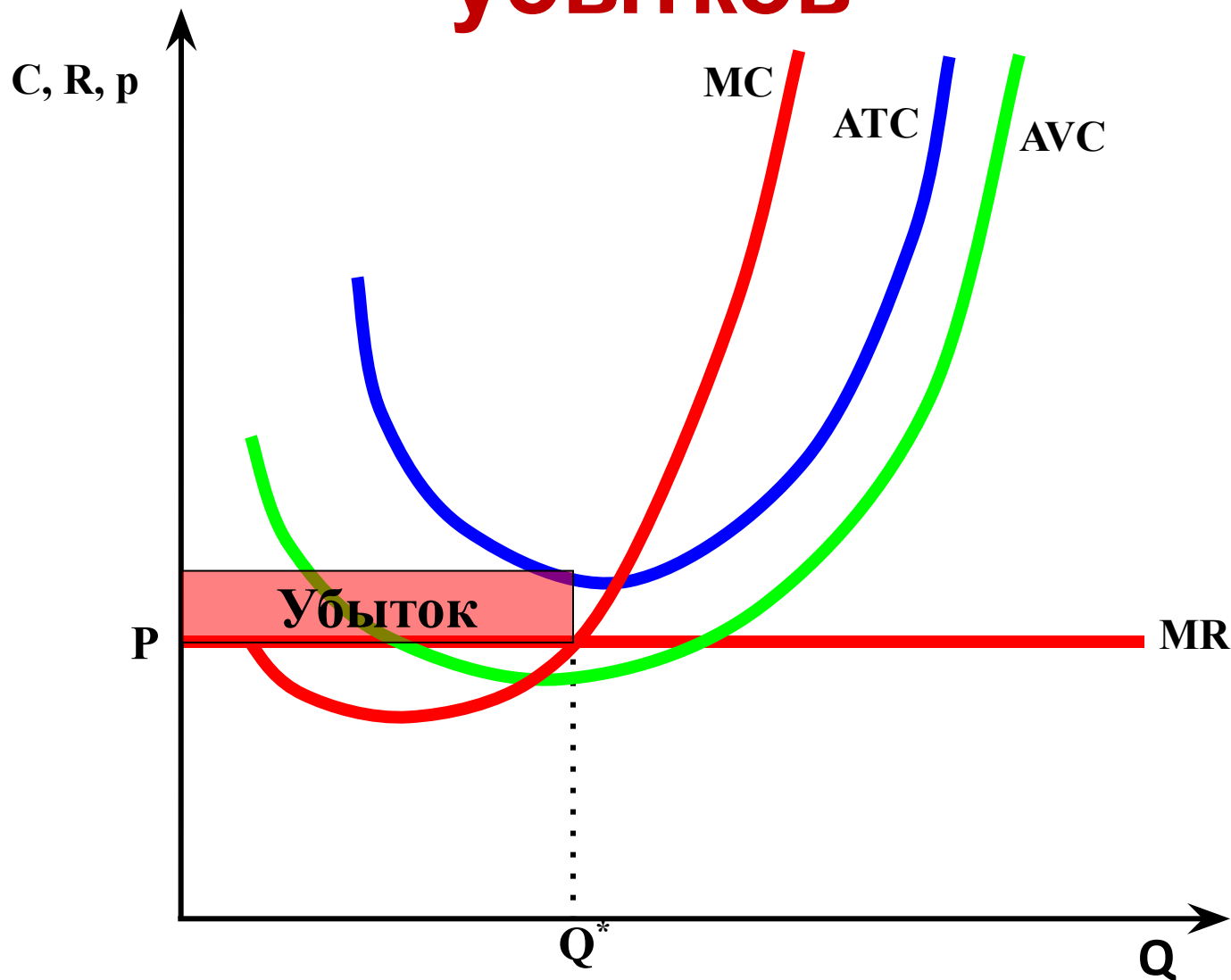


$$P = ATC_{\min}$$

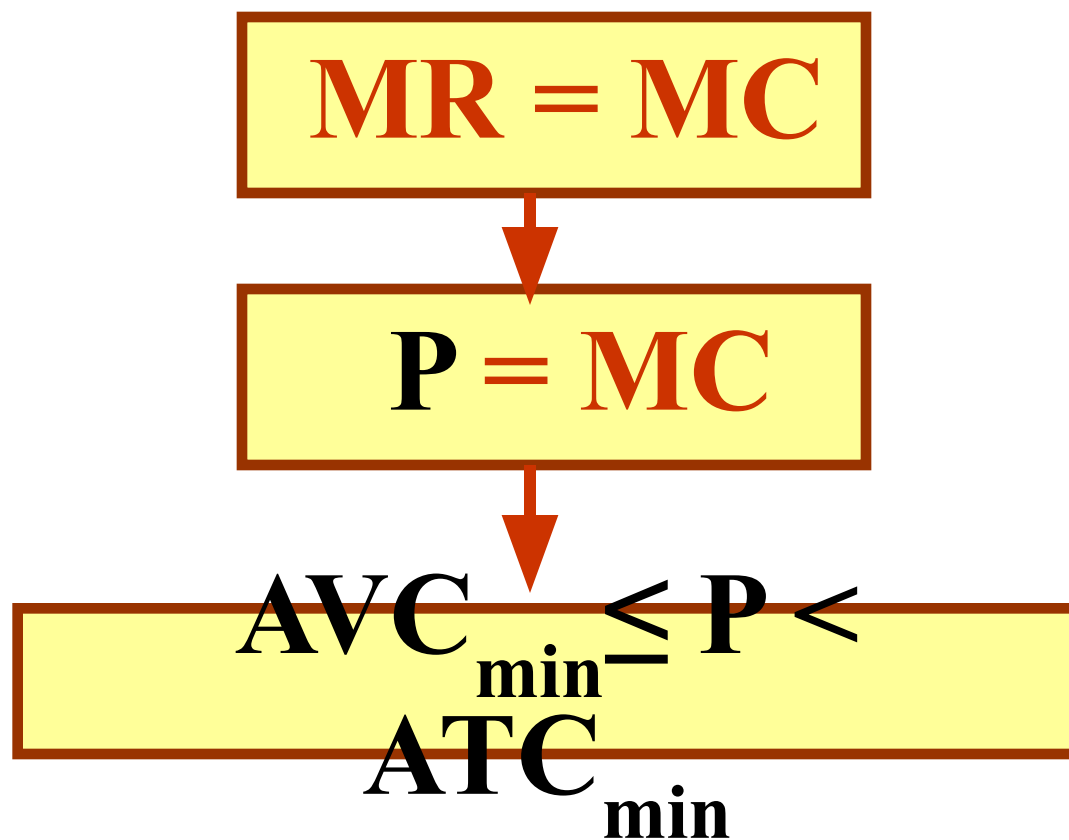
Вывод по варианту 2

- ✓ Ситуация безубыточности означает получение фирмой **нормальной** прибыли.

