

Тема 6. ПОВЕДЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЁМА
ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ
СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ
И МОНОПОЛИИ

Основные вопросы

1. Модели рынка.
2. Спрос на продукт отдельной фирмы и её доход в условиях совершенной конкуренции.
3. Определение оптимального объема производства в коротком периоде.
4. Монополия. Определение цены и объема производства в условиях монополии.



1. Модели рынка

Важнейшие проблемы производителя

- Сколько производить продукции? – *Проблема оптимального объёма производства.*
- Сколько и каких приобрести ресурсов? – *Проблема оптимального объёма и сочетания ресурсов.*

Условия функционирования предприятия на рынке (особенности рынка)

1. масштабы спроса,
2. число производителей,
3. тип продукта,
4. степень контроля над ценой производимой продукции,
5. условия вхождения на рынок,
6. доступность экономических ресурсов,
7. неценовая конкуренция.

Основные модели рынка (типы рыночных структур)

- Чистая конкуренция (совершенная конкуренция)
- Монополистическая конкуренция
- Чистая монополия
- Олигополия

Несовершенная конкуренция включает в себя

- монополистическую конкуренцию,
- олигополию,
- чистую монополию,
- промежуточные варианты рыночных структур.

Чистая (совершенная) конкуренция

это тип рынка, где действует множество продавцов и покупателей,

- *продаётся стандартизированный продукт,*
- *никто не контролирует цену,*
- *отсутствует неценовая конкуренция,*
- *существует свободный доступ на рынок.*

Монополистическая конкуренция

это тип рынка, где функционирует много фирм, но продаётся дифференцированный продукт,

- *ограничения доступа на рынок незначительны,*
- *фирма обладает определённым контролем над продажной ценой,*
- *характерна неценовая конкуренция.*

Чистая (совершенная) МОНОПОЛИЯ

это тип рынка, где функционирует одна фирма,

- *продает уникальный продукт (не имеется заменителя),*
- *доступ на рынок заблокирован,*
- *фирма обладает контролем над ценой.*

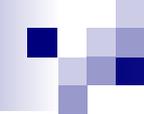
Олигополия

это тип рынка, где функционирует несколько крупных фирм,

- *продаются дифференцированные или стандартизированные товары,*
- *доступ на рынок затруднён,*
- *контроль над ценами ограничен взаимозависимостью фирм, возможен сговор в ценообразовании,*
- *характерна неценовая конкуренция.*

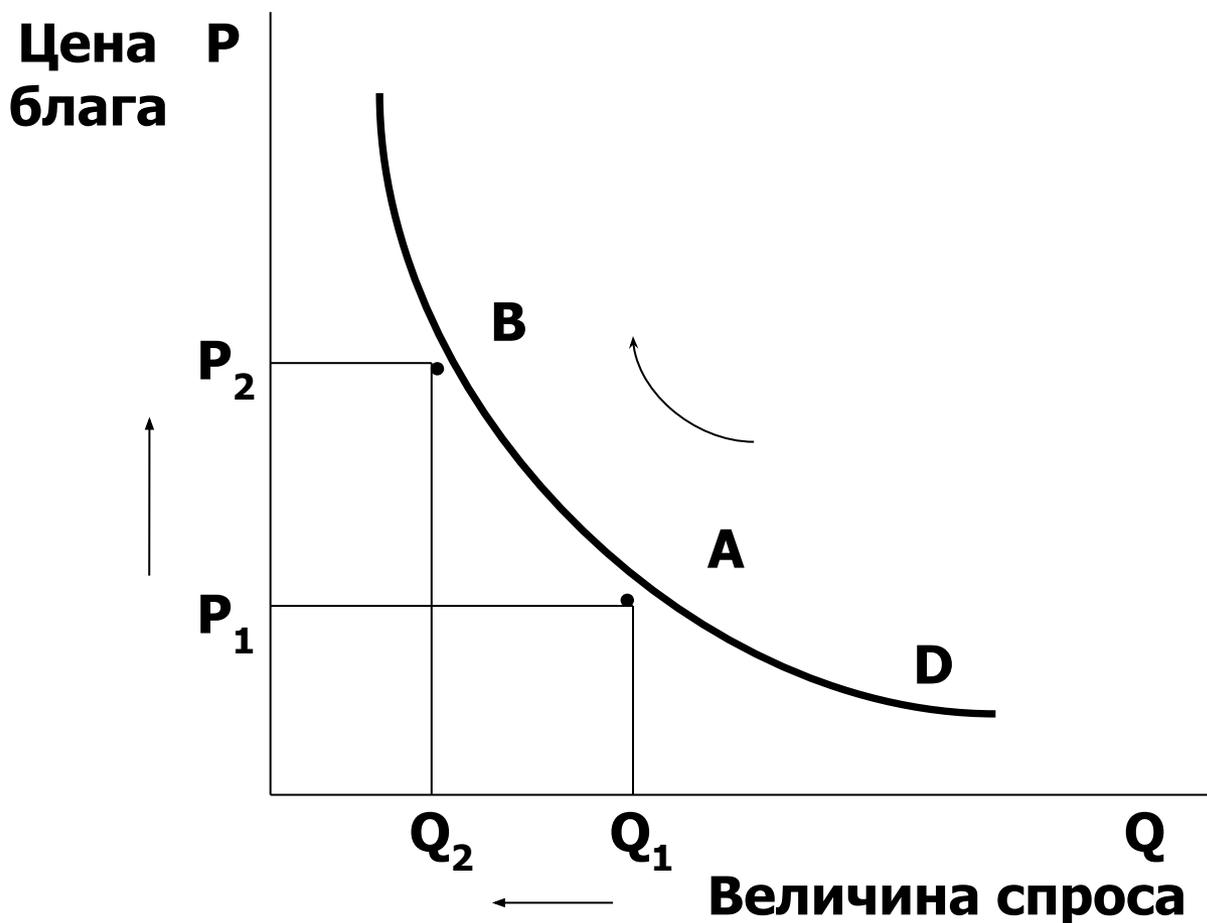
Модели рынка

Характерные черты		Чистая конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
1	Число фирм	большое число	много	Несколько	одна
2	Тип продукта	стандартизированный	дифференцированный	Стандартизированный или дифференцированный	уникальный, нет близких заменителей
3	Контроль над ценой	отсутствует	некоторый, в узких рамках	ограниченный взаимной зависимостью	значительный
4	Условия Вступления в отрасль	очень лёгкие, нет препятствий	сравнительно лёгкие	наличие существенных препятствий	блокировано
5	Неценовая конкуренция	отсутствует	значительный упор на рекламу, торговые марки	распространена, особенно при дифференциации продукта	реклама, отношения с общественностью
	Например:	сельское хозяйство	торговля, производство одежды	автомобильная промышленность	предприятия ЖКХ

