

ТЕОРИЯ ПРОИЗВОДСТВА

1. Основы производства товара: производственная функция.
2. Производство в краткосрочном периоде: закон убывающей предельной производительности.
3. Производство в долгосрочном периоде: отдача от масштаба.

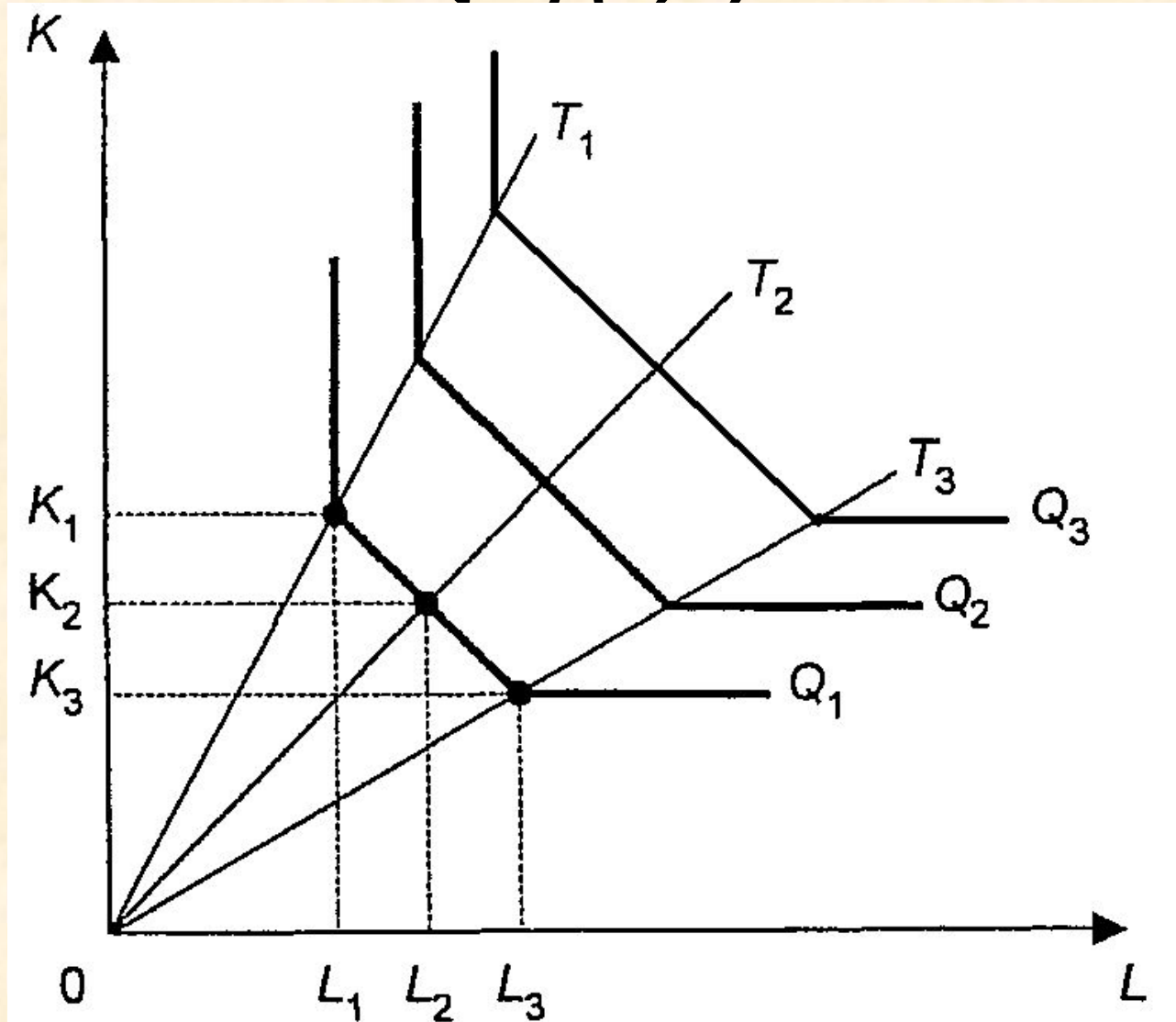
Производственная функция - зависимость количества продукта, производимого фирмой, от количества затраченных ресурсов.

Техническая эффективность – это максимально возможный объем производства, достигаемый в результате использования имеющихся ресурсов.

Экономическая эффективность – это производство данного объема продукции с минимальными издержками.