Вариант 3. Работа конкурентной фирмы в условиях минимизации убытков



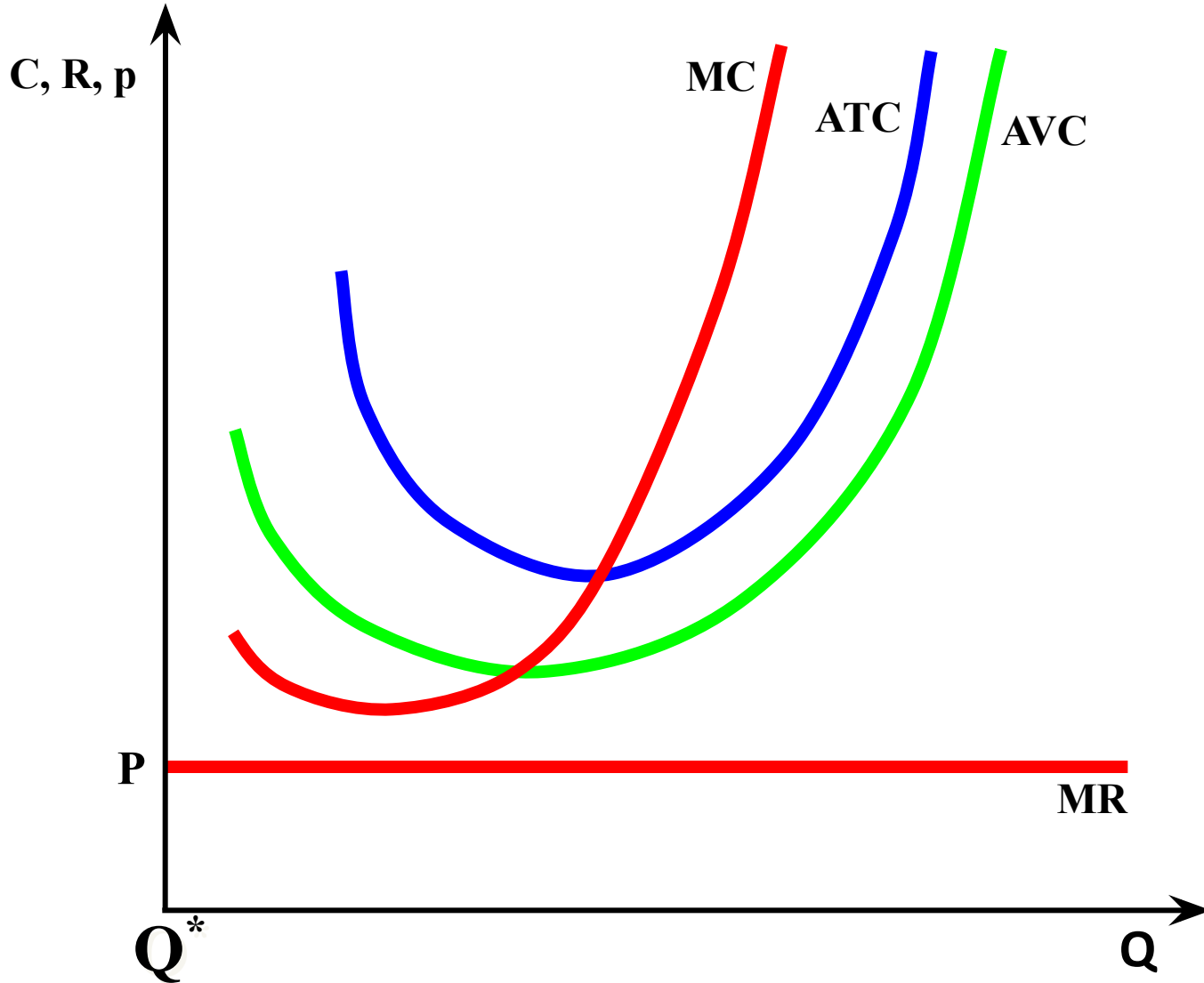
Условия применения варианта 3



Вывод по варианту 3

- ✓ Фирма не в состоянии окупить **все** издержки, но дохода хватает на покрытие всех **переменных** издержек и части постоянных издержек.