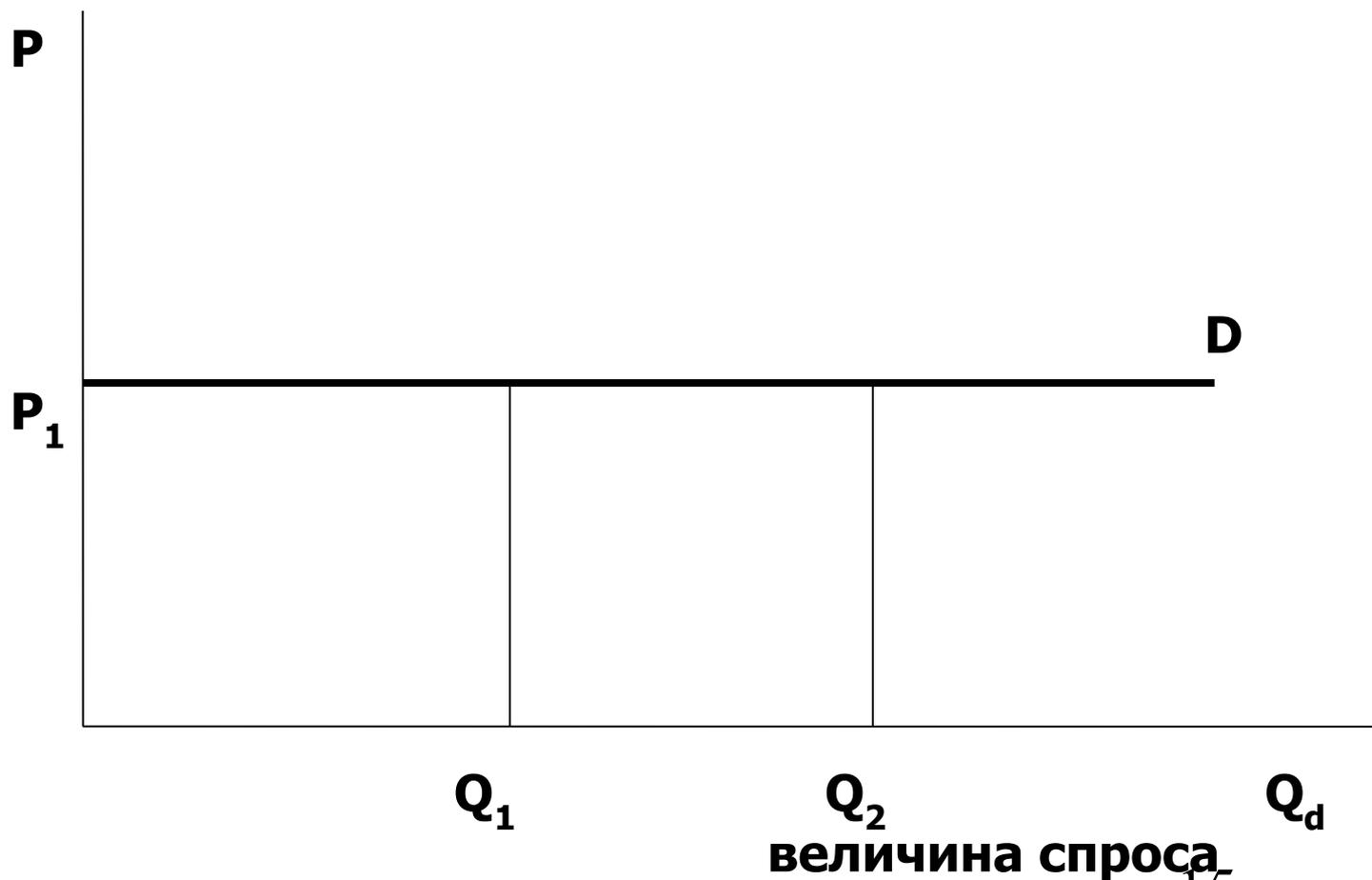


2. Спрос на продукт отдельной фирмы и её доход в условиях совершенной конкуренции

Кривая рыночного спроса на отдельный продукт (много производителей)



Спрос на продукт фирмы в условиях чистой конкуренции



Совокупный (валовой) доход (TR)

- общая сумма денег, полученная фирмой от продаж произведённой продукции, равная цене продукции, умноженной на её количество.

$$TR = P \times Q$$

Средний доход (AR)

- сумма денег, полученная фирмой от продажи единицы произведённой продукции, равная совокупному доходу, делённому на количество реализованной продукции, или равная цене продукции.

$$AR = TR / Q = P$$

Предельный доход (MR)

- это доход, полученный от продажи дополнительной единицы продукции, равен цене продукции в условиях чистой конкуренции.

