

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Типы рыночных структур и их классификация

Рыночная структура - это условия, в которых протекает рыночная конкуренция

Она характеризуется рядом признаков:

- число и размер фирм
- тип предлагаемого продукта
- степень контроля над ценами
- условия входа в отрасль и выхода из нее
- доступность информации
- характер поведения фирм

Характеристика основных моделей рынка

Признаки	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
<i>Число фирм</i>	Множество	Много	Несколько	Одна фирма
<i>Число покупателей</i>	Множество	Множество	Множество	Множество
<i>Тип продукта</i>	Однородная, стандартизированная	Мнимая или действительная дифференциация	Однородная или дифференцированная	Уникальная продукция
<i>Степень контроля над ценой</i>	Отсутствует контроль	Слабый, незначительный контроль	Частичный контроль	Высокая степень контроля
<i>Условия вступления в отрасль</i>	Ограничений нет, равный доступ к информации	Относительно легкие, удовлетворительный доступ к информации	Ограничен доступ на рынок и к информации	Доступ на рынок блокирован
<i>Неценовая конкуренция</i>	Отсутствует	Используются реклама, торговые марки и товарные знаки	Используется в значительной степени	Создание благоприятного имиджа фирмы
<i>Доступность рыночной информации</i>	Полная	Может быть и полной, и неполной	Может быть полной, но возможны сговоры	Полная
<i>Примеры</i>	Фермерские хозяйства	Розничная торговля, производство одежды, обуви, косметики, мебели и т.д.	Автопром, авиационная, химическая, нефтяная, электронная промышленность и т.д.	Электрические и газовые, местные телефонные компании и т.д.

ДОПУЩЕНИЯ

Модель совершенной конкуренции основана на ряде допущений относительно организации рынка.

1. Однородность продукции.
2. Малость и множественность.
3. Свобода входа и выхода.
4. Совершенная информированность .

Однородность продукции

Однородность продукции означает, что все ее единицы абсолютно одинаковы в *представлении покупателей* и у них нет возможности распознать, кем именно произведена та или иная единица. Это значит, что продукты разных предприятий *совершенно взаимозаменяемы*.

Совершенная взаимозаменяемость однородной продукции разных предприятий означает, что перекрестная эластичность спроса на нее по цене для любой пары предприятий-производителей близка к бесконечности.

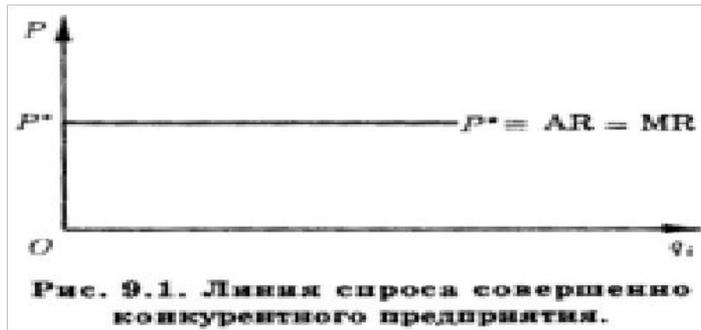
Малость и множественность

Малость субъектов рынка означает, что объемы спроса и предложения *даже* наиболее крупных покупателей и продавцов ничтожно малы относительно масштабов рынка. Здесь «ничтожно малы» означает, что изменения объемов спроса и предложения отдельных субъектов в рамках короткого периода не влияют на рыночную цену продукции.

Малость и множественность субъектов рынка предполагают отсутствие формальных или неформальных соглашений (сговора) между ними с целью обретения монопольных преимуществ на рынке.

Малость и множественность

В условиях совершенной конкуренции каждый отдельный продавец



является *ценополучателем*: кривая спроса на его продукцию бесконечно эластична и имеет вид прямой, параллельной оси выпуска; предприятие может продать любой объем продукции по существующей рыночной цене.

Поскольку в таком случае общая выручка предприятия, TR , растет (падает) пропорционально увеличению (снижению) выпуска продукции, *средняя и предельная выручка от ее реализации равны и совпадают с ценой* ($P = AR = MR$). Поэтому *кривая спроса* на продукцию отдельного предприятия в условиях совершенной конкуренции является одновременно и кривой его средней и предельной выручки (рис. 9.1).

Свобода входа и выхода.

Все продавцы и покупатели обладают полной свободой входа в отрасль (на рынок) и выхода из нее (ухода с рынка). Это значит, что предприятия вольны начать производство данной продукции, продолжить или прекратить его, если сочтут это целесообразным.

Нет никаких легальных или финансовых *барьеров* на вход в отрасль. Нет, например, патентов или лицензий, обеспечивающих преимущественные права выпускать определенную продукцию. Вход в отрасль не требует сколь-либо существенных первоначальных затрат.

Свобода входа и выхода обеспечивается *мобильностью* производственных ресурсов, свободой их перетока из одной отрасли в другую, туда, где их альтернативная ценность выше.

Совершенная информированность

Субъекты рынка (покупатели, продавцы, владельцы факторов производства) обладают *совершенным знанием* всех параметров рынка.

Информация распространяется среди них *мгновенно* (англ, timeless) и *ничего им не стоит* (англ, costless). На этом допущении и основан так называемый **закон единой цены**, согласно которому на совершенно конкурентном рынке всякий товар продается по единой рыночной цене.

Понятия периодов в теории рынков

- *Мгновенным периодом* называется столь короткий период, что *выпуск* каждого предприятия и *количество предприятий* в отрасли фиксировано.
- *Коротким периодом* называется такой период, в течение которого производственные *мощности* каждого предприятия (размеры и число заводов, фабрик, других производственных единиц) *фиксированы*, но выпуск может быть увеличен или снижен за счет изменения объема использования переменных факторов. Общее число предприятий в отрасли остается *неизменным*.
- *Длительным периодом* называют такой период, в течение которого производственные мощности могут быть приспособлены к условиям спроса и затрат.

ПРЕДПРИЯТИЕ И РЫНОК В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ

МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях совершенной конкуренции предприятие является ценополучателем. Оно может максимизировать свою прибыль, лишь приспособив объем выпуска к условиям товарного рынка, с одной стороны, и/или к обусловленным технологией собственным затратам с другой. Но оно не может оказать влияние на цену продукции. *Определим выпуск, обеспечивающий максимум прибыли совершенно конкурентного предприятия при заданных условиях рынка и технологии. Минимум убытков может рассматриваться как максимум прибыли, если получить положительную прибыль невозможно.*

МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

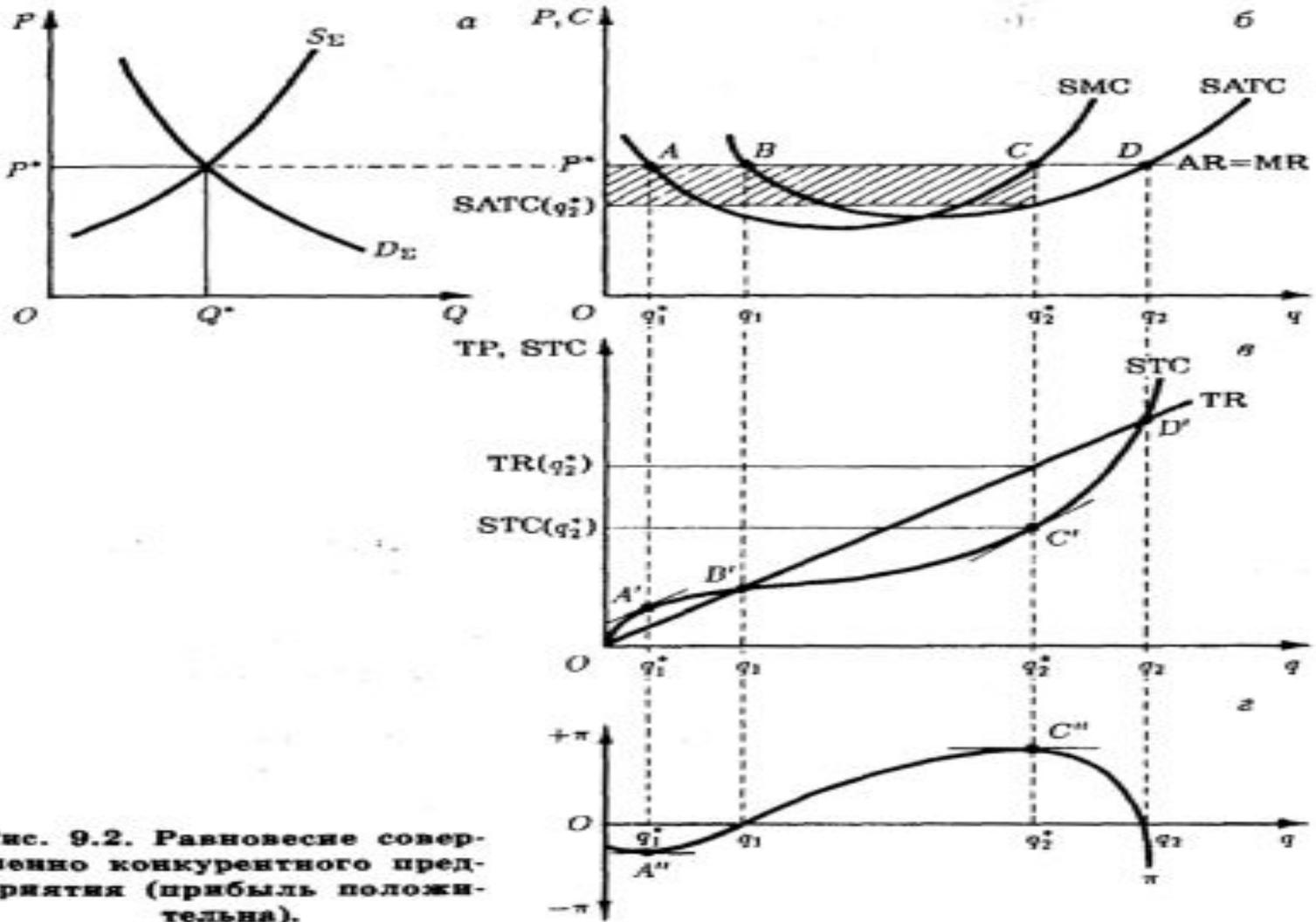


Рис. 9.2. Равновесие совершенно конкурентного предприятия (прибыль положительна).

При каком объеме производства прибыль фирмы максимизируется?

- Ответ зависит от типа рынка: совершенная (чистая) конкуренция, чистая монополия, монополистическая конкуренция, олигополия.
- Необходимо сравнивать данные о доходах и издержках.

Прибыль $\pi = TR - TC = P * Q - TC$,

TR - валовой доход (выручка),

TC - совокупные издержки.

MR - предельный доход – ΔTR при
продаже дополнительной единицы объема
выпуска.

MC - предельные издержки – ΔTC при
увеличении выпуска на одну единицу блага.

$MC = \Delta VC$ (переменных издержек) т.к.

постоянные издержки (FC) не изменяются
вместе с выпуском.

Максимальная прибыль достигается
в двух случаях:

- 1) когда валовой доход (TR) в наибольшей степени превышает валовые издержки (ТС)

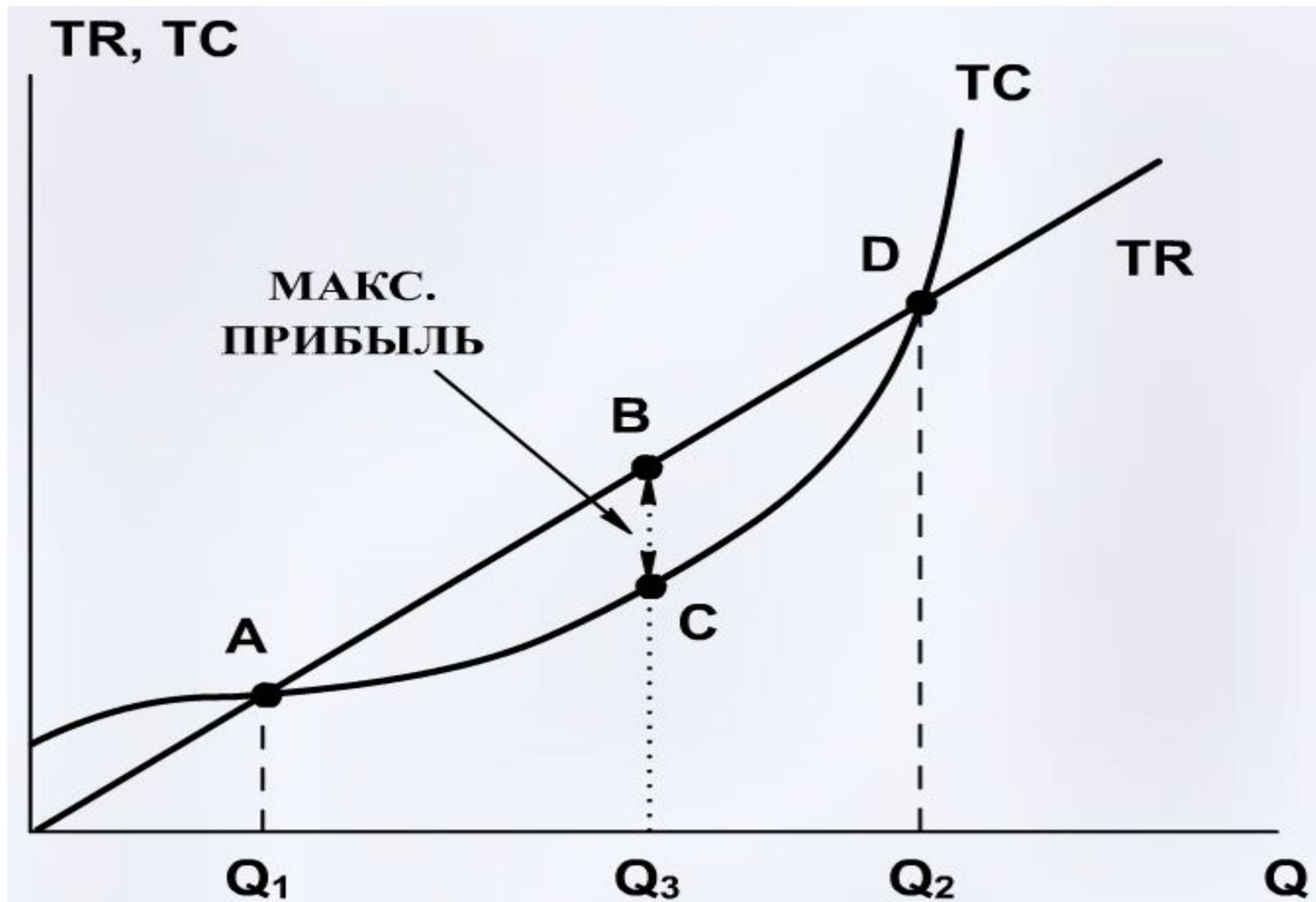
$$\mathbf{TR - TC = (P * Q - TC) \longrightarrow \max}$$