2-факторная производственная функция

$Q = f(K, L)$



КЛАССИФИКАЦИЯ ИЗДЕРЖЕК ФИРМЫ

Общие издержки

$$TC = FC + VC$$

Средние постоянные издержки

$$AFC = FC / Q.$$

Средние переменные издержки

$$AVC = VC / Q$$

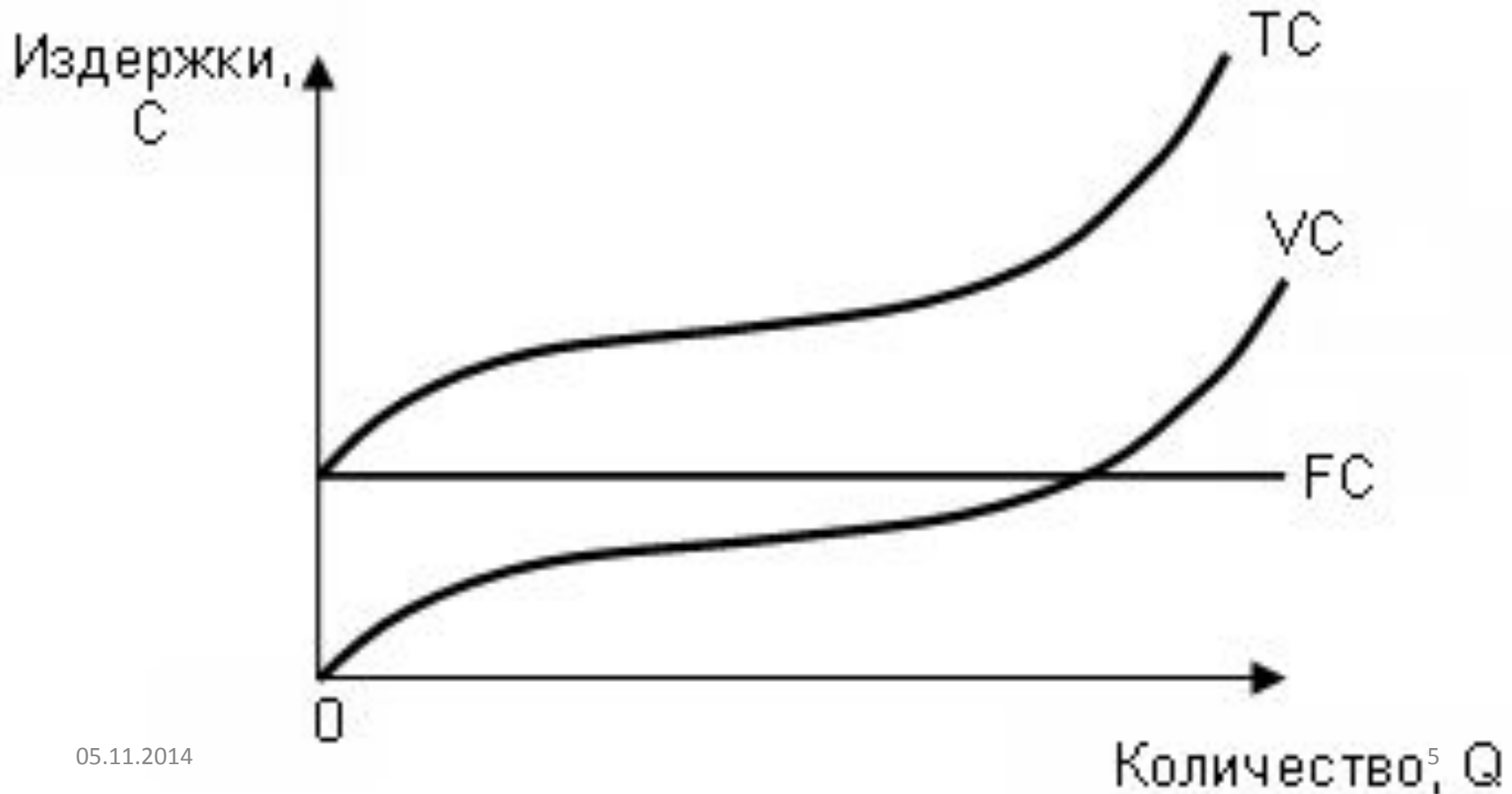
Средние общие издержки

$$ATC (AC) = TC / Q \quad AC = AFC + AVC$$

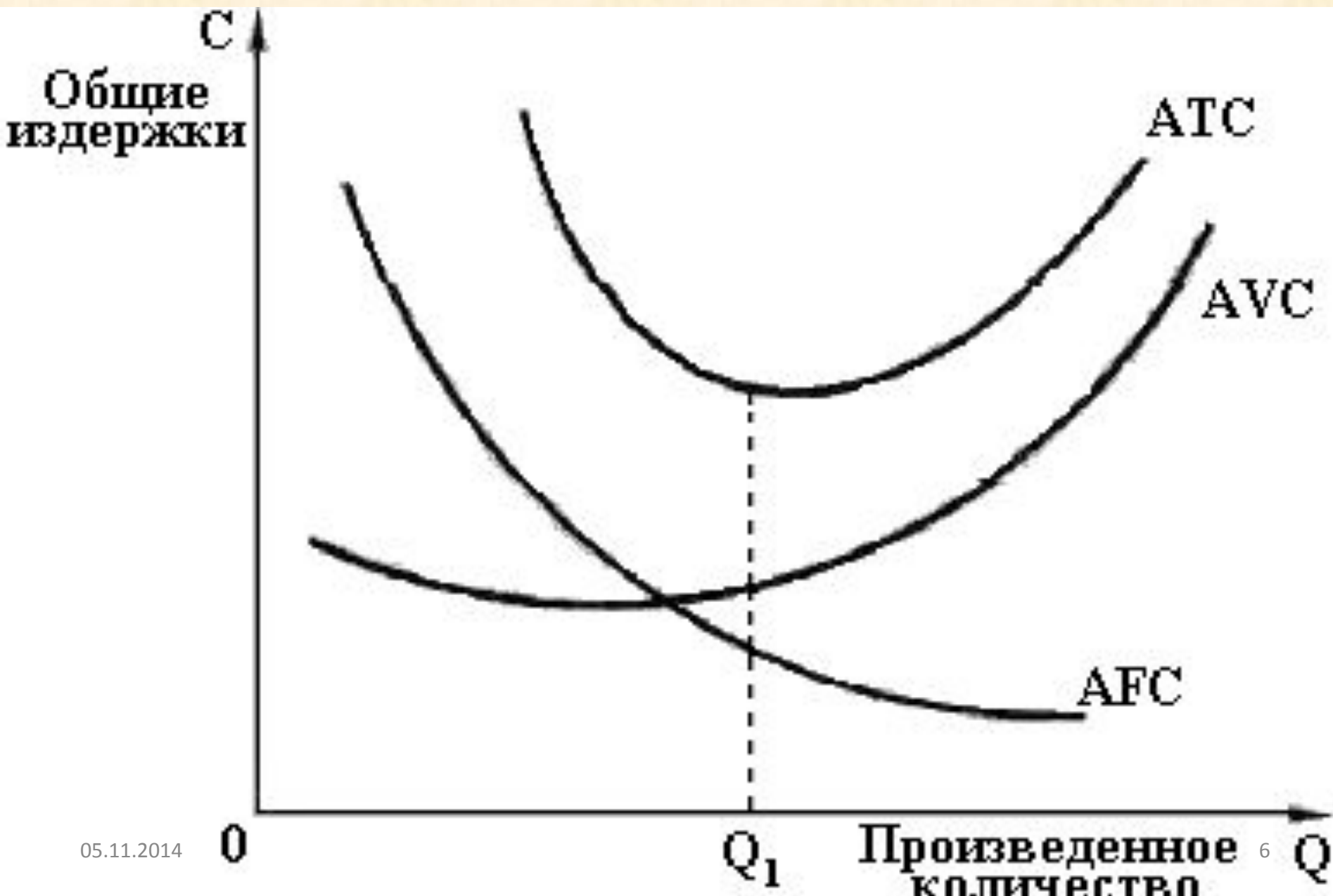
Предельные издержки

$$MC = \Delta TC / \Delta Q \quad MC = \Delta VC / \Delta Q$$

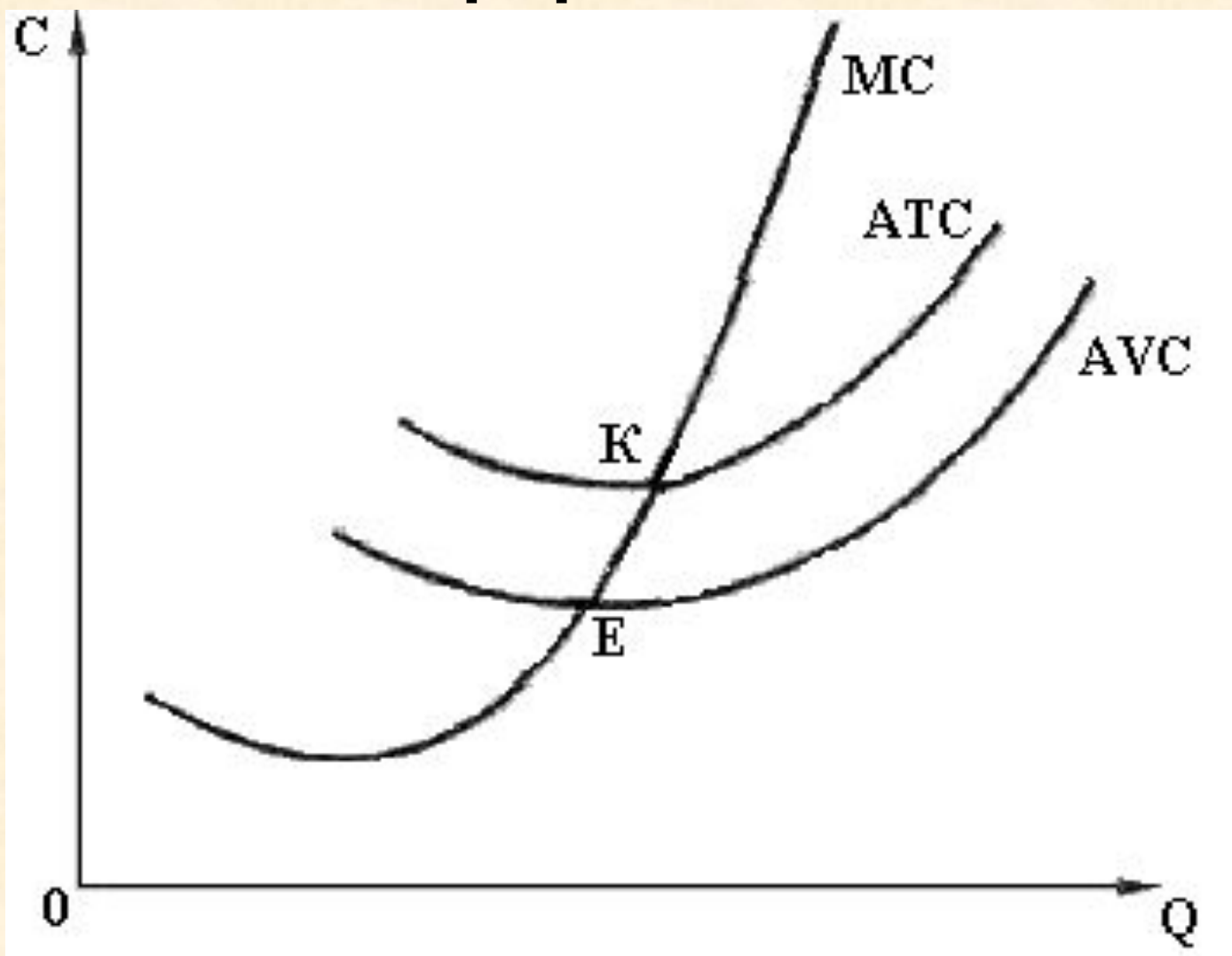
Общие издержки фирмы



Кривые средних издержек фирмы



Предельные и средние издержки фирмы



Формирование прибыли фирмы

Валовой доход:

$$TR = P \times Q$$

Средний доход или средняя выручка

AR :

$$AR = TR / Q = (P \times Q) / Q = P$$

Предельный доход MR :

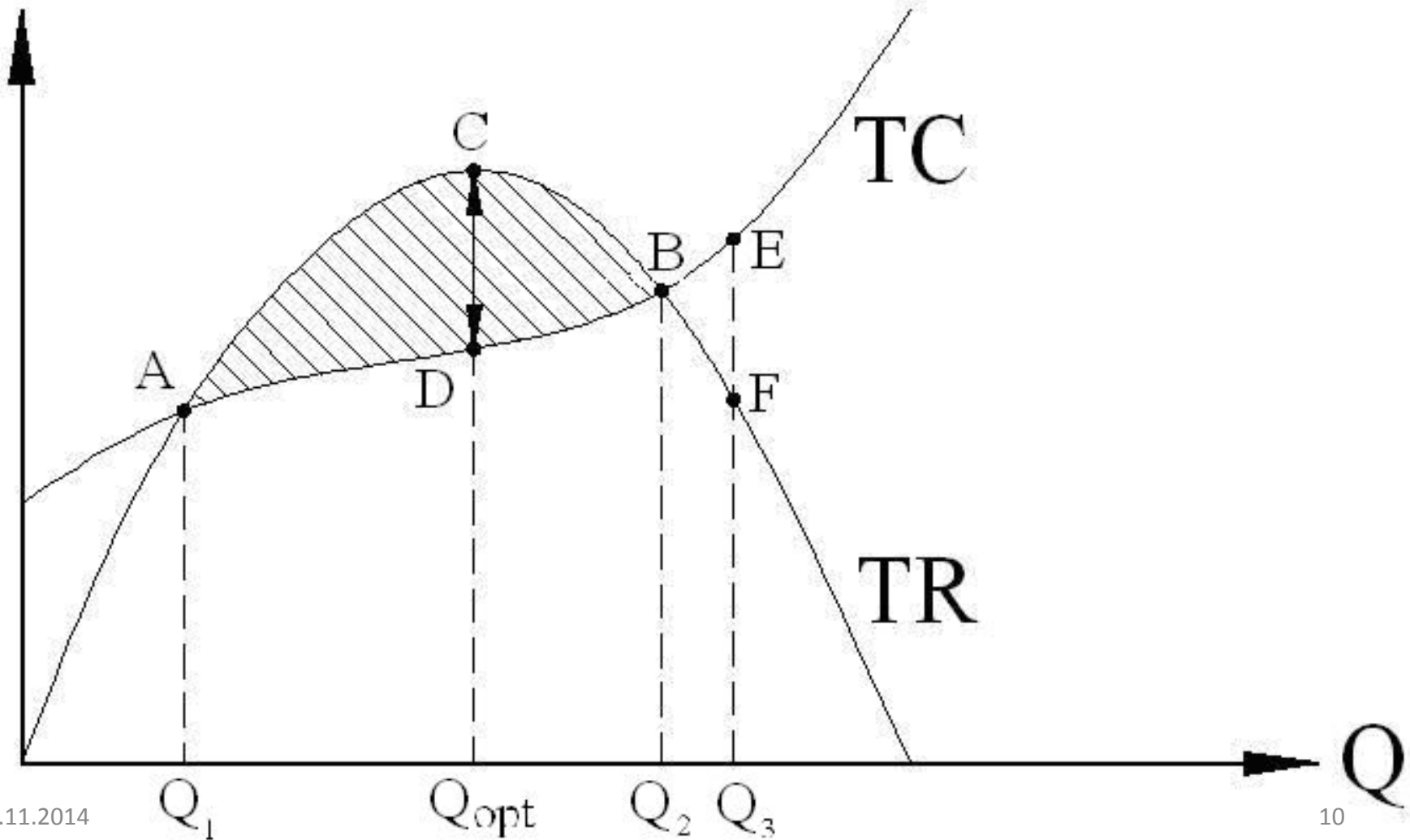
$$MR = \Delta TR / \Delta Q$$

Варианты поведения фирмы, действующей в краткосрочном периоде:

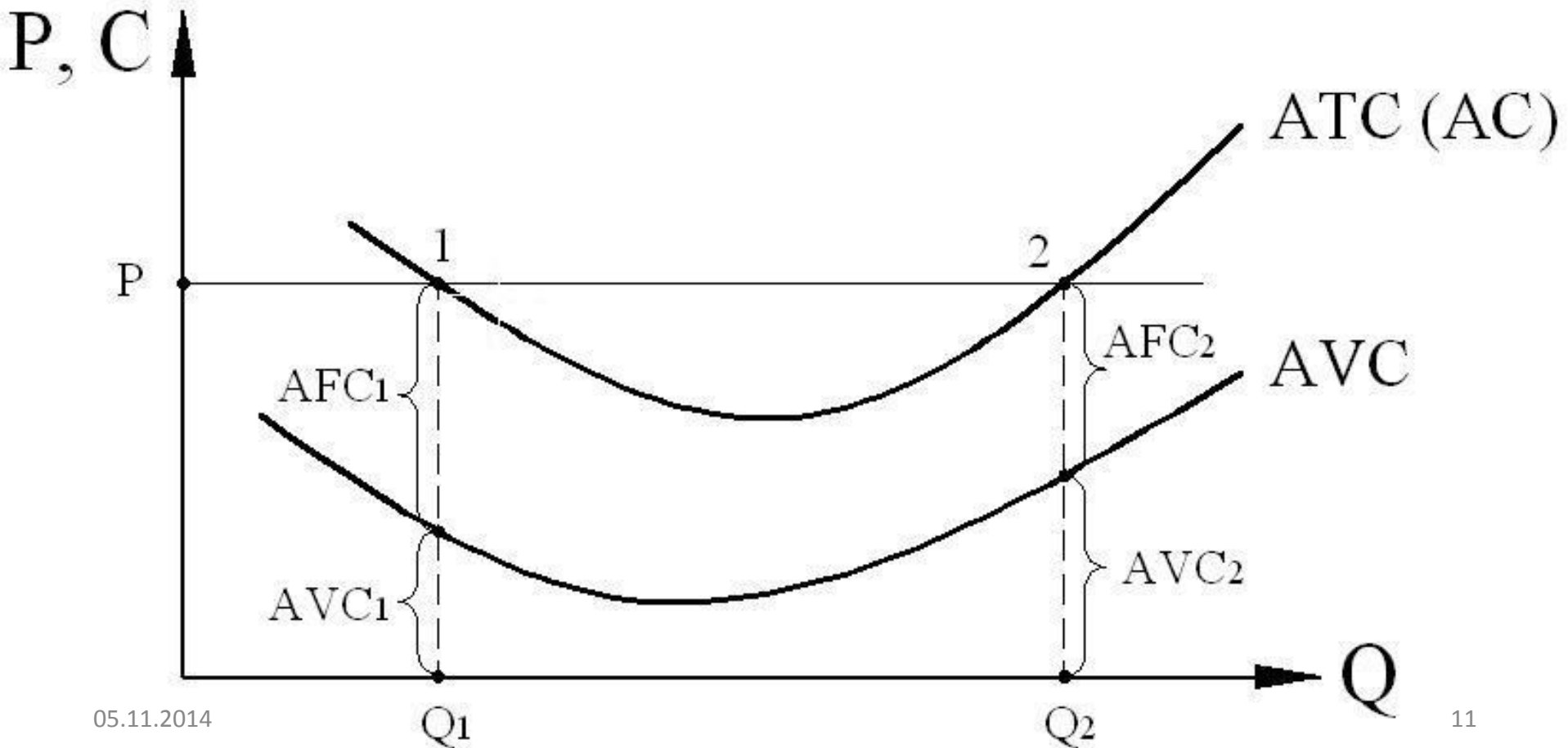
- производство ради максимизации прибыли;
- производство ради минимизации убытков;
- прекращение производства, то есть уход с рынка.