$$MR = P = AR$$

Прибыль

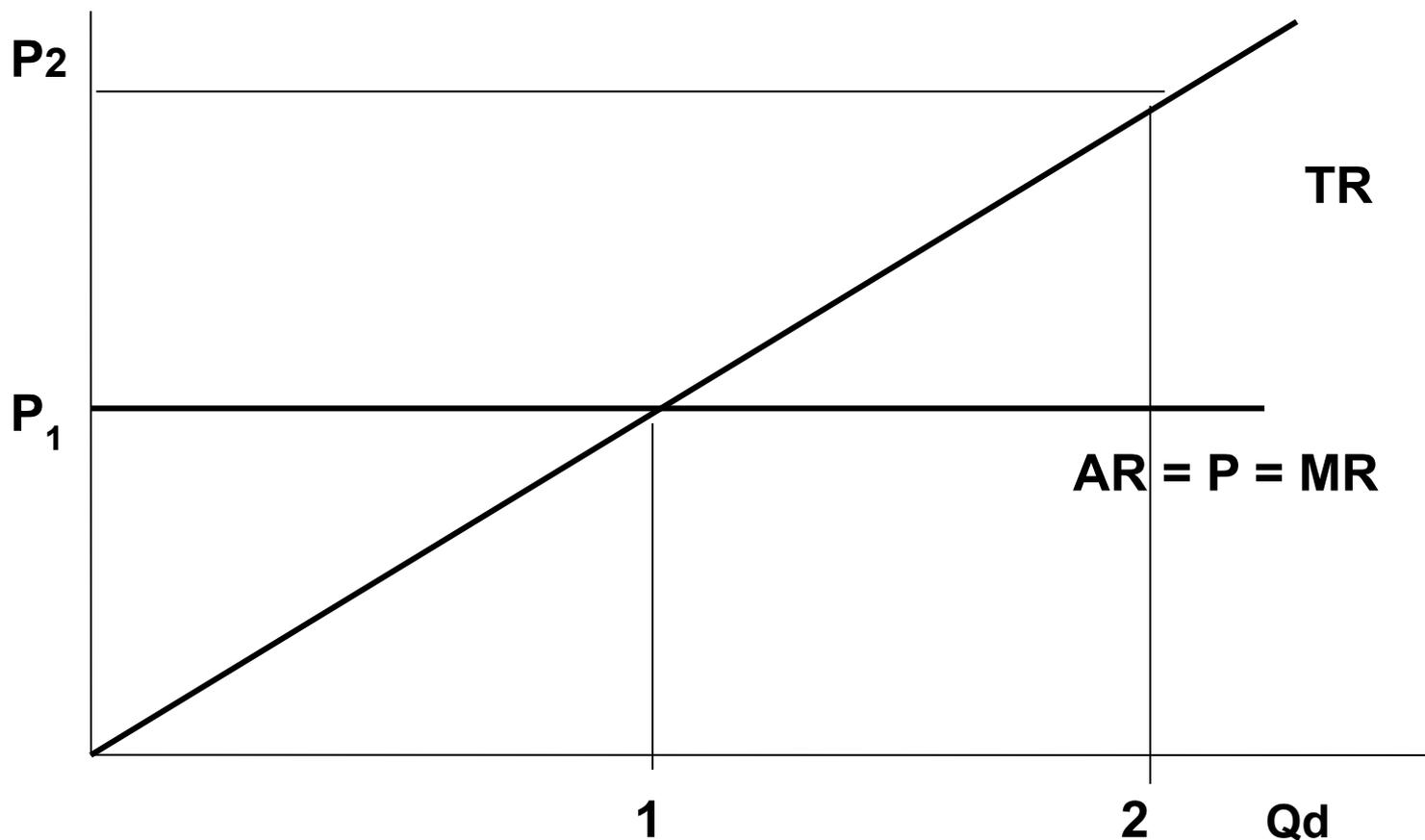
представляет собой разницу между совокупным доходом и полными издержками:

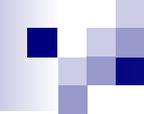
$$\pi = TR - TC$$

Полные (совокупные) издержки

производства (TC) – это затраты предприятия на производство всей реализованной продукции, включают в себя постоянные и переменные издержки.

Совокупный, средний и предельный доход фирмы в условиях чистой конкуренции





3. Определение оптимального объема производства в коротком периоде

Короткий период

- представляет собой такой период, в течение которого некоторые факторы производства, в частности, технология и производственные мощности, остаются неизменными, фиксированными,
- а все остальные факторы являются переменными.

Оптимальный объём производства

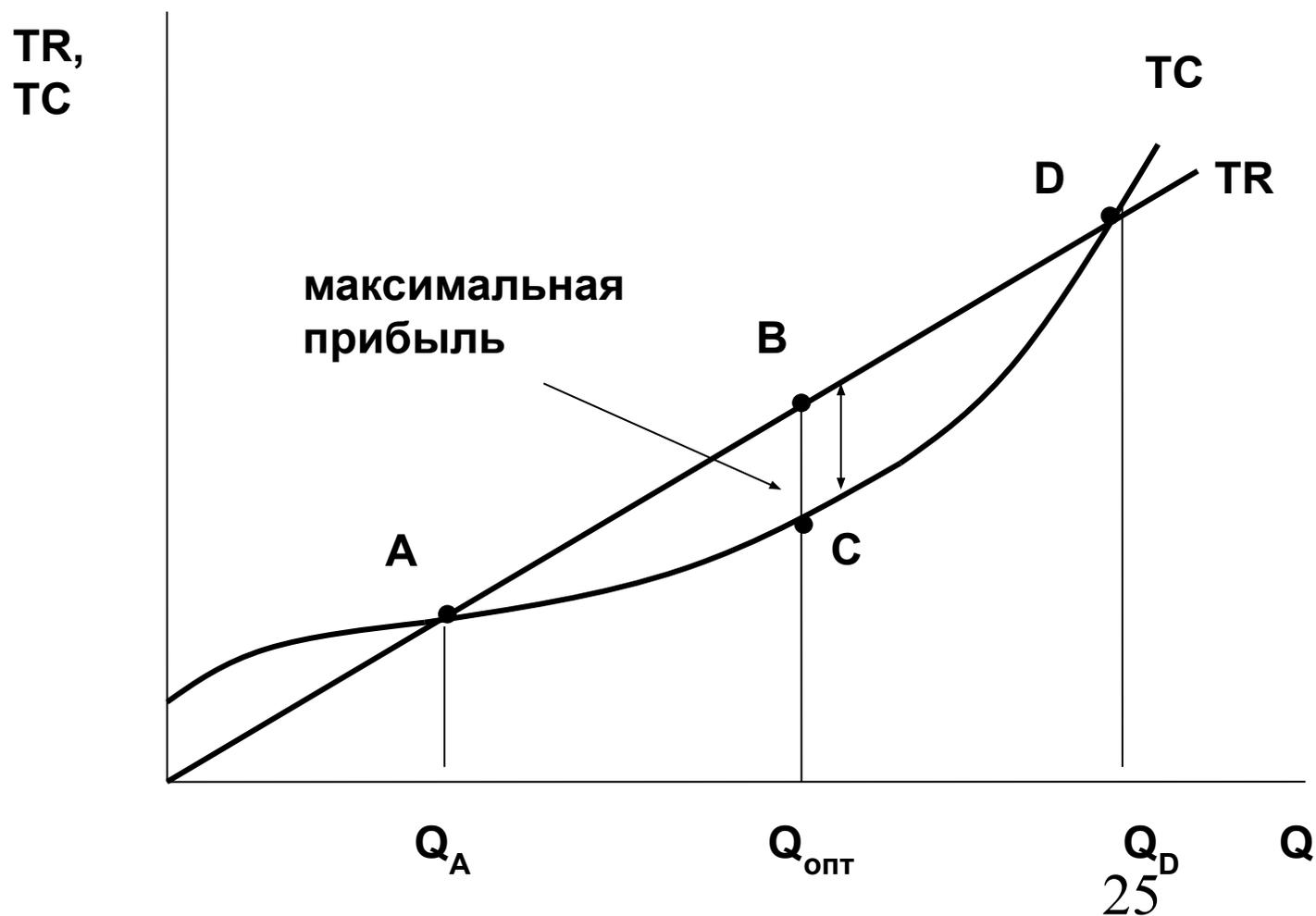
- количество производимой продукции, при котором достигается максимум прибыли или минимум убытков.