Вариант 4. Ситуация приостановки производства



Условия применения варианта 4

$$P < AVC_{\min}$$



~~$$MR = MC$$~~

Вывод по варианту 4

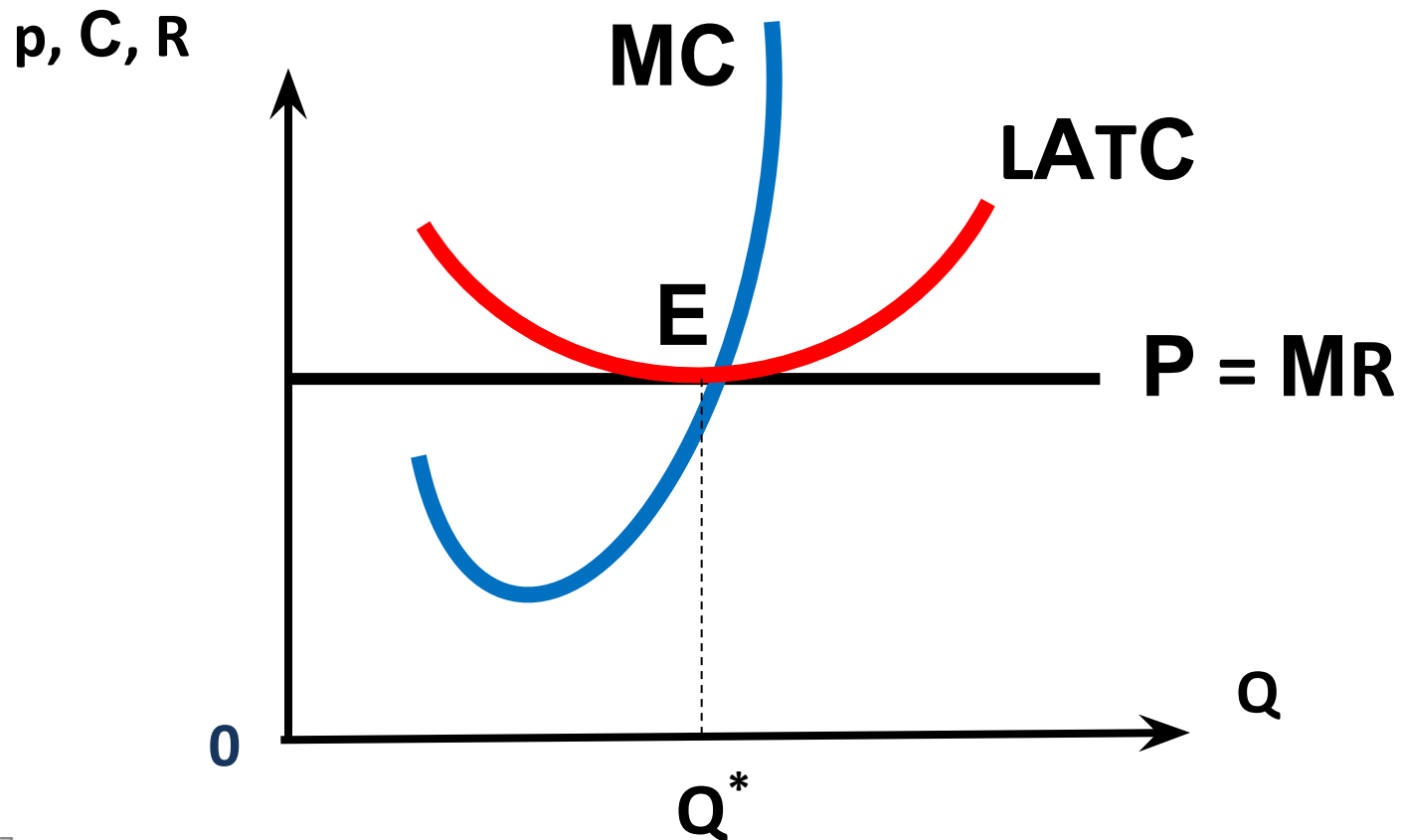
- ✓ Когда фирма не в состоянии окупить **даже переменные** издержки, она вынуждена **приостановить** производство.

Поведение конкурентной фирмы в долгосрочном периоде

- ✓ Для долгосрочного периода в условиях свободного входа и выхода из отрасли высокая прибыль привлекает в отрасль другие фирмы, а убыточные фирмы уходят из отрасли.
- ✓ Ограниченные ресурсы распределяются таким образом, чтобы достичь максимального удовлетворения потребностей ($P = MC$).
- ✓ Фирмы будут производить максимально возможное количество продукции до тех пор, пока предельные издержки ресурса не будут равны его цене.
- ✓ Фирмы производят продукцию с минимальными средними издержками и продают ее за цену,

Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

$$P = MR = MC = LATC; PR = 0$$



Достоинства совершенной конкуренции

- ✓ автоматически приводит экономику в состояние оптимума (саморегуляция);
- ✓ фирма и отрасль работают без излишков и дефицитов:

$$D = MR, S = MC; MR = MC \longrightarrow D = S$$

- ✓ оптимальное распределение ресурсов;
- ✓ производство организуется технологически наиболее эффективным образом;
- ✓ безубыточность фирм в долгосрочном периоде гарантирует отрасли устойчивость:

$$P = LAC_{\min}$$

Недостатки совершенной конкуренции

- ✓ небольшим фирмам не доступна экономия на масштабах производства, они не способны использовать наиболее эффективную технику;
- ✓ не стимулирует научно-технический прогресс, т.к. небольшим фирмам не хватает средств для финансирования длительных и дорогостоящих НИОКР;
- ✓ малые размеры компаний затрудняют их деятельность в современном, насыщенном крупномасштабной техникой и пронизанном инновационными процессами мире.