- 2) когда предельный доход (MR) равен предельным издержкам (MC)

$$\mathbf{MR = MC} \quad (\text{при условии } P > ATC)$$

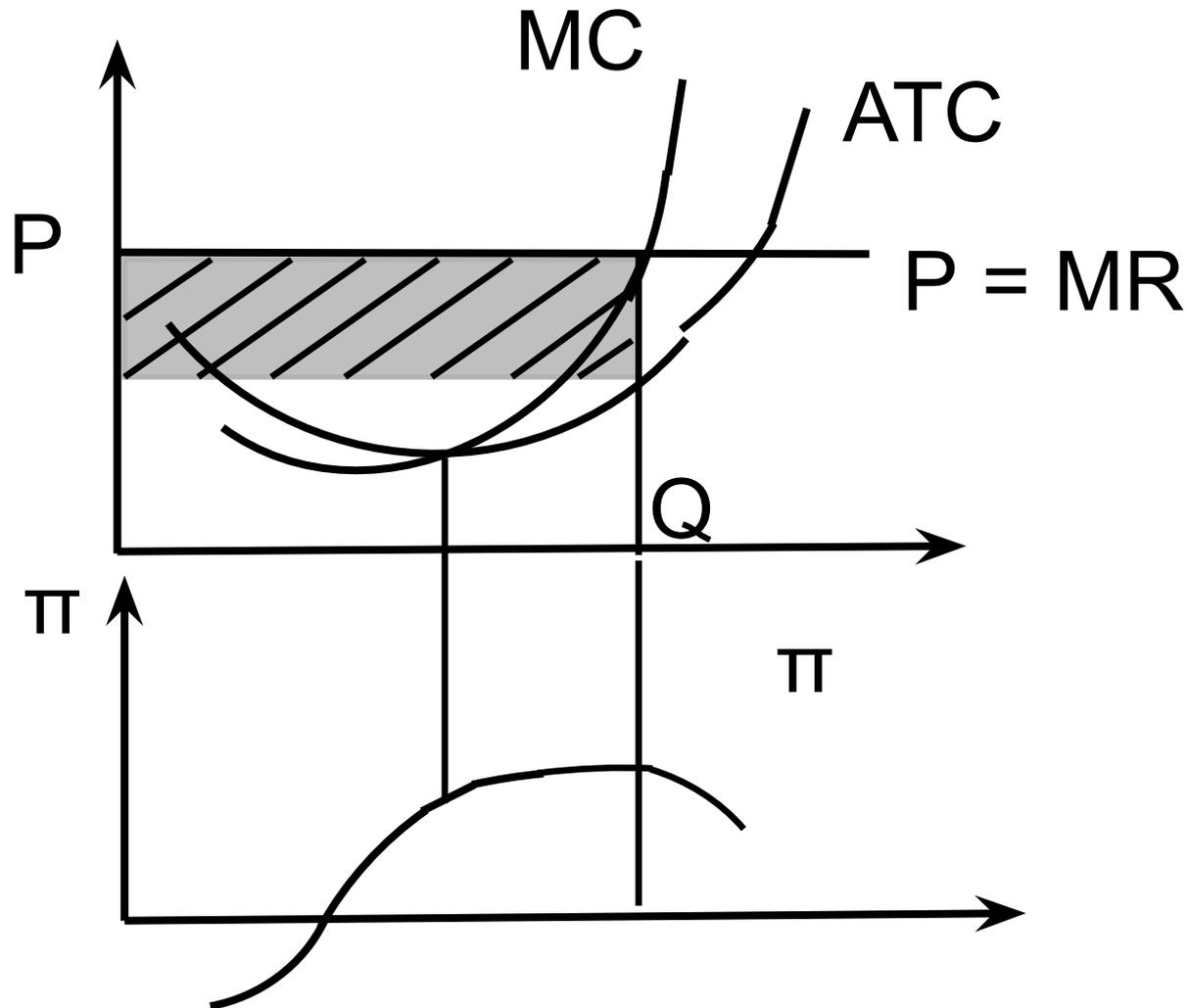
P – цена, ATC – средние валовые издержки