Максимизация прибыли (сопоставление TR и TC)

- Предприятие может максимизировать прибыль при данном уровне цен P и объёме производства $Q_{\text{опт}}$, если $TR > TC$:

$$\pi = TR - TC \longrightarrow \max$$

Максимизация прибыли (сопоставление TR и TC)



Точки безубыточности

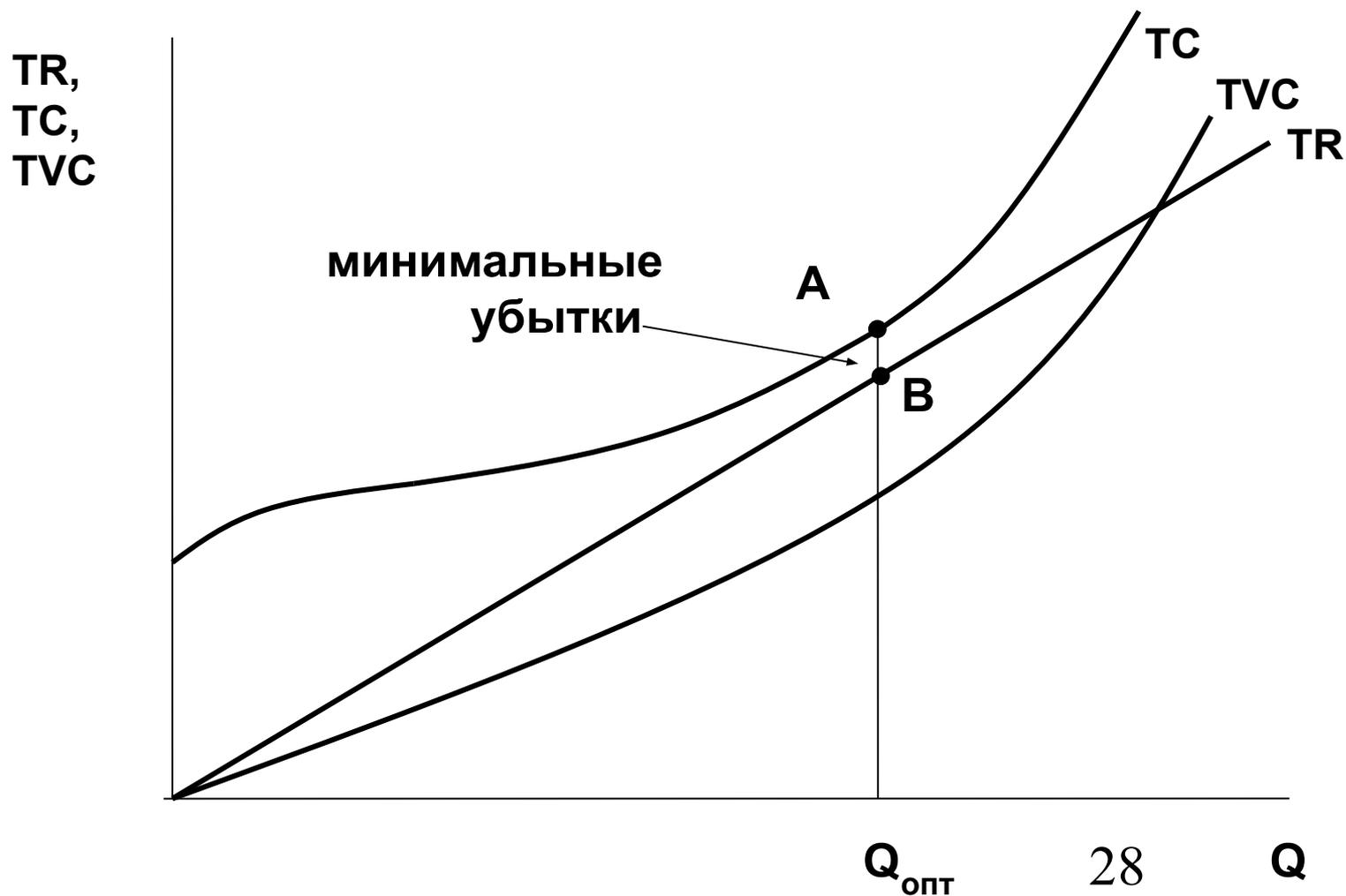
- А, D - точки критического объёма производства,
- где объёмы производства составляют Q_A и Q_D , а $TR = TC$.

Минимизация убытков (сопоставление TR и TC)

- Предприятие минимизирует убытки при данном уровне цен $P_1 < P$ и объёме производства $Q_{\text{опт}}$, если $TR < TC$,
- но $TR > TVC$:

$$TC - TR \longrightarrow \min$$

Минимизация убытков (сопоставление TR и TC)