Максимизация прибыли

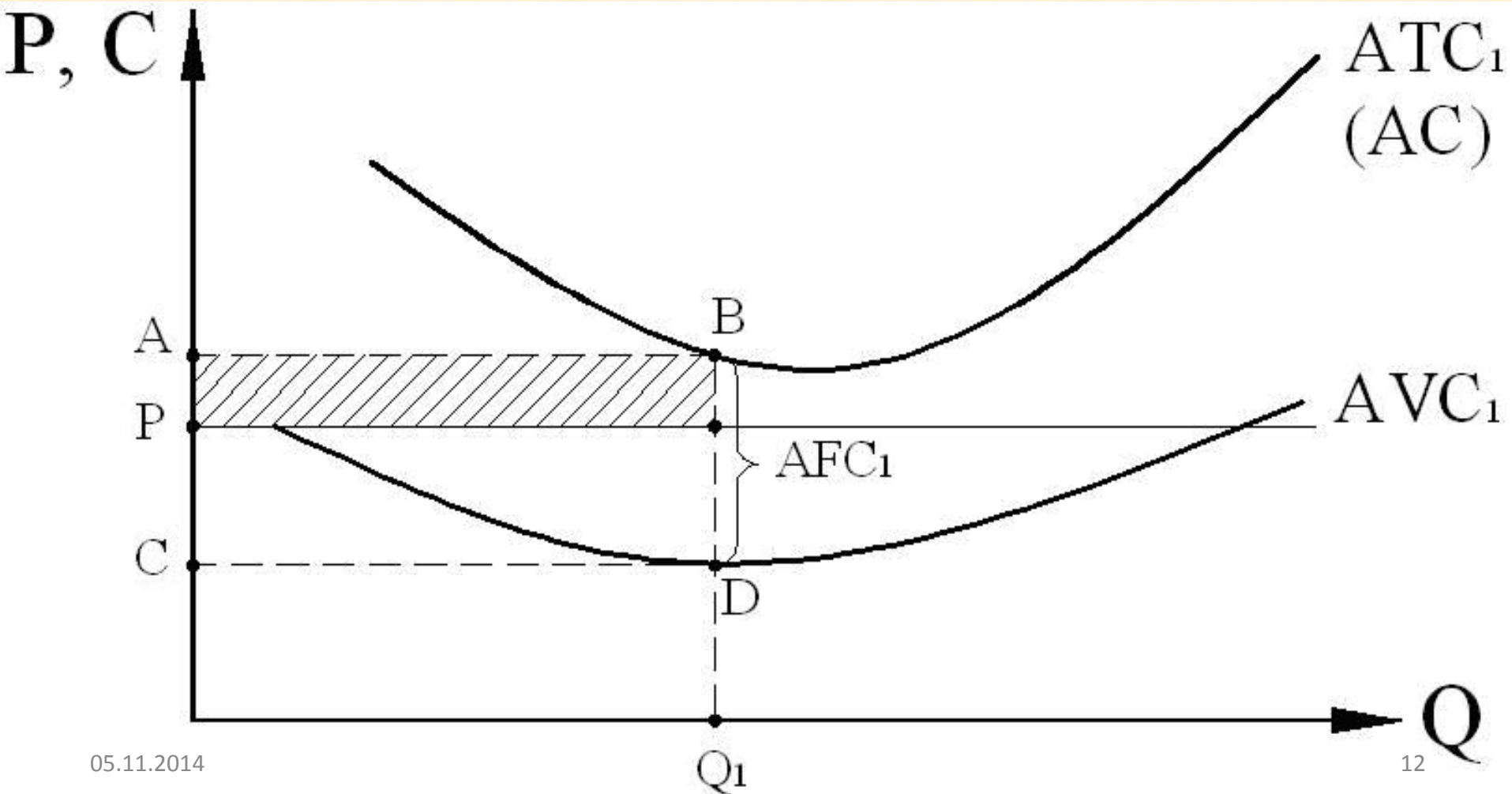
TR, TC



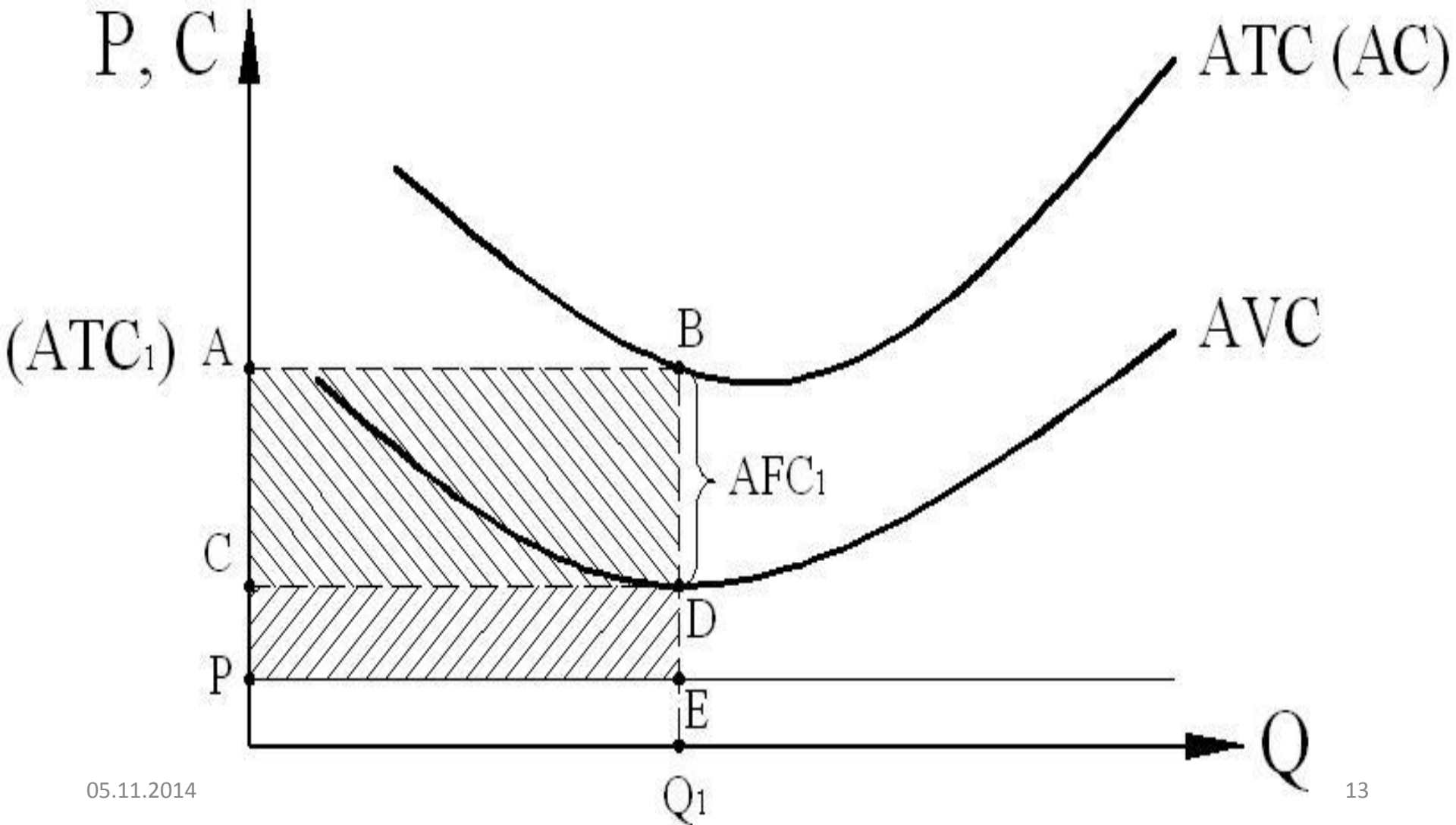
Точки безубыточности



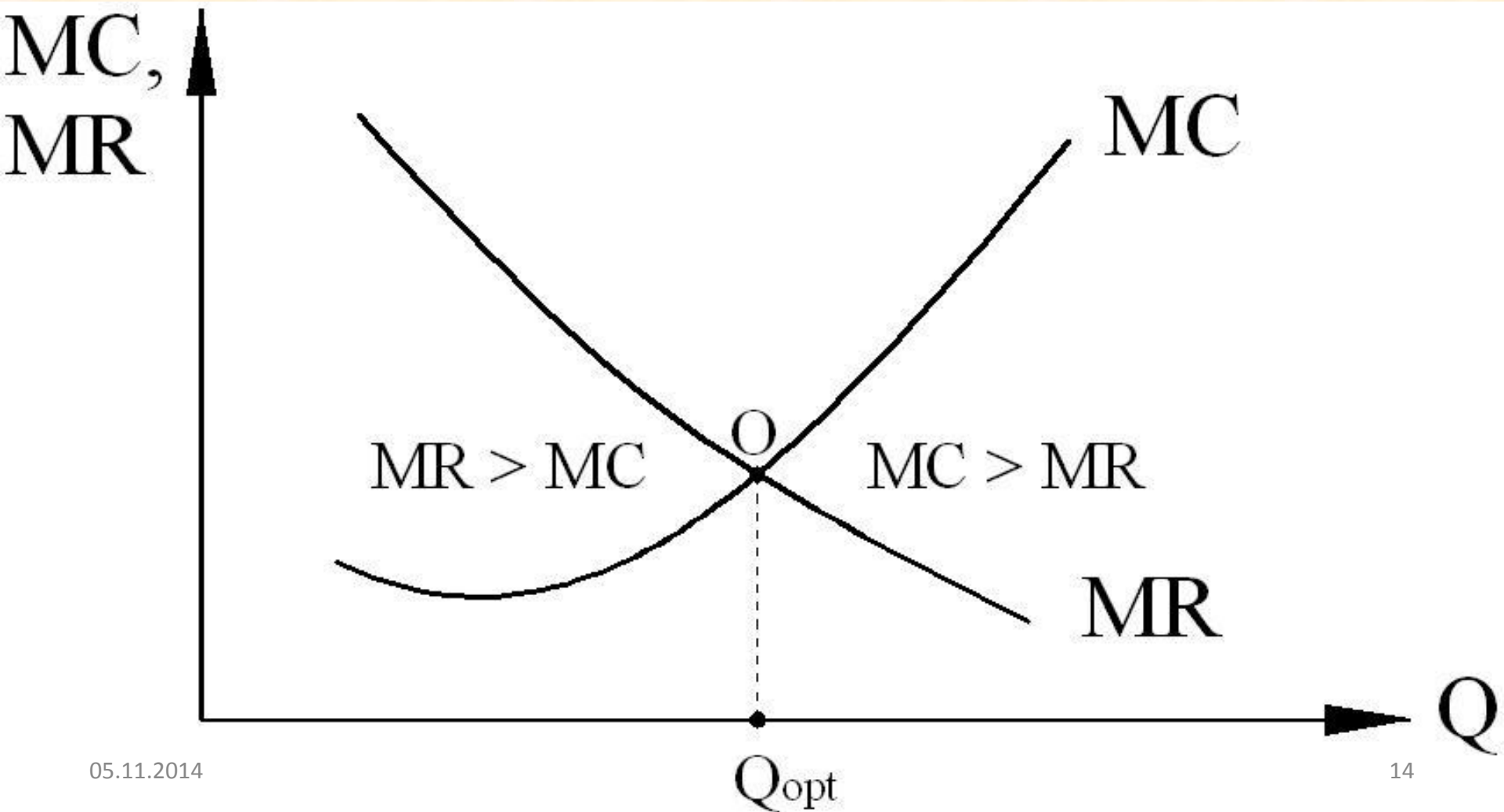
Минимизация убытков