Первое условие максимизации прибыли



Второе условие максимизации

Максимальная прибыль $\pi = (P - ATC) * Q$



МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

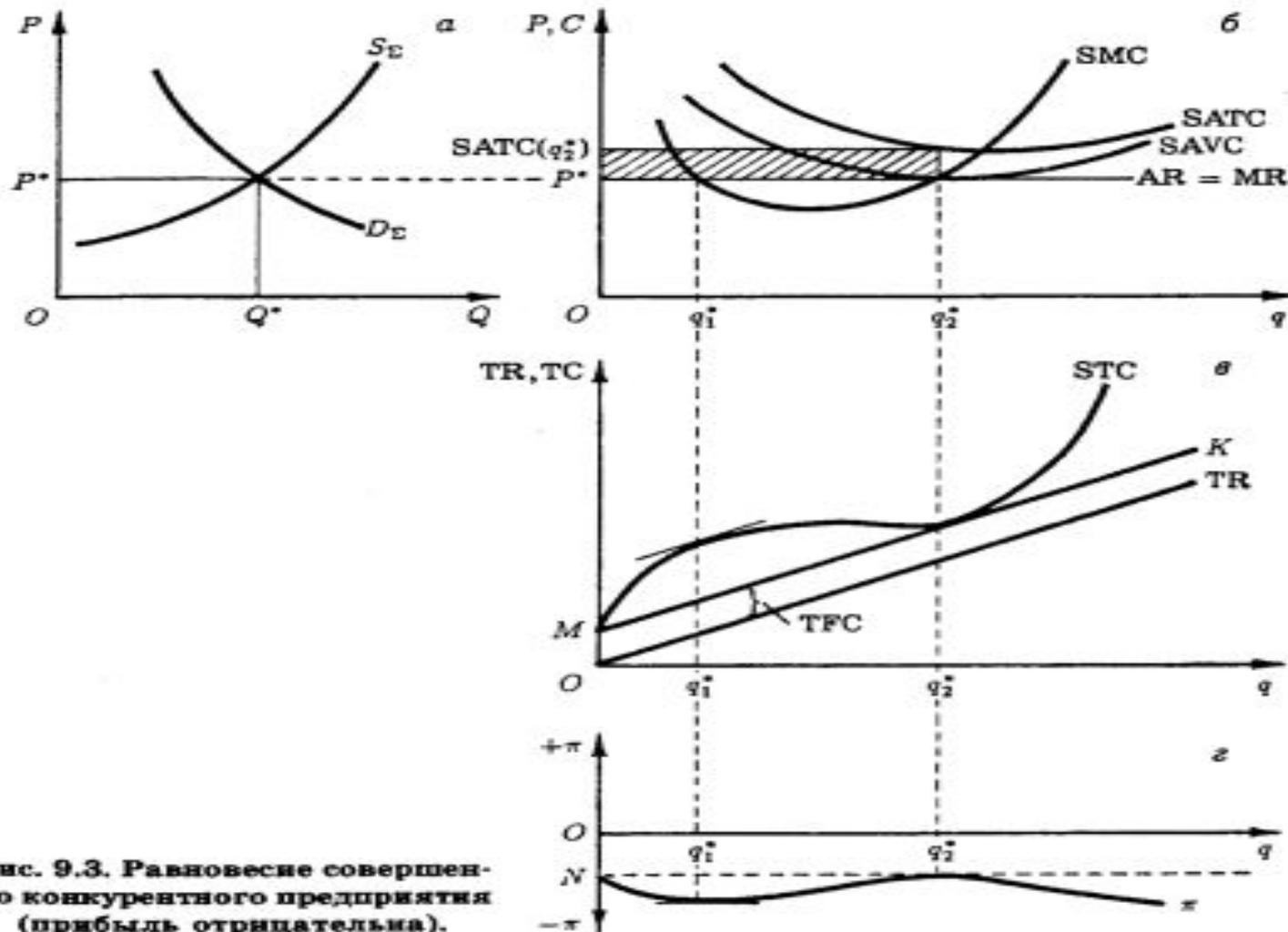


Рис. 9.3. Равновесие совершенно конкурентного предприятия (прибыль отрицательна).

Конкурентная фирма, терпящая убытки

Фирма, не покрывающая все свои издержки

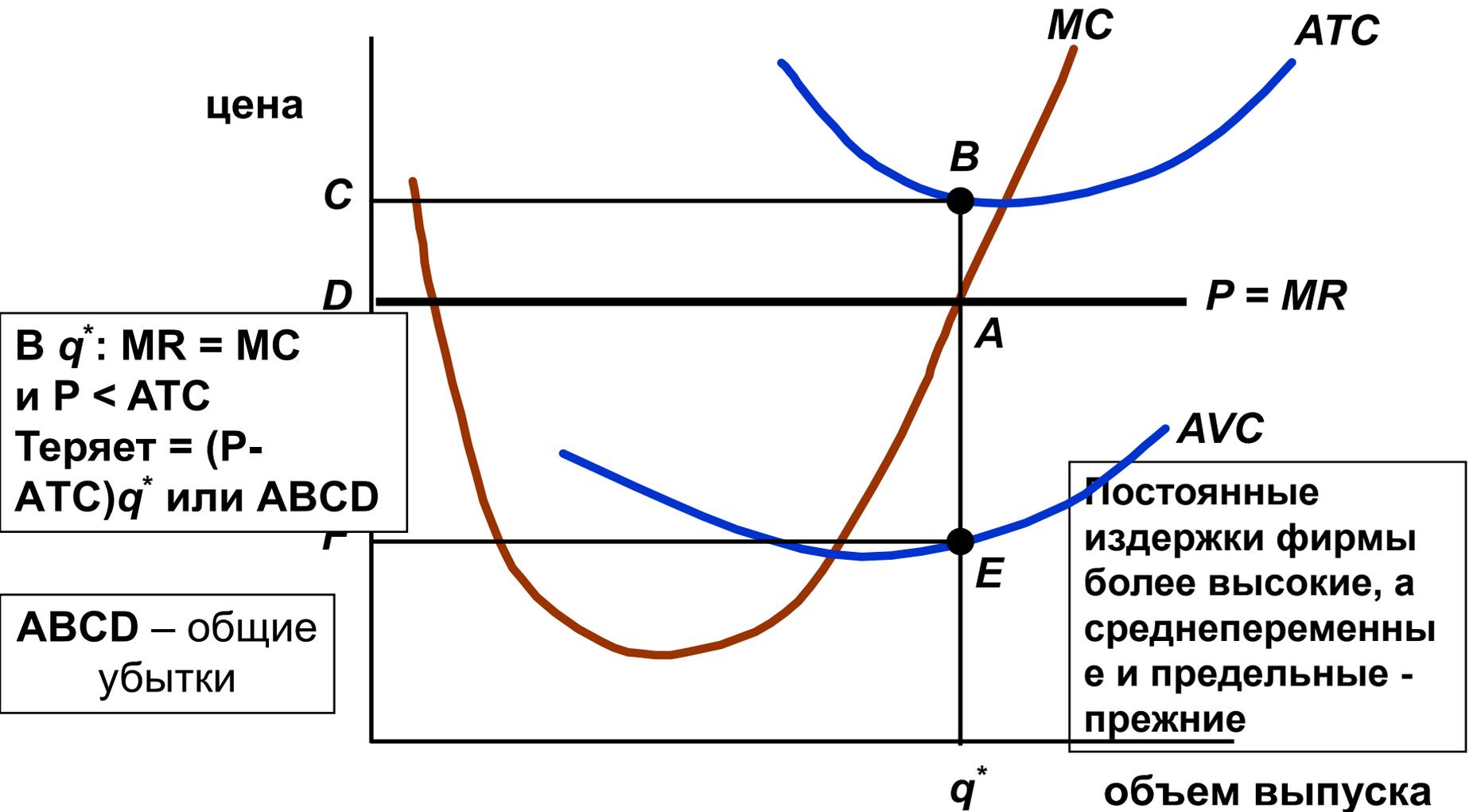
Результат:

Фирма несёт убытки

Условие:

Рыночная цена ниже минимально возможных средних издержек

Конкурентная фирма, терпящая убытки



Выбор объема производства в краткосрочном периоде

Итоги производственных решений

- Прибыль максимизируется при

$$MC = MR = P$$

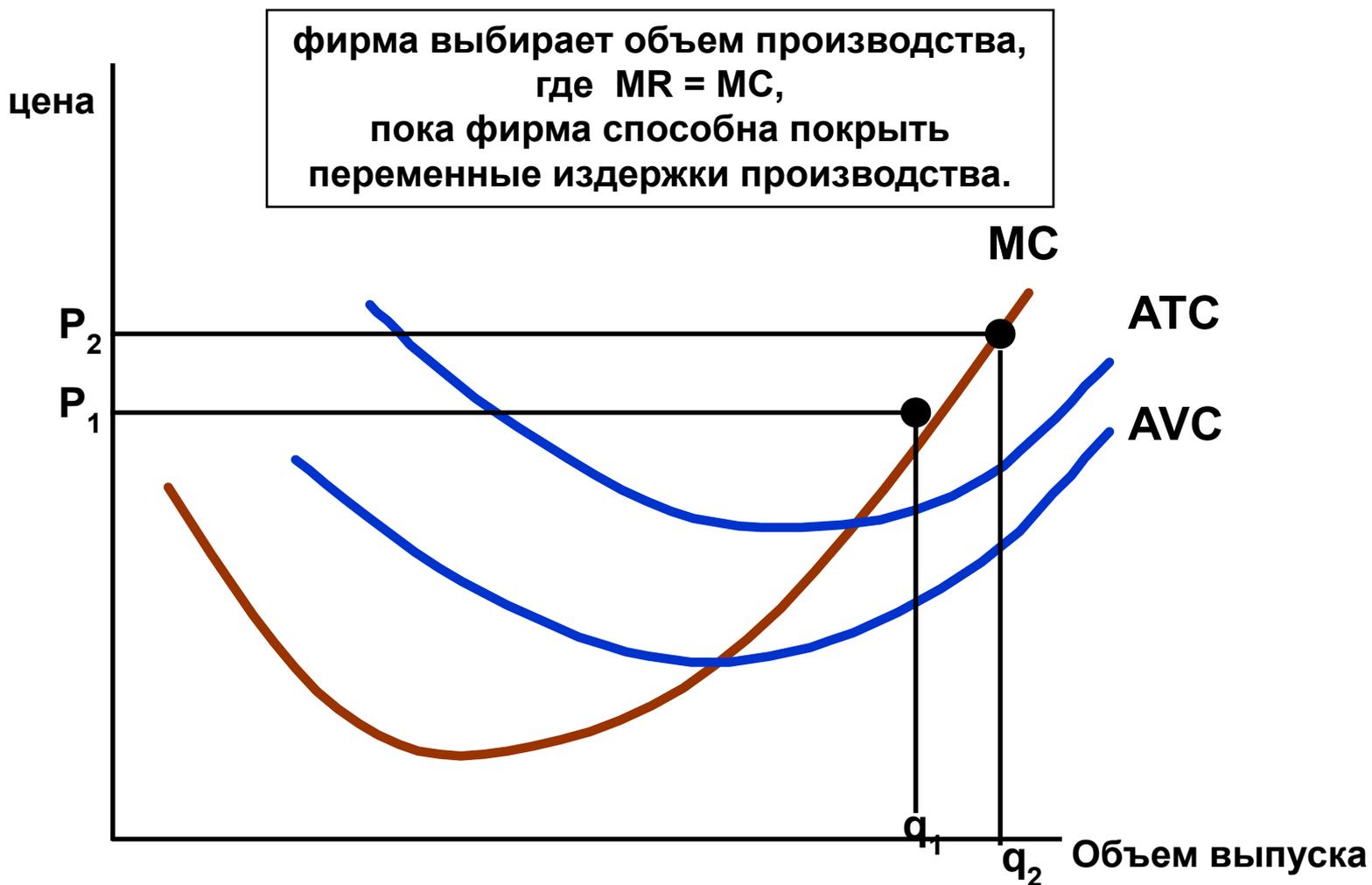
- Если $P > ATC$ фирма имеет прибыль
- Если $AVC < P < ATC$ фирма может производить с убытками

Выбор объема производства в краткосрочном периоде

□ Если $P < AVC < ATC$ фирма должна закрыться

Фирма закрывается, когда средние экономические издержки выше цены товара

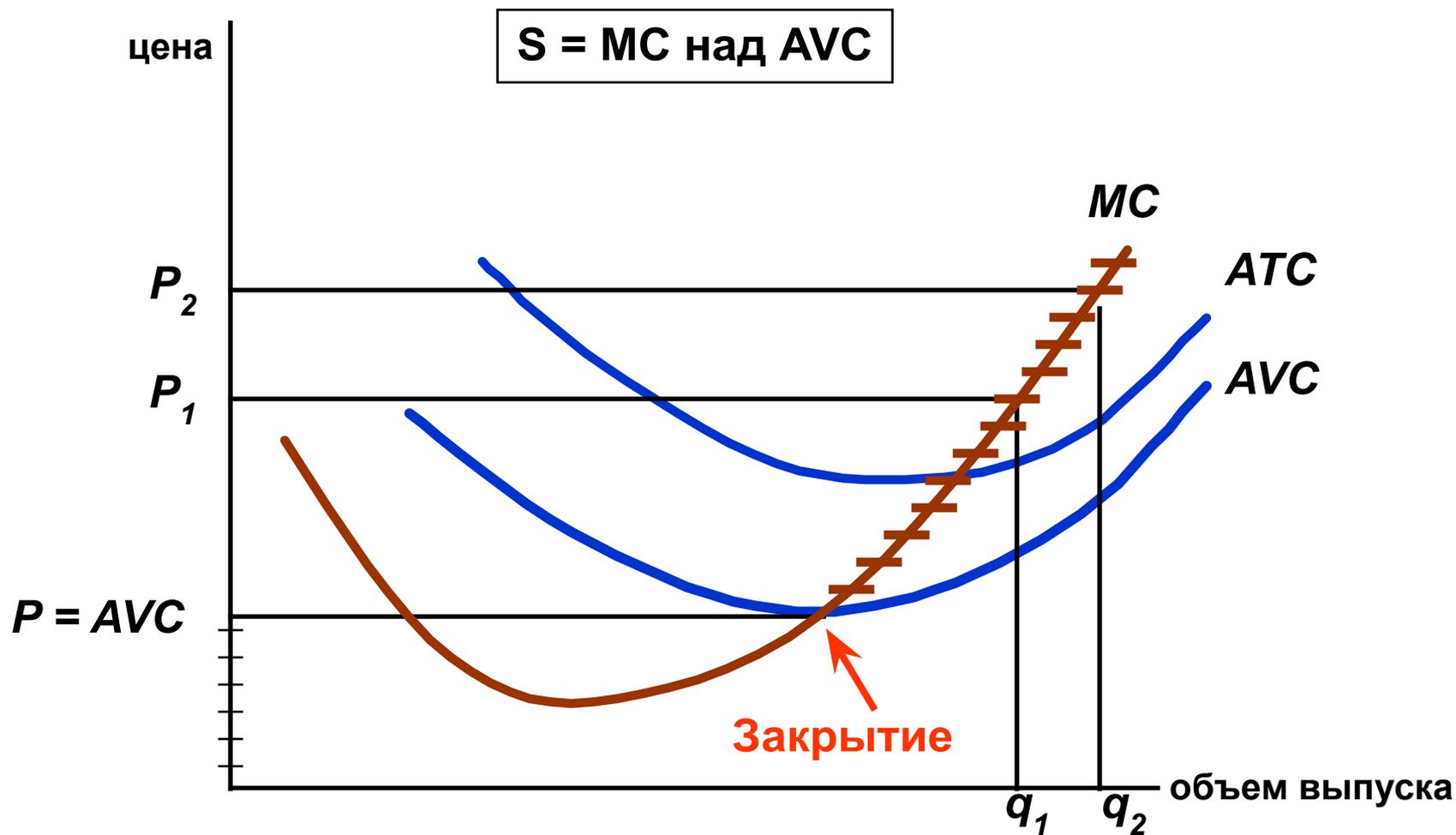
Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде



Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде

- Фирма увеличивает объем производства, пока цена не сравняется с предельными издержками **$P = MR = MC$**
- Фирма закрывается, если цена будет ниже средних экономических издержек
- Кривая **предложения** фирмы – это часть кривой предельных издержек, которая проходит выше кривой средних переменных издержек

Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде



ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОВЕРШЕННО КОНКУРЕНТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ

Функцией предложения от цены называют зависимость величины предложения от цены данного товара. Можно показать, что кривая предложения совершенно конкурентного предприятия в коротком периоде тождественна части его кривой предельных затрат.

На рис. 9.4, а представлены кривые предельных (SMC), средних общих (SATC) и средних переменных (SAVC) затрат. При цене P_1 максимум положительной прибыли достигается при выпуске q_1 значит, точка A на кривой SMC принадлежит кривой предложения данного прибылемаксимизирующего предприятия. При более низкой цене, P_2 , прибыль будет максимальна при выпуске q_2 ; значит, и точка B на кривой SMC принадлежит кривой предложения. Заметим, что в этом случае максимум (положительной) прибыли равен нулю, поскольку цена P_2 равна минимуму средних общих затрат ($P_2 = AR = MR = \min SATC$).