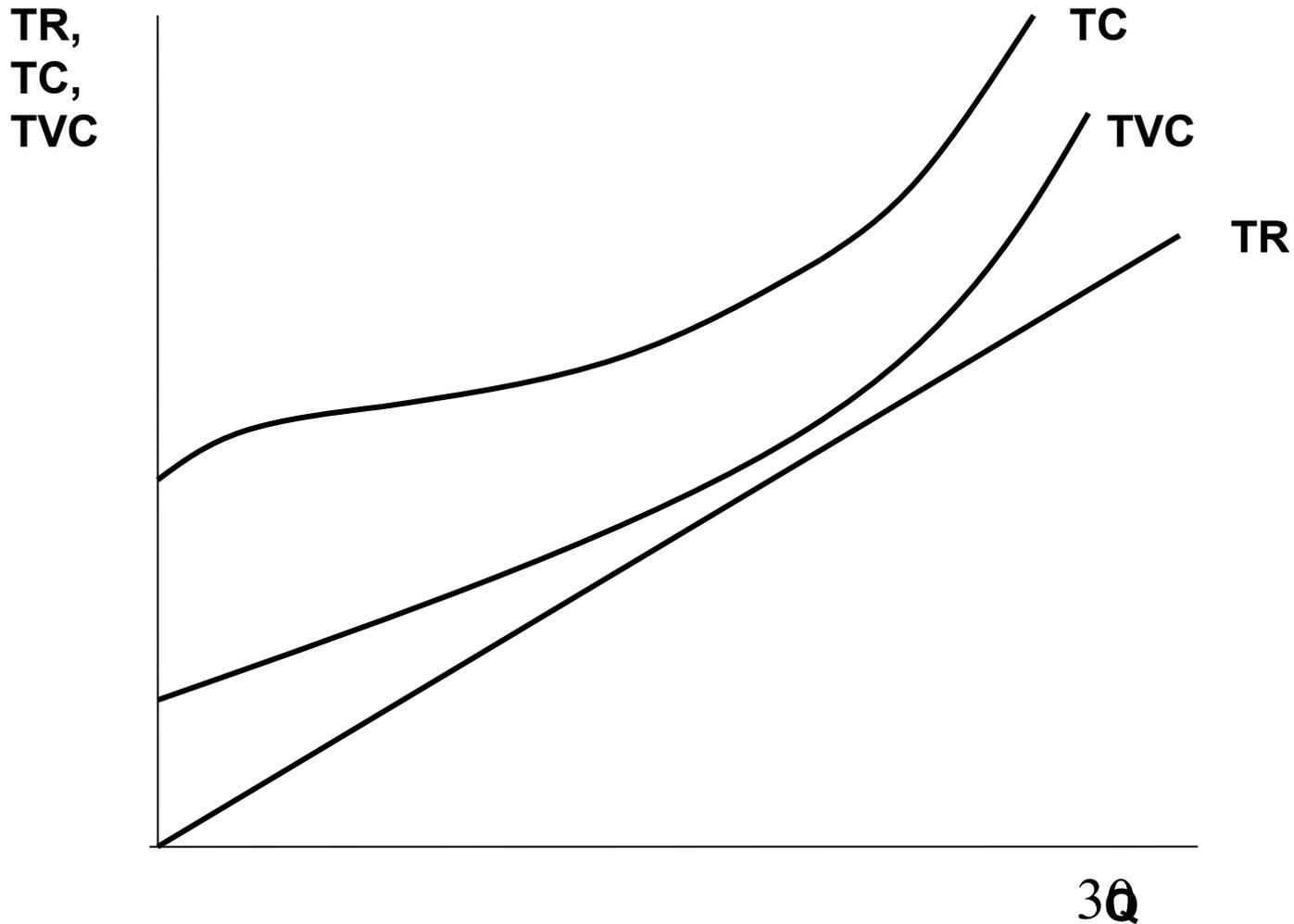


Закрытие производства (сопоставление TR и TC)

- Производство должно закрываться при данном уровне цен $P_2 < P_1$ и объёме производства Q , если

$$TR < TC \text{ и } TR < TVC .$$

Закрытие производства (сопоставление TR и TC)



СОПОСТАВЛЕНИЕ ПРЕДЕЛЬНОГО ДОХОДА И ПРЕДЕЛЬНЫХ ИЗДЕРЖЕК (MR и MC)

- **Предельный доход (MR)** - это доход, полученный от продажи дополнительной единицы продукции, равен цене продукции в условиях чистой конкуренции.
- **Предельные издержки (MC)** – это затраты на производство дополнительной единицы продукции.

Предельное условие:

Предприятие максимизирует прибыль или минимизирует убытки при данной цене P и объёме производства $Q_{\text{опт}}$,

- если **$MC = MR$** ,
- или (только для условий свободной конкуренции) если **$MR = P$** .

При $MC < MR$ $\pi \uparrow$

При $MC > MR$ $\pi \downarrow$

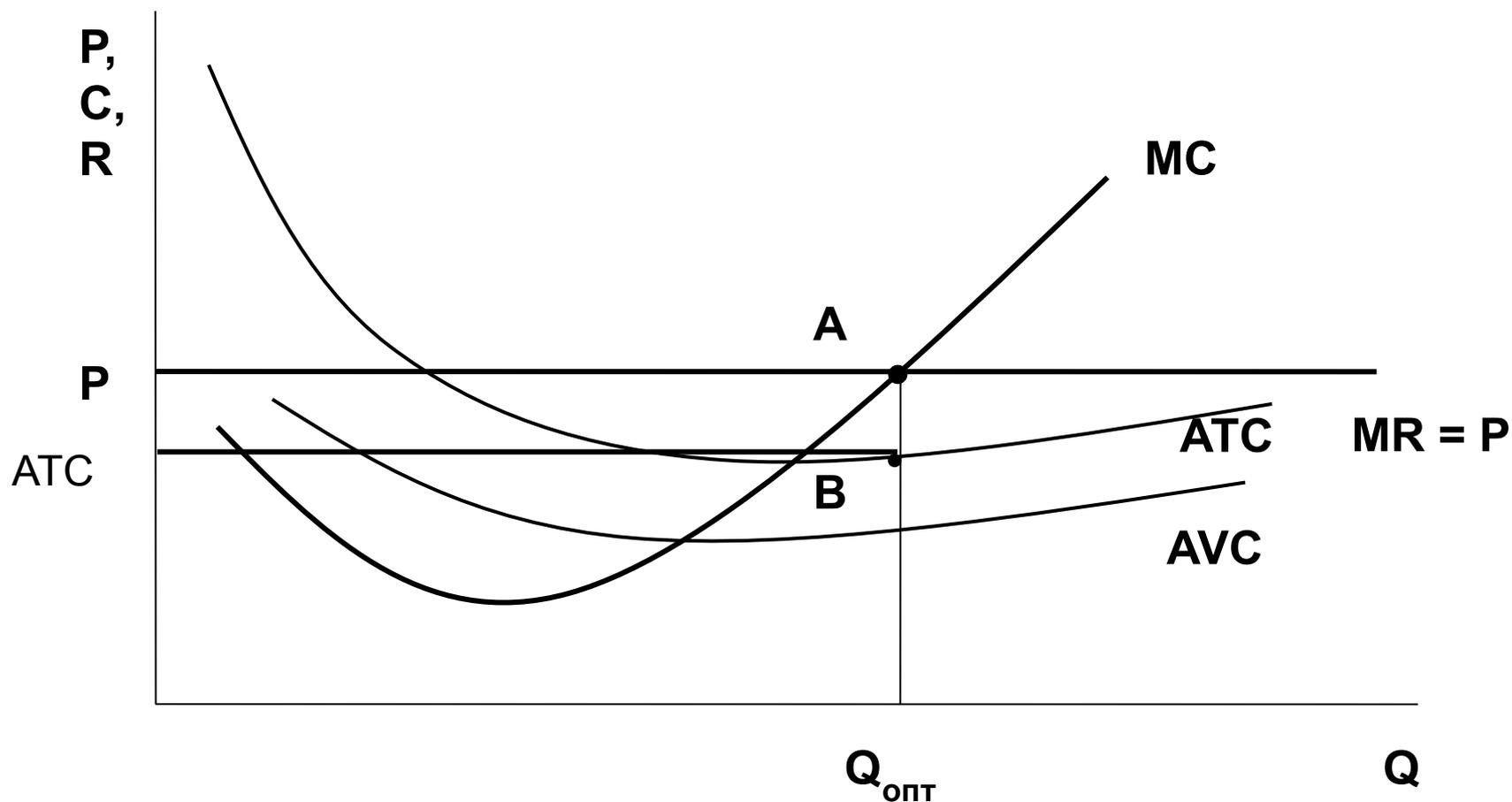
Максимизация прибыли

(сопоставление MR и MC)

Предприятие максимизирует прибыль при данной цене P и объёме производства $Q_{\text{опт}}$,

- если $MC = MR (P)$,
- $P > ATC$ и $P > AVC$.