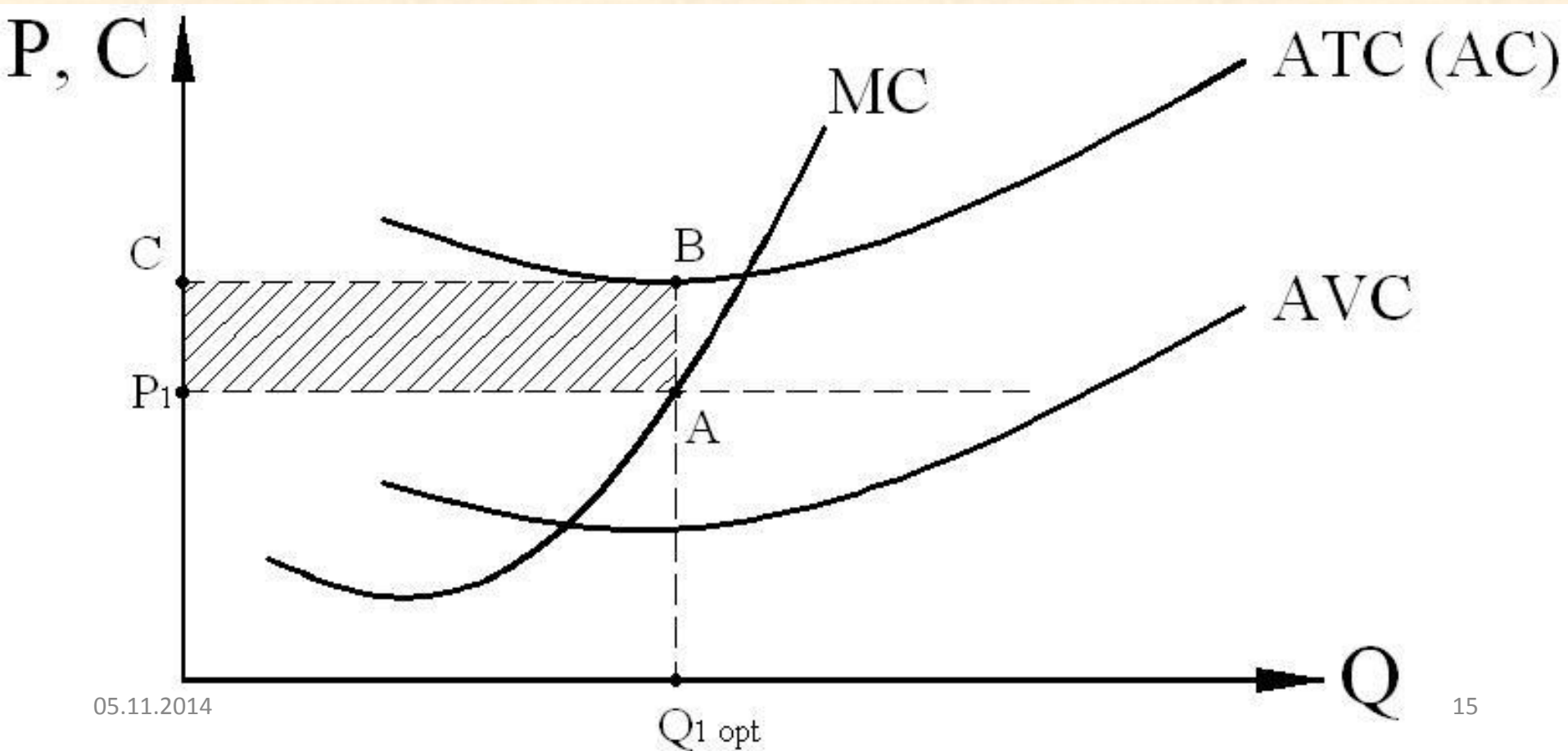
Прекращение производства



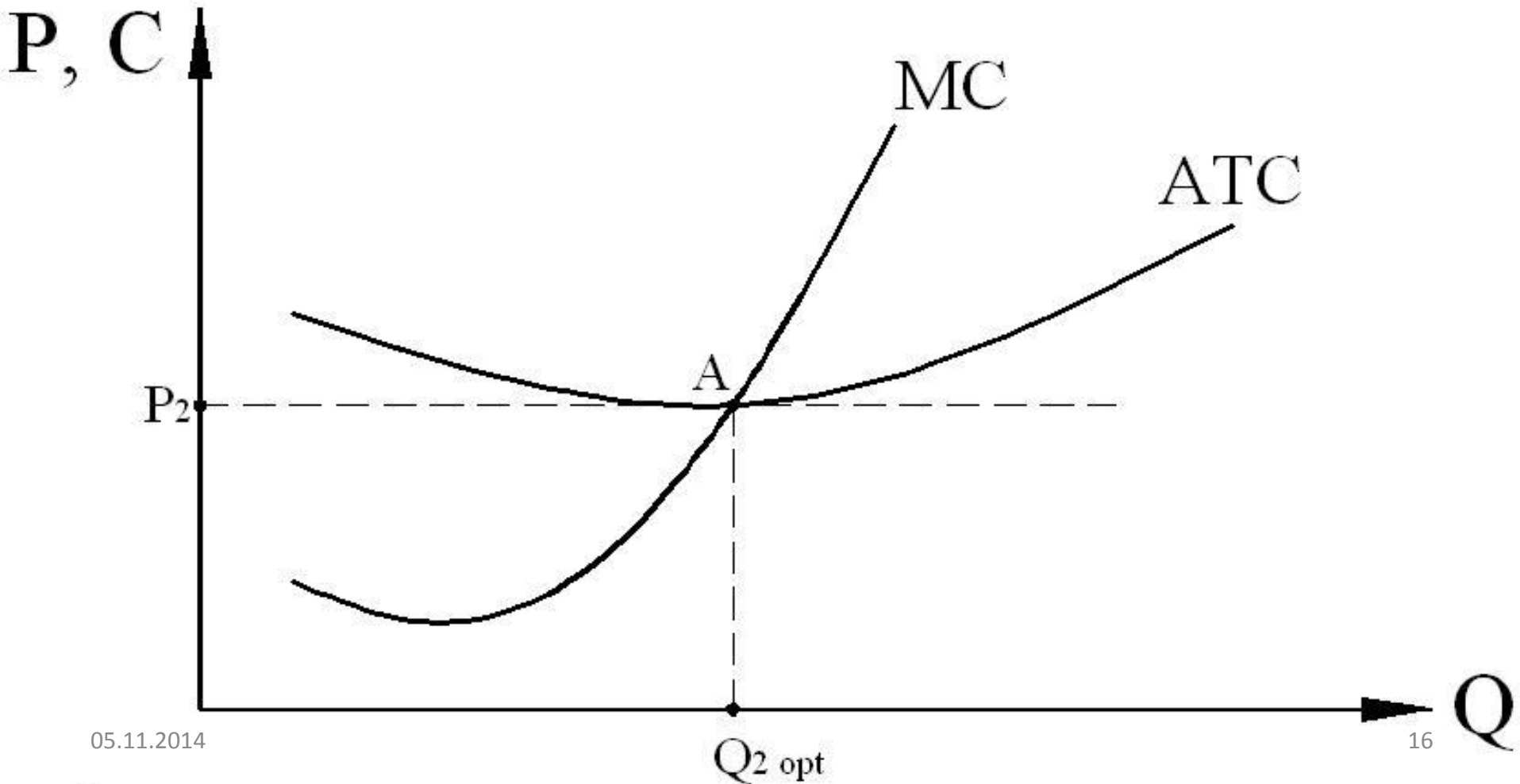
Правило максимизации прибыли: $MR = MC$



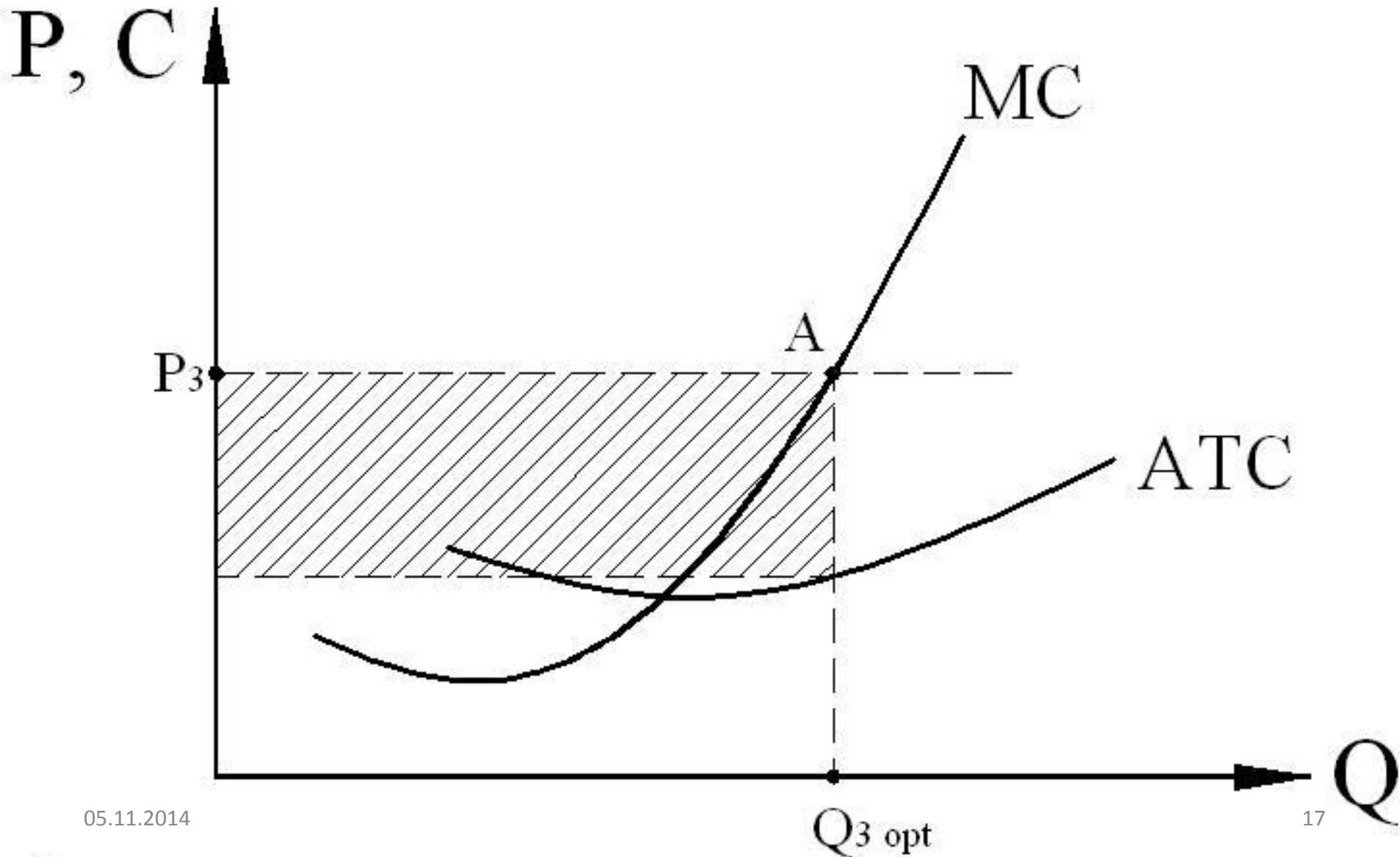
Первое состояние равновесия – убытки фирмы