Если цена снизится до $P_3 < SATC$, прибылемаксимизирующий объем производства упадет до q_3 . Прибыль в этом случае будет отрицательна, поскольку точка C на кривой SMC лежит ниже кривой SATC и, значит, выручка от продажи выпуска q_3 не возместит общих затрат его производства: $P_3q_3 < SATC(q_3)q_3$.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОВЕРШЕННО КОНКУРЕНТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ

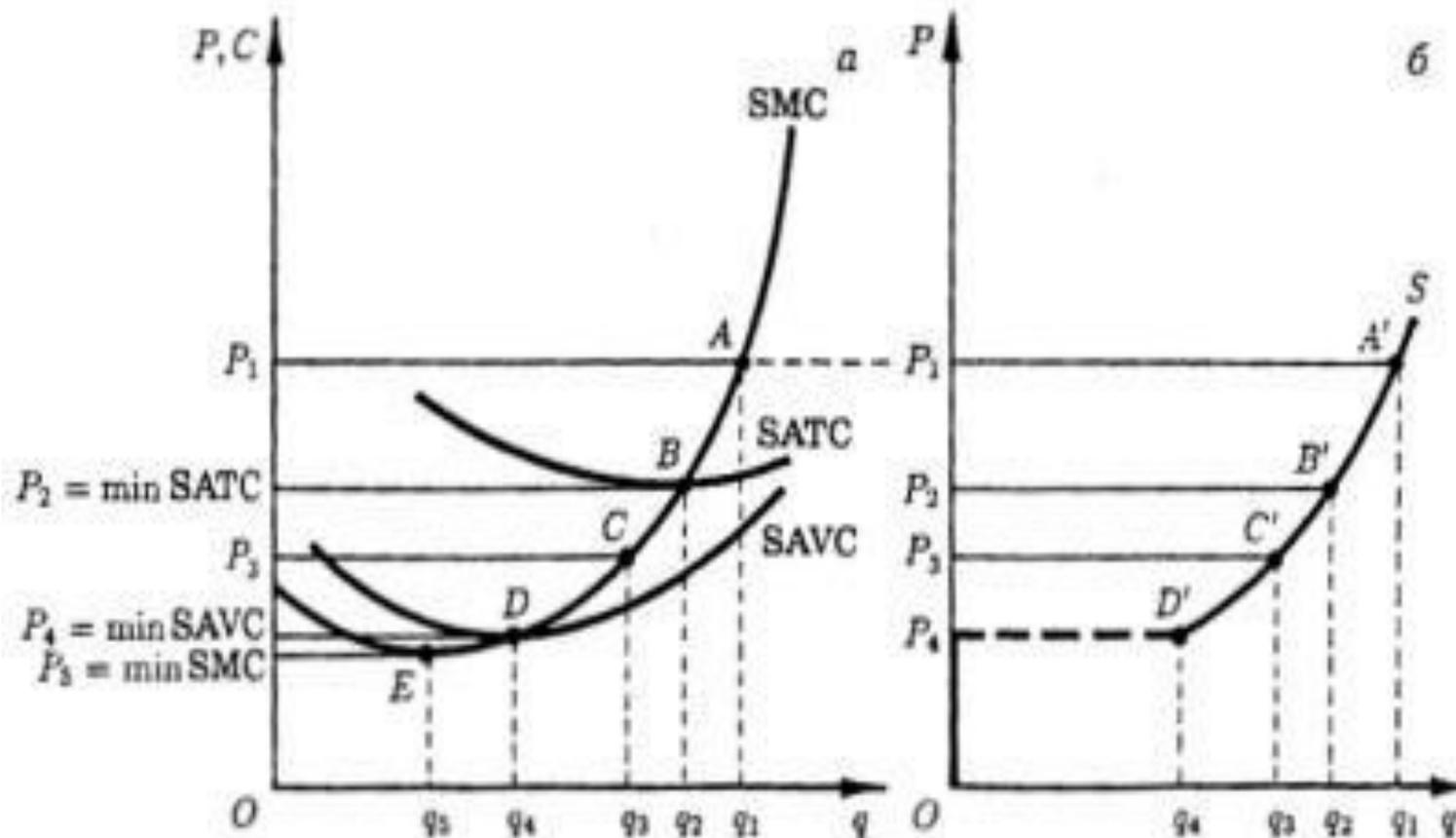


Рис. 9.4. Кривые предельных затрат (а) и предложения (б) предприятия в коротком периоде.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОВЕРШЕННО КОНКУРЕНТНОЙ ОТРАСЛИ В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ

Переход от предложения отдельного предприятия к предложению отрасли можно представить (технически) точно так же, как и переход от индивидуального спроса к рыночному.

Ключевым здесь является *допущение о независимости производственных затрат предприятий*. Оно состоит в предположении, что затраты на производство какого-либо предприятия являются функцией лишь его объема производства, но *не зависят от выпуска других фирм или отрасли в целом*.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОВЕРШЕННО КОНКУРЕНТНОЙ ОТРАСЛИ В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ

Если допущение о независимости затрат выполняется, то функцию предложения отрасли можно получить, просуммировав функции предложения всех предприятий отрасли. Если отрасль состоит из n предприятий, функции предложения которых *одинаковы* и имеют вид (9.11), то функция предложения отрасли будет

$$Q = nq = nS(P), \text{ если } P \geq \min AVC, \quad (9.18)$$

$$Q = 0, \text{ если } P < \min AVC.$$

Графически кривую предложения отрасли можно (как и в случае определения кривой рыночного спроса) найти, просуммировав *по горизонтали* индивидуальные кривые предложения предприятий.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОВЕРШЕННО КОНКУРЕНТНОЙ ОТРАСЛИ В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ

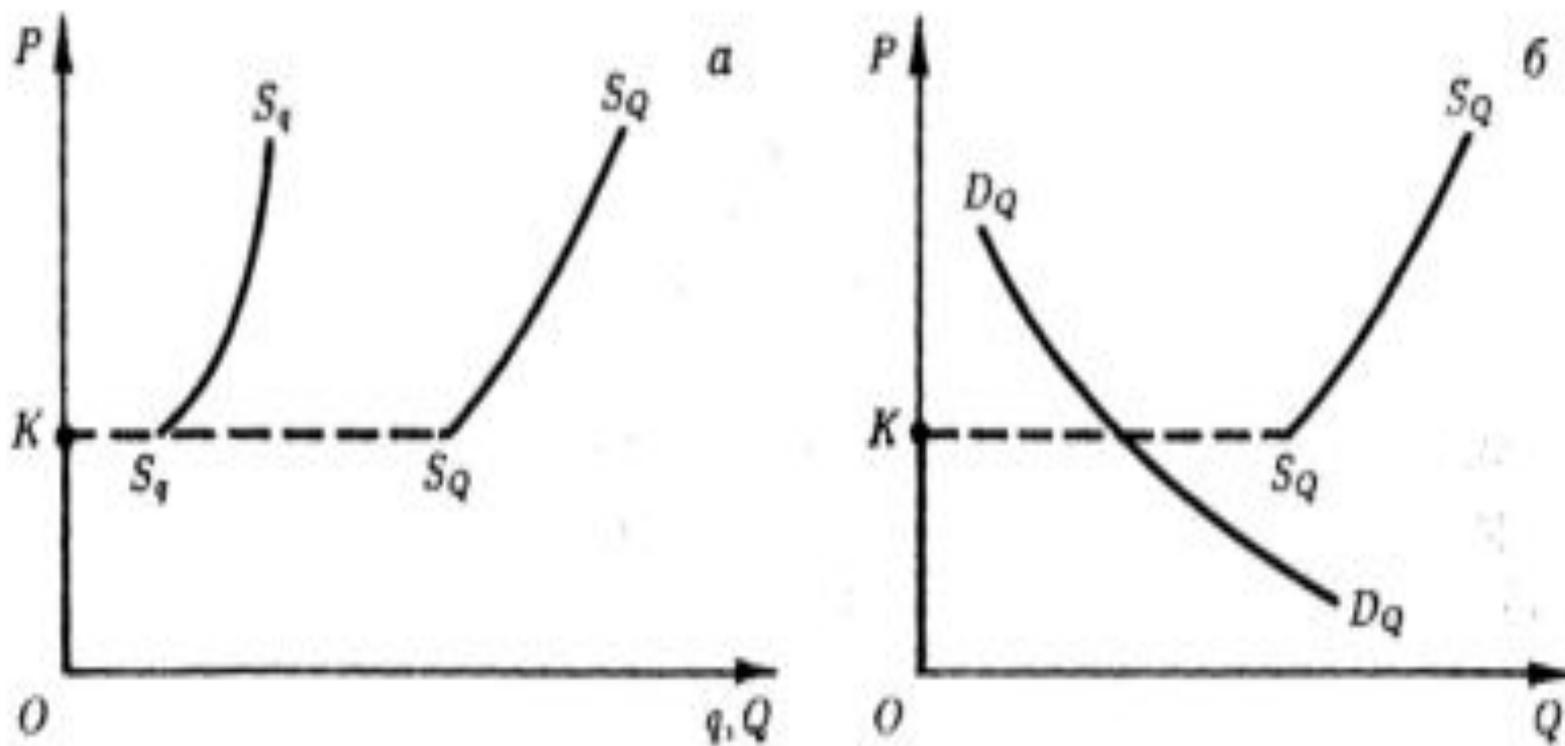


Рис. 9.7. Предложение совершенно конкурентной отрасли как сумма предложения ее типичных предприятий.

РАВНОВЕСИЕ СОВЕРШЕННО КОНКУРЕНТНОГО РЫНКА В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ

Равновесие совершенно конкурентного рынка в коротком периоде достигается, когда предложение отрасли и рыночный спрос на ее продукцию уравниваются при цене, которая, как говорят, *проясняет рынок* (англ, *clears the market*), т. е. когда объемы спроса и предложения равны. Равновесие совершенно конкурентного рынка в коротком периоде представлено на рис. 9.10

РАВНОВЕСИЕ СОВЕРШЕННО КОНКУРЕНТНОГО РЫНКА В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ

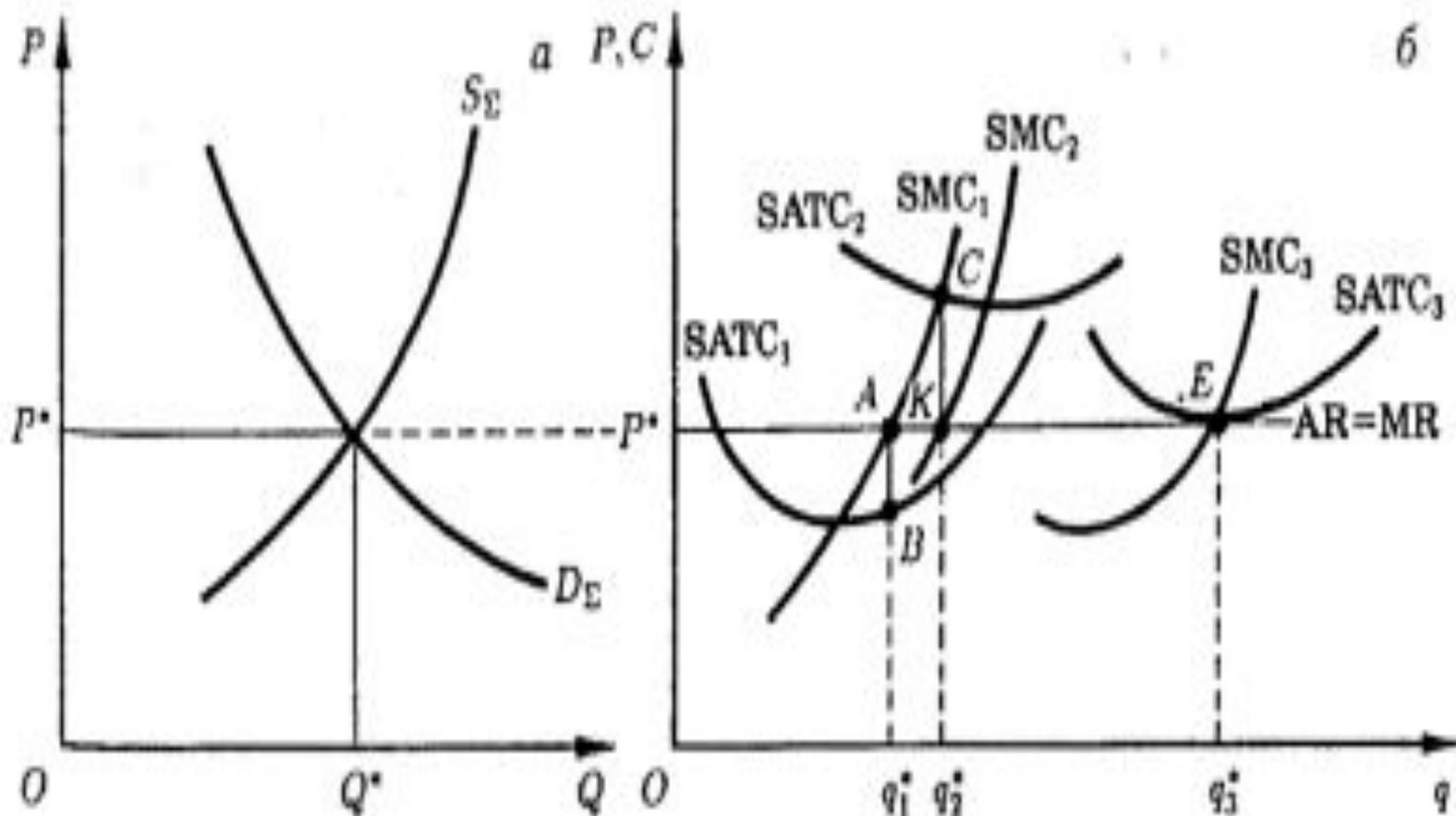


Рис. 9.10. Предприятия с положительной, отрицательной и нулевой прибылью в условиях равновесия на совершенно конкурентном рынке.

ПРЕДПРИЯТИЕ И РЫНОК В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ

В длительном периоде в отличие от короткого все производственные ресурсы являются переменными. Поэтому и отдельное предприятие, и совершенно конкурентная отрасль в целом могут в целях максимизации прибыли изменять объемы применяемых ресурсов.