Максимизация прибыли (сопоставление MR и MC)



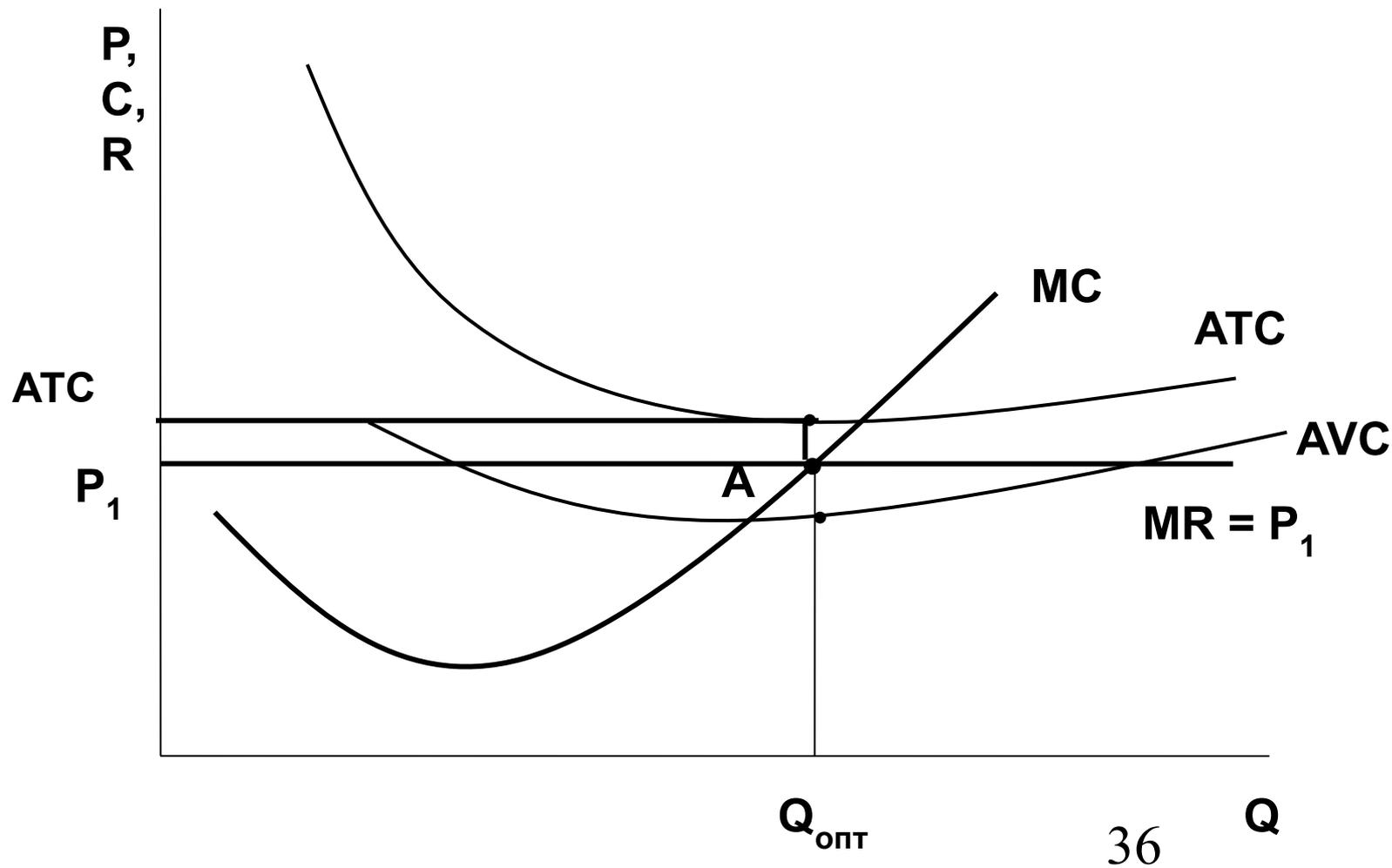
Минимизация убытков

(сопоставление MR и MC)

Предприятие минимизирует убытки при данной цене $P_1 < P$ и объёме производства $Q_{\text{опт}}$,

- если $MC = MR$,
- $P_1 < ATC$, но $P_1 > AVC$.

Минимизация убытков (сопоставление MR и MC)