Второе состояние равновесия – технологический оптимум производства

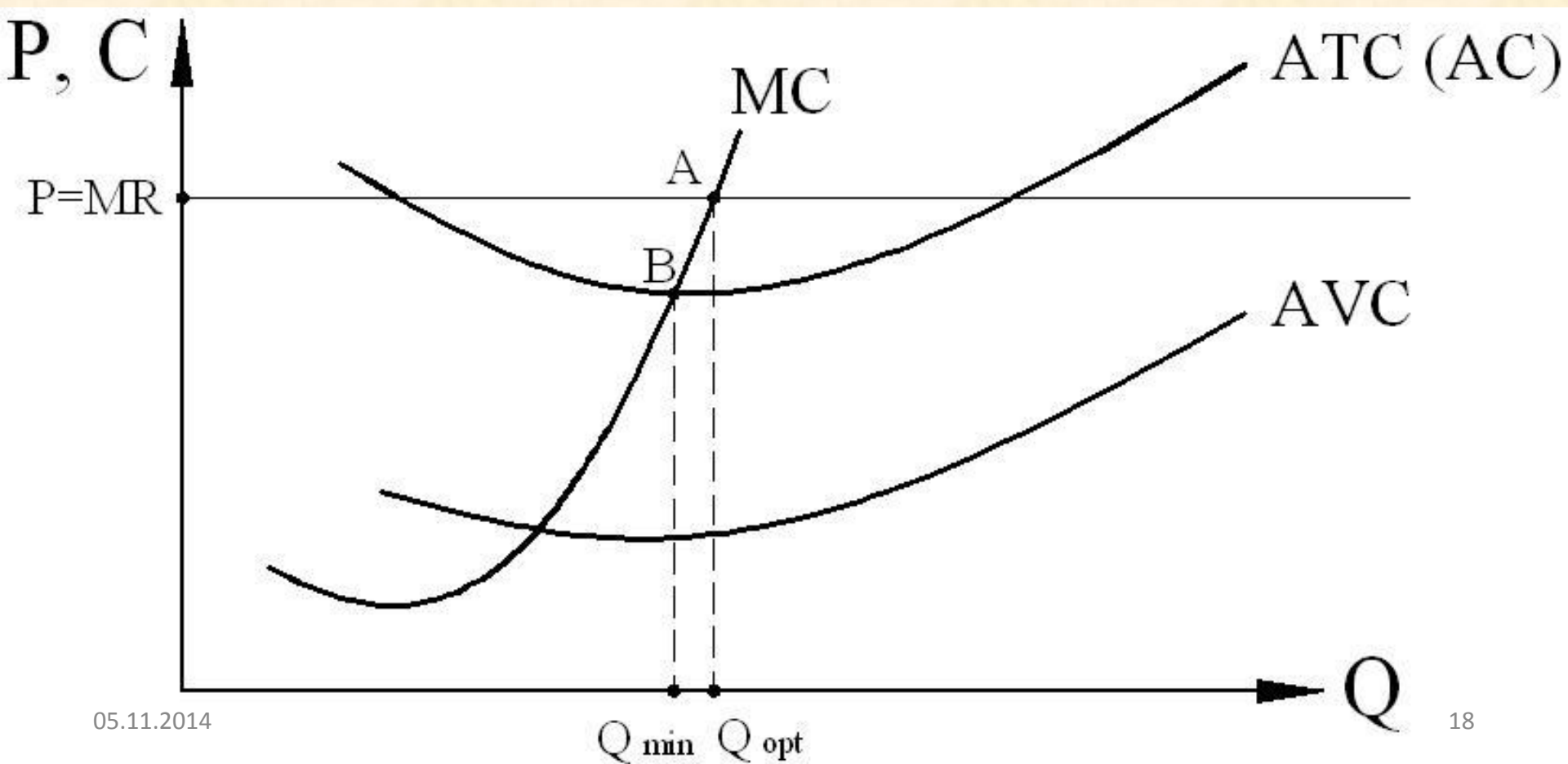


Третье состояние равновесия – получение прибыли



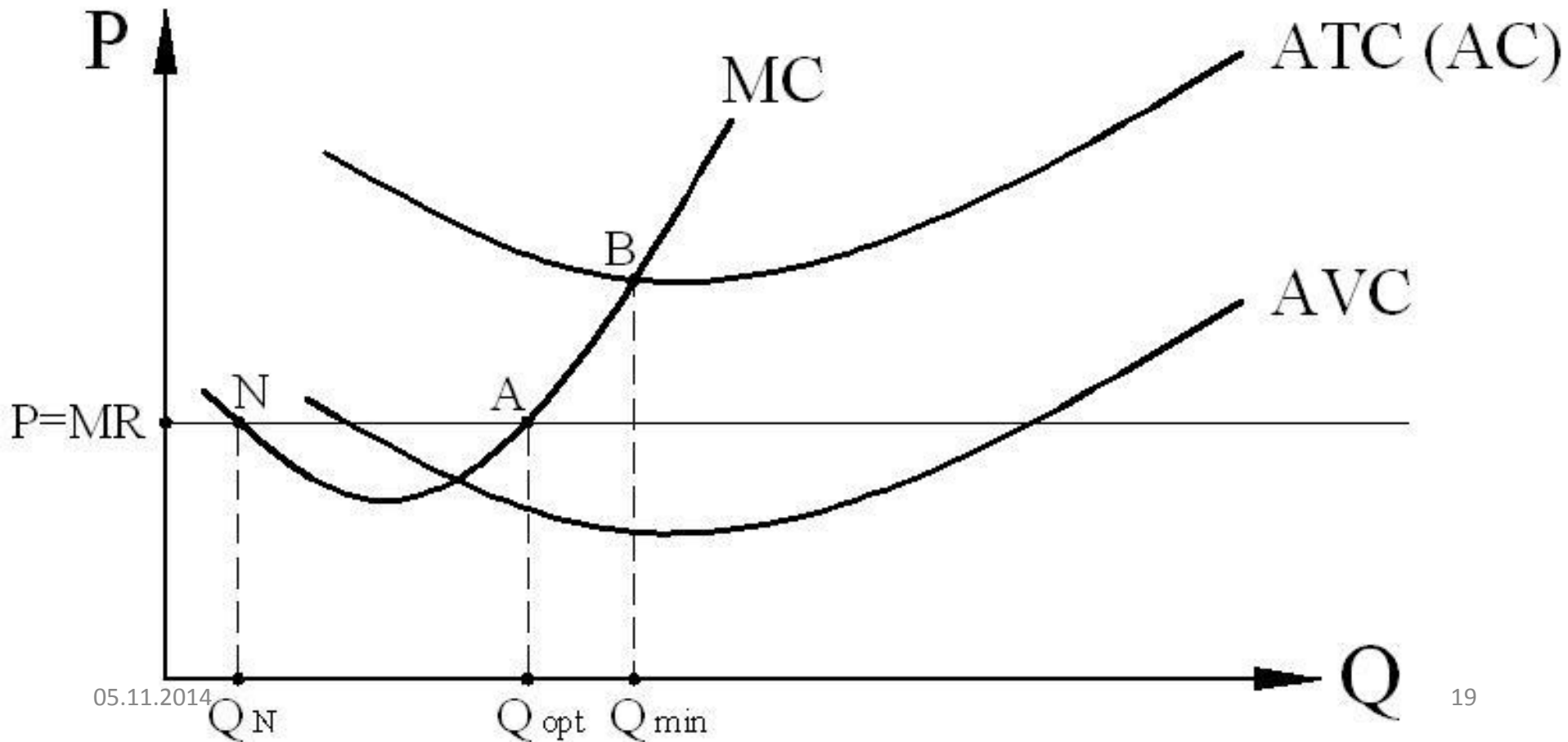
Максимизация прибыли

$$MR = MC$$



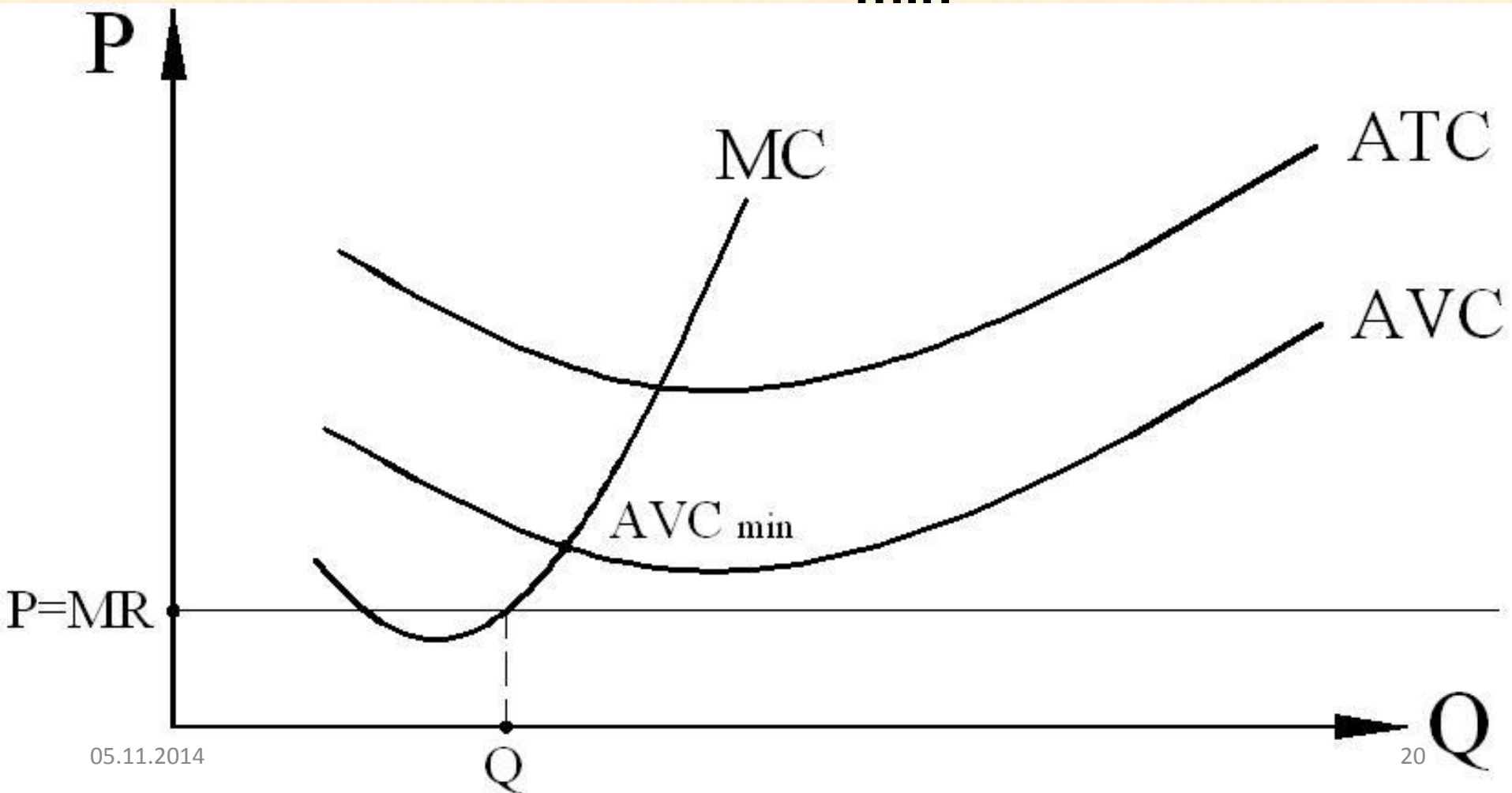
Минимизация убытков

$$ATC_{\min} > P > AVC$$



Прекращение производства

$$P < AVC_{\min}$$



Совершенная (чистая, свободная) конкуренция – это рыночная структура, для которой характерна невозможность продавцов и покупателей воздействовать на рыночную цену

Чистая (совершенная) конкуренция характеризуется следующим:

– на рынке действует множество фирм, каждая из которых независима от поведения других фирм и принимает любое решение самостоятельно;

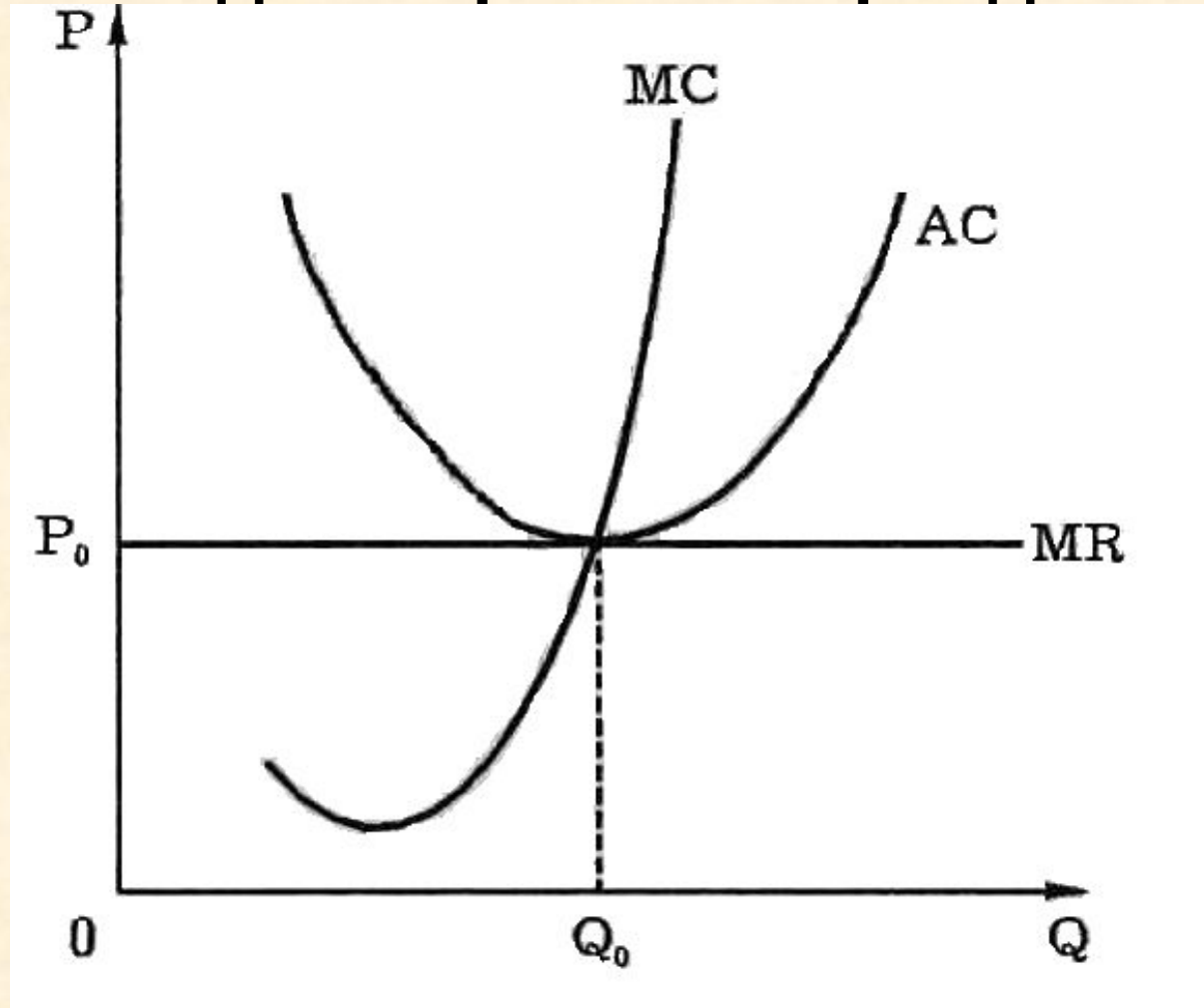
– рынку присуща высокая организованность, оперативность и информативность — фирмы отрасли в курсе всех событий, происходящих на рынке;

– любая фирма отрасли не в состоянии воздействовать на рыночную цену производимого отраслью товара, поскольку объем производства каждой фирмы столь незначителен в сравнении с выпуском всей отрасли, что изменения в количестве реализованной продукции отдельной фирмой не оказывают влияния на цену товара. Рыночная цена товара является для фирмы внешним (экзогенным) фактором, не зависящим от ее действий;

– фирмы отрасли производят один и тот же стандартный товар, поэтому для покупателей абсолютно безразлично, товар какой фирмы приобретать;

– отрасль является открытой для входа в нее и выхода любого количества фирм.

Положение равновесия конкурентной фирмы в долгосрочном периоде



Оптимальность по Парето: В долгосрочном периоде фирма получит максимум прибыли при условии, когда выполняется следующее равенство:

$$MR = MC = AC = P.$$

Чистая (абсолютная) монополия – это рыночная структура, в которой одна фирма является поставщиком на рынок товара, не имеющего близких заменителей (субститутов).

Рынку в условиях монополии присущи следующие черты:

– выпуск товара всей отраслью контролируется лишь одним продавцом этого товара, т. е. фирма является единственным производителем товара и олицетворяет собой всю отрасль;

– производимый монополией товар является особым в своем роде и не имеет близких заменителей, поэтому спрос на данный товар меняется незначительно;

– монополия полностью закрыта для входа в отрасль новых фирм, поэтому в отрасли отсутствует какая-либо конкурентная борьба;

– фирма-монополист в состоянии самостоятельно в определенных пределах определять и менять цену реализуемого товара в любом направлении, изменяя предложение товара.

Несовершенная конкуренция – это рыночная структура, характеризующаяся возможностью продавцов или покупателей воздействовать на рыночную цену.

Типы несовершенной конкуренции:

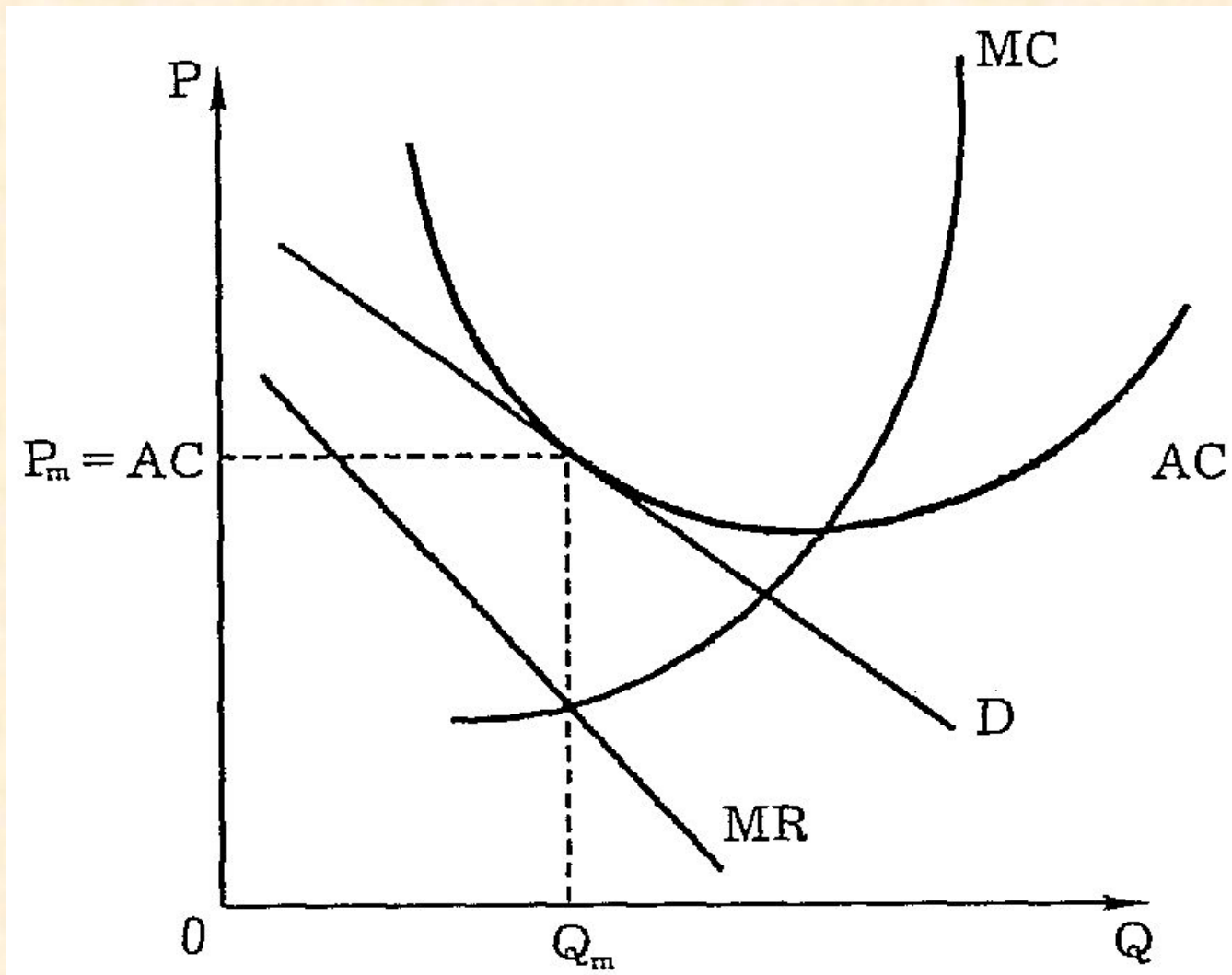
- *монопольная конкуренция;*
- *олигополия и ее разновидности – дуополия; монополия, осуществляющая дискриминацию; моносония;*
- *двусторонняя монополия.*

Монополистическая конкуренция – это рыночная структура, состоящая из множества мелких фирм, выпускающих неоднородную продукцию.