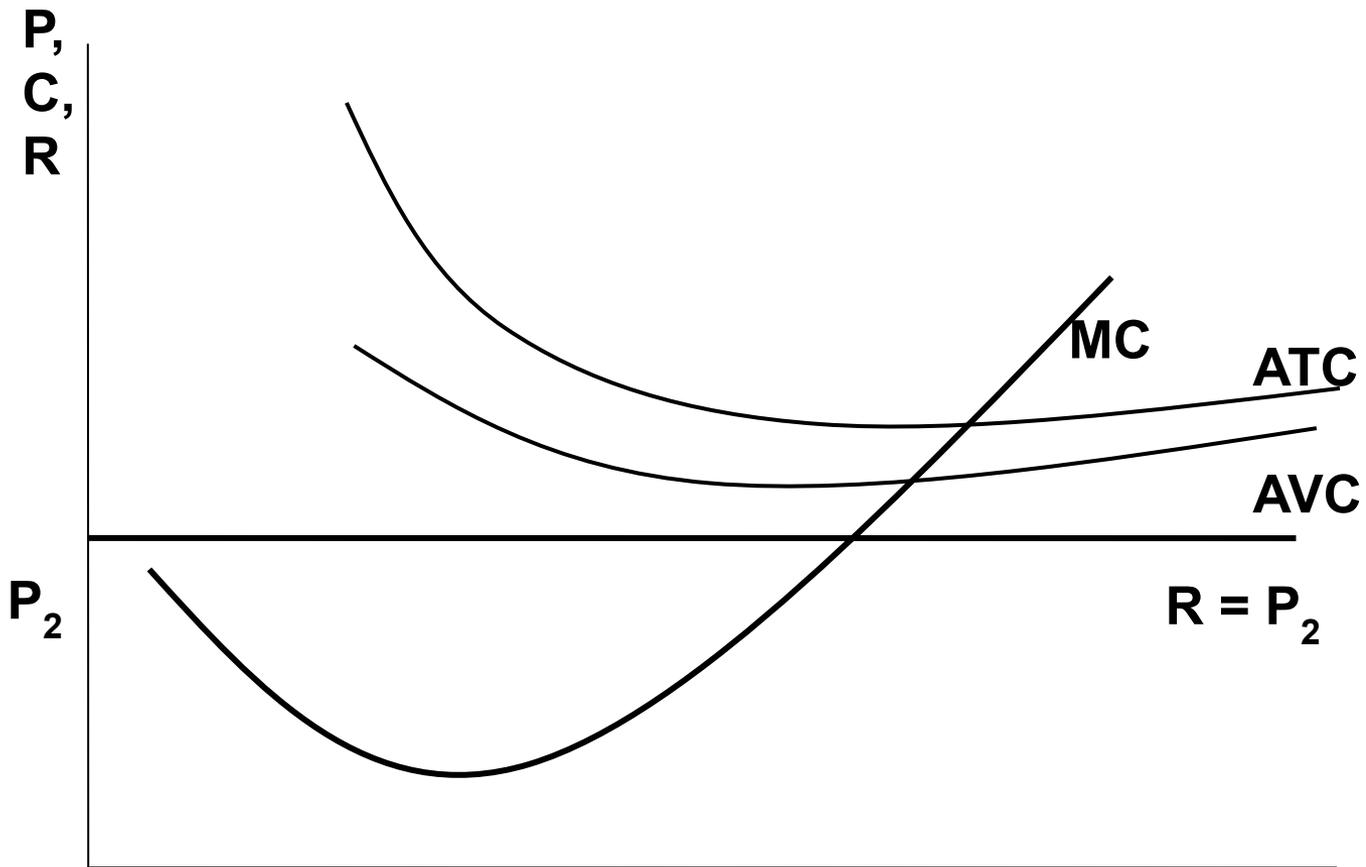
Закрытие производства

(сопоставление MR и MC)

Предприятие должно закрыть производство при данной цене $P_2 < P_1$,

- если $P_2 < ATC$
- и $P_2 < AVC$.

Закрытие производства (сопоставление MR и MC)



Предельное условие для свободной конкуренции (короткий период)

Предприятие максимизирует прибыль или минимизирует убытки в коротком периоде, производя такой объём производства $Q_{\text{опт}}$,

- при котором $MC = P$,
- при условии, что $P > \min AVC$.

Предельное условие для свободной конкуренции (долгий период)

Предприятие максимизирует прибыль или минимизирует убытки в долгом периоде, производя такой объём производства $Q_{\text{опт}}$,

- при котором $MR = P$,
- при условии, что $P > \min LAC$.

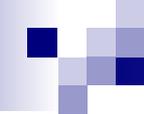
Выбор оптимального объёма производства в условиях совершенной конкуренции

Период	Предельное условие	Общее условие (проверка прибылью)
Краткосрочный	Выбрать объём при $P = MC$	Производить, если $P > AVC$ Прекратить производство,
Долгосрочный	Выбрать объём при $P = LMC$	Производить, если $P < AVC$ если $P > LAC$ Прекратить производство,

Общее правило для любого периода

Необходимо выбрать такой объём производства,

- при котором цена равна соответствующим предельным издержкам,
- начать производить на этом уровне, если цена покрывает средние переменные издержки или средние издержки.



4. Монополия. Определение цены и объема производства в условиях монополии

Особенности чистой монополии

- рынок с одним производителем (поставщиком),
- отсутствие хороших или близких заменителей, отсутствие альтернативы у покупателей,
- значительный контроль над ценой продукции,
- существуют значительные препятствия для вхождения в отрасль («барьеры вхождения»),
- **кривая спроса на продукт фирмы-монополиста – это отраслевая кривая спроса, имеющая отрицательный наклон.**

Рыночная монополия

- это монополия, возникшая в результате рыночной конкуренции,
- которая ведёт к слияниям, поглощениям, контролю над рыночной ценой и масштабами производства в отрасли.

Естественная монополия

- фирма, действующая в отрасли, где эффект масштаба настолько большой, что более эффективным с точки зрения издержек является производство в рамках одной фирмы;
- поэтому конкуренция нескольких фирм в принципе невозможна.

Барьеры входа (экономические, технические, юридические)

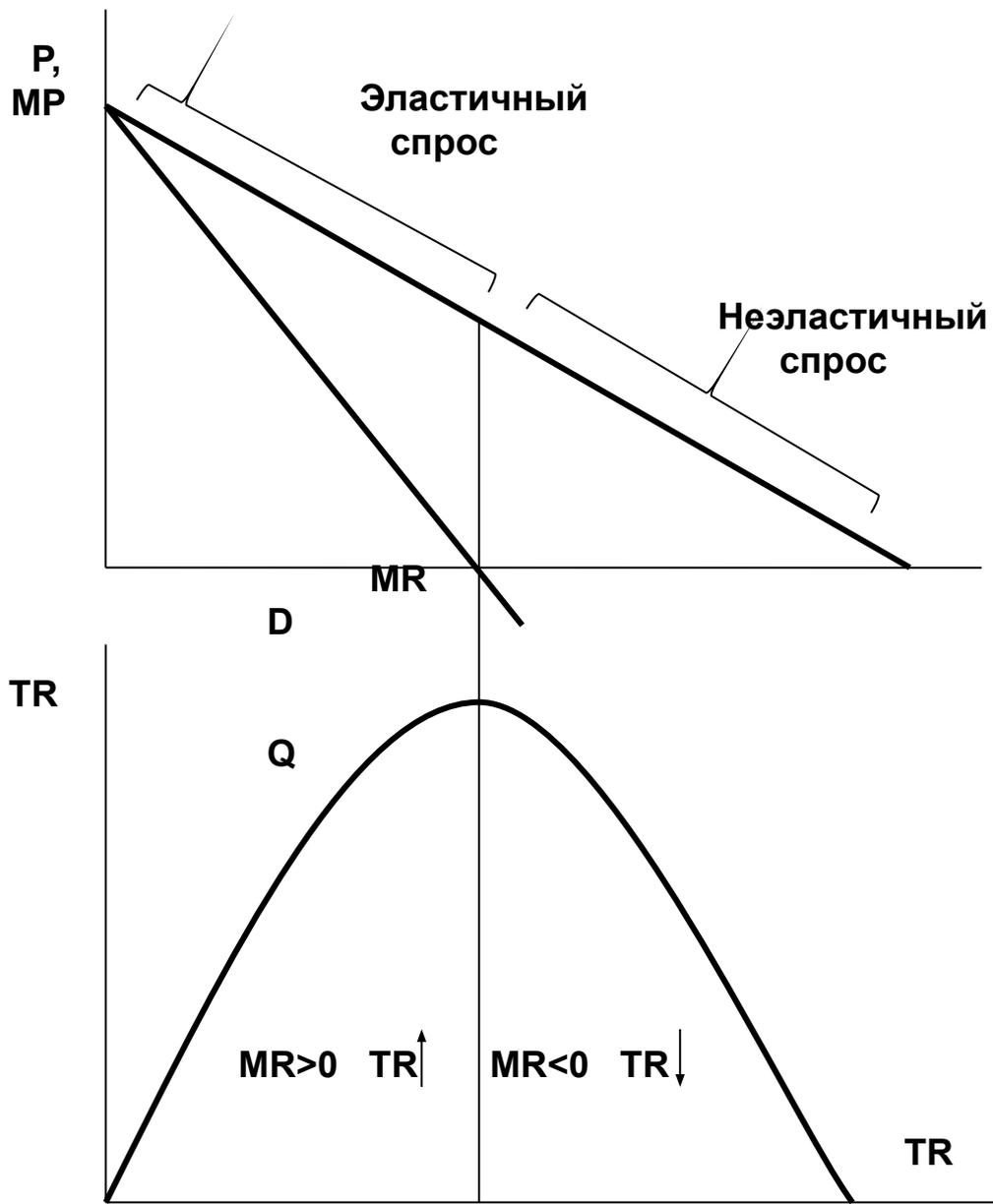
- очень крупные эффективные размеры предприятия, технология требует больших масштабов производства,
- невозможность конкуренции в случае с естественной монополией,
- юридические барьеры в форме патентного контроля и лицензирования,
- собственность на важнейшие виды сырья,
- нечестная конкуренция.