Основные признаки монополистической конкуренции:

- присутствие в отрасли довольно значительного количества небольших по объему фирм, выпускающих однотипные, но неодинаковые товары;
- отдельная фирма производит лишь небольшую часть суммарного выпуска отрасли, поэтому обладает ограниченными способностями влиять на рыночную цену товара;
- каждая фирма практически независима в своих решениях и не учитывает реакцию других конкурирующих фирм при изменении цены своего товара;
- в конкурентной борьбе фирмы отрасли используют такие неценовые факторы, как реклама, изменение качественных характеристик товара и условий продажи продукции;
- вход фирм в отрасль относительно свободный, поскольку фирмы небольшие по размеру.

Монополистическая конкуренция: равновесие фирмы в долгосрочном периоде



Олигополия – это рыночная структура, состоящая из нескольких крупных фирм, при этом доля каждой фирмы относительно велика в общих продажах на рынке данного товара.

Олигополии присущи следующие признаки:

- в отрасли находится несколько фирм соперников (обычно их число не превышает десяти);
- в отрасли находится хотя бы одна крупная фирма, которая считает, что ее действия не останутся без ответной реакции со стороны конкурентов;
- фирмы отрасли производят как однородный (гомогенный), так и дифференцированный продукт;
- вход иных фирм в олигополистическую отрасль очень ограничен в силу наличия как естественных, так и искусственных барьеров;
- разновидностью олигополии является **дуополия**, когда производство данного вида продукции сосредоточено на двух фирмах.

Монополия, осуществляющая ценовую дискриминацию – это рыночная структура, обладающая монопольной властью на основе существования барьеров вхождения в отрасль.

Основными типами барьеров входа в отрасль являются:

- исключительные права, полученные от правительства;
- патенты и авторские права, которые дают фирме исключительное право контролировать производство товара;
- монопольное право государства на производство и реализацию товара;
- эффект масштаба, основанный на преимуществах низких

Существование указанных типов барьеров входа в отрасль приводит к возникновению таких видов монополий, как:

- **закрытая монополия** – монополия, имеющая юридическую защиту от других конкурентов;
- **естественная монополия** – одна фирма обслуживает весь рынок, и ее деятельность основана на электрических, транспортных, трубопроводных и других сетях, которые нельзя продублировать;
- **открытая монополия** – монополия, являющаяся единственным продавцом на рынке какого-либо товара, но не имеющая специальной защиты от конкурентов.

Ценовая дискриминация - продажа товара или услуги одного качества и при одинаковых затратах по различным ценам разным покупателям

Существуют *три вида (степени) ценовой дискриминации*, проводимой монополией.

1. Ценовая дискриминация первой степени (совершенная дискриминация) проявляется в том, что на каждую единицу произведенного однородного товара устанавливается своя цена, равная цене спроса. Эта ценовая политика применяется в условиях индивидуального производства, когда изготовление и реализация какого-либо товара, например новой техники, осуществляется по заказам конкретных потребителей.

2. Ценовая дискриминация второй степени связана с дискриминацией по единицам продаваемой продукции. Выпускаемая монополией продукция или оказываемые услуги группируются в партии, на которые устанавливаются различные цены. Этот вид ценовой дискриминации на практике осуществляется в форме скидок и надбавок на цены товаров и услуг (цены на товары, приобретаемые в розницу всегда выше, чем при оптовых закупках; за нормативную жилую площадь квартплата взимается по одной ставке, а за излишки площади – по повышенной ставке и т. д.).

3. Ценовая дискриминация третьей степени предполагает разделение самих покупателей на отдельные группы или рынки, где устанавливается своя цена реализации.

КУЗОВНОЕ

АТЕЛЬЕ «CARDI» АВТОМОБИЛИ НА ЗАКАЗ

Разработку и изготовление уникального автомобиля можно заказать у нас.

Кузовное ателье Cardi представляет услуги по разработке и изготовлению эксклюзивных автомобилей в пяти кузовах. У Вас есть возможность заказать индивидуальный проект автомобиля или проект по изготовлению кит-кара. Ваши идеи и желания могут быть воплощены в неповторимом стиле и традициях нашего кузовного ателье.

Разработка и изготовление:

Родстер – от 5 млн. руб.

Кабриолет – от 10 млн. руб.

Лимузин – от 15 млн. руб.

Внедорожник – от 10 млн. руб.

Спорт-кар – от 20 млн. руб.



Ценовая дискриминация второй степени

осуществляется в форме скидок и надбавок на цены товаров и услуг (цены на товары, приобретаемые в розницу всегда выше, чем при оптовых закупках; за нормативную жилую площадь квартплата взимается по одной ставке, а за излишки площади – по повышенной ставке и т. д.).



В нашем кинотеатре действуют следующие системы скидок:

«Детский билет»

Цена билета: скидка 40 руб. от базовых цен

Скидка для детей до 7 лет действует: с 09:00 до 16:00.

Дети без сопровождения взрослых на кинопросмотр не допускаются.

«Пенсионный билет»

Цена билета 2D – 60 руб.

С понедельника по четверг с 9:00 до 16:00 только при предъявлении пенсионного удостоверения.

«УЧАЩИЙСЯ»

Цена билета 2D - 80руб.

Для студентов и школьников от 7 до 23 лет.

Билет можно приобрести в период понедельник - пятница с 9:00 до 16:00

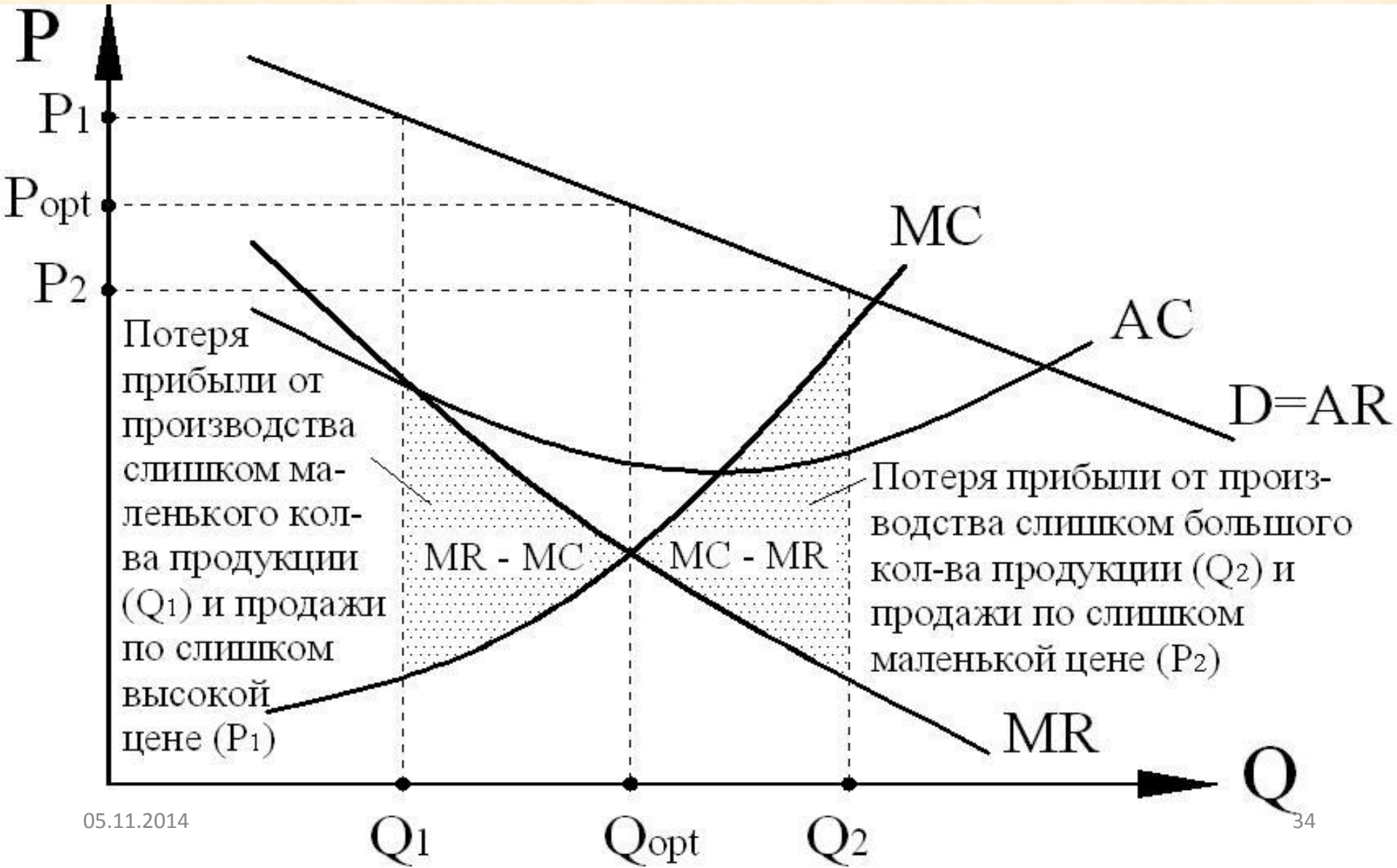
«Групповые скидки»

- до 40 человек 20%

- от 40 человек 30%



Максимизация прибыли в условиях монополии



Показатели монопольной власти

Индекс Лернера определяется по формуле:

$$I_L = (P_m - MC) / P_m = 1 / E_D,$$

где I_L – индекс монопольной власти фирмы;

P_m – монопольная цена;

MC – предельные издержки фирмы;

E_D – ценовая эластичность спроса.

Индекс Херфиндаля–Хиршмана

$$I_{HH} = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2,$$

где I_{HH} – индекс Херфиндаля–Хиршмана;

S_1 – удельный вес самой крупной фирмы в данной отрасли товара;

S_2 – удельный вес второй по величине фирмы;

S_n – удельный вес наименьшей фирмы.