Определение объёма производства в условиях монополии

1. Кривая спроса на продукцию монополии - это кривая отраслевого спроса, которая является нисходящей.
2. Фирма-монополист может расширить продажи только при условии снижения цены.
3. Предельный доход становится меньше цены для каждого уровня выпуска кроме первого ($MR < P$)

Определение объёма производства в условиях монополии (прод.)

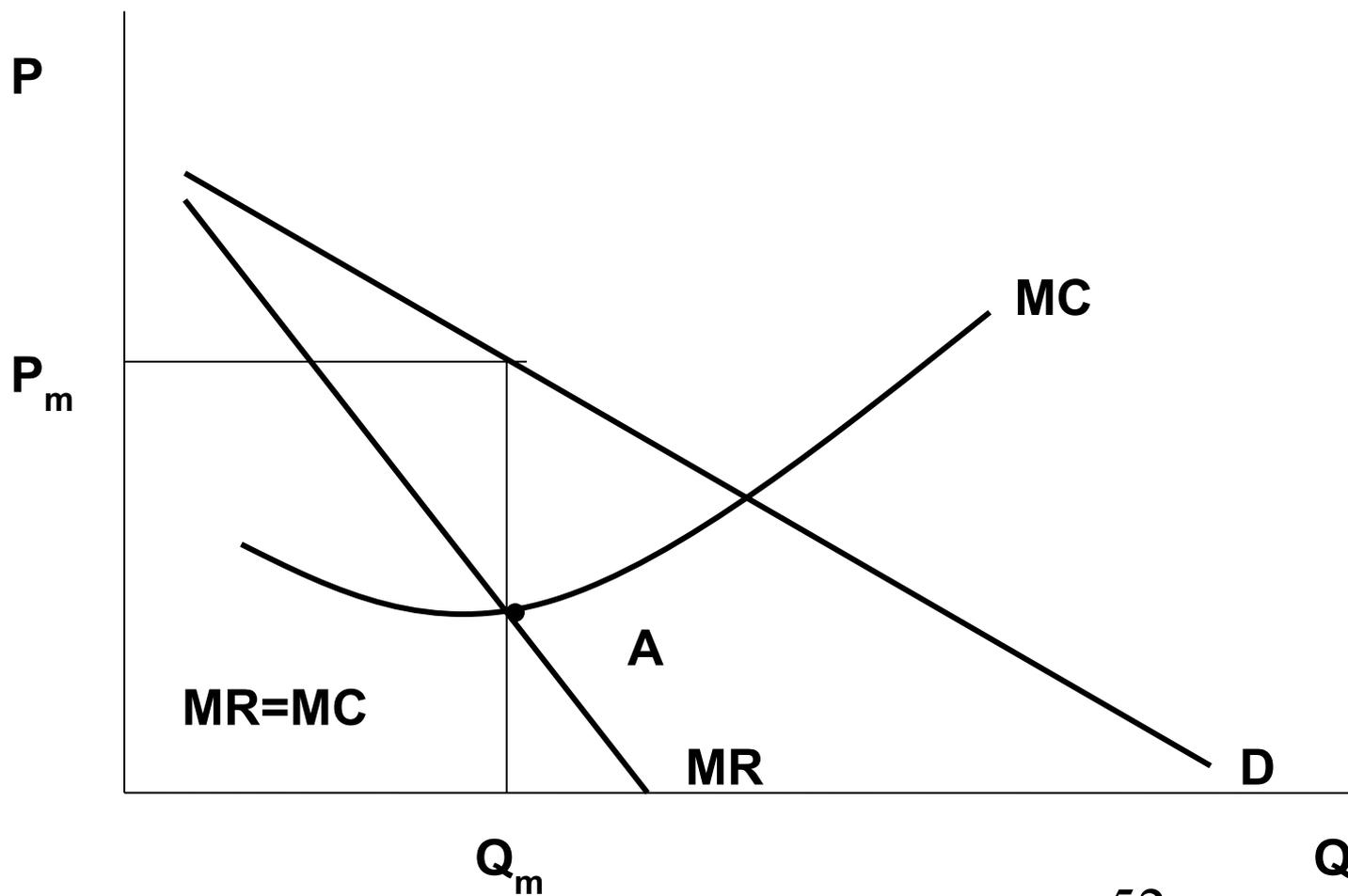
- Предельный доход уменьшается по мере увеличения продаж, а совокупный доход увеличивается снижающимися темпами.
- Если предельный доход становится отрицательным, то совокупный доход начинает уменьшаться: $MR > 0$, $TR \uparrow$
 $MR < 0$, $TR \downarrow$
- Совокупный доход достигает максимума при $MR = 0$.



Определение объёма производства в условиях монополии (прод. - 2)

- Монополия, определяя объём производства, тем самым определяет цену. Но существуют рамки для манипулирования объёмом продаж и ценой.
- Монополист выбирает такой ценовой диапазон, где спрос является эластичным
 $P \downarrow \rightarrow TR \uparrow$
- Фирма-монополист максимизирует прибыль, производя объём продукции, при котором $MR = MC$.

Оптимальный объём производства и цена в условиях монополии



Экономические последствия монополии

- 1 Полная эффективность размещения ресурсов недостижима.
- 2 Ведёт к неравенству в распределении дохода.
- 3 В большей степени может реализовать эффект масштаба.
- 4 Ведёт к “X - неэффективности” (издержки выше минимально возможных).
- 5 Нет автоматических стимулов к использованию достижений НТП.