В длительном периоде всякое предприятие имеет возможность выбора производственной мощности, а значит, и большую, чем в коротком периоде, возможность изменять объем выпуска.

Благодаря свободе входа в отрасль и выхода из нее одни предприятия покинут рынок данного товара, тогда как другие, привлеченные возможностью получить высокую прибыль, войдут в него.

ПРЕДПРИЯТИЕ И РЫНОК В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ

В длительном периоде предприятие может выбрать производственную мощность и, следовательно, объем выпуска, максимизирующие его прибыль. Процедуру выбора иллюстрирует рис. 9.12.

Первоначально отраслевой спрос и предложение формируют равновесную цену P (рис. 9.12, а). На рис. 9.12, б LATC и LMC кривые средних и предельных затрат длительного периода типичного предприятия, SATC1, SMC1, SATC2, SMC2, SATC3, SMC3 кривые средних и соответственно предельных затрат заводов трех масштабов (небольшого, среднего и крупного). Предположим, что при рыночной цене P предприятие использует мощности небольшого завода 1. В этом случае максимизирующий прибыль (точнее, минимизирующий убытки) выпуск составит q_1 . Очевидно, что такой выпуск неоптимален в длительном периоде.

Действительно, предприятие может увеличить масштабы завода (производственные мощности) до уровня 3 и получить в результате положительную экономическую прибыль при объеме выпуска q_3 .

Заметим, что при выпуске q_3

$$LMC = SMC_3 = MR = P. \quad (9.20)$$

Таким образом, при данной рыночной цене *оптимальная мощность* (или масштаб завода) совершенно конкурентного предприятия 3, а *прибылемаксимизирующий* (и в коротком, и в длительном периоде) выпуск q_3 .

ПРЕДПРИЯТИЕ И РЫНОК В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ

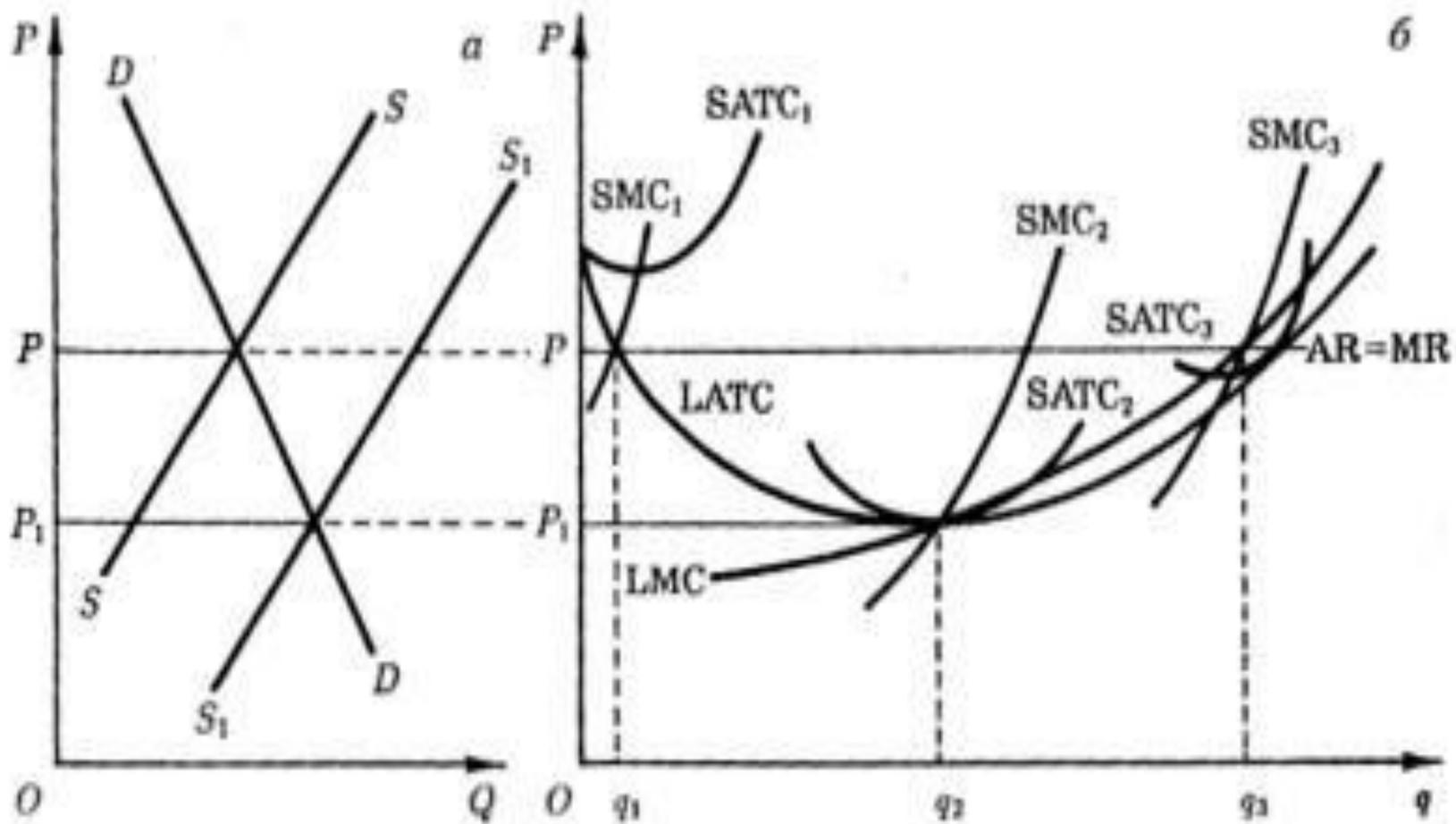


Рис. 9.12. Выбор оптимальной производственной мощности.

РАВНОВЕСИЕ ОТРАСЛИ В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ

Хотя типичное предприятие, представленное на рис. 9.12, б, при цене P и выпуске q_3 находится в равновесии и короткого и длительного периода, отрасль *не* достигнет долгосрочного равновесия, поскольку ее типичное предприятие получает положительную *экономическую* прибыль. Этот избыток прибыли сверх *нормального* размера привлечет в отрасль новые предприятия, выпуск продукции отраслью увеличится и цена P не будет равновесной ценой длительного периода. Тем более что типичные фирмы имеют идентичные кривые затрат и, значит, все они выберут производственные мощности типа 3 и выпуск q_3 . В этих условиях кривая отраслевого предложения (восходящий участок суммарной кривой предельных затрат) сдвинется вправо (рис. 9.11, б), а равновесная цена продукции отрасли снизится. Это также объясняет, почему цена $P > P_1$ не может быть равновесной ценой длительного периода.

Если же цена упадет ниже P_1 ни одно предприятие не сможет получить даже нормальной прибыли ни при каком уровне производственной мощности. Тогда начнется массовый выход предприятий из данной отрасли, что приведет к сдвигу линии предложения (на рис. 9.12, а) влево. Таким образом, и при цене $P < P_1$ отрасль не может находиться в состоянии равновесия длительного периода. Поскольку долгосрочное равновесие невозможно при $P > P_1$, мы можем утверждать, что совершенно конкурентный рынок оказывается в состоянии равновесия длительного периода лишь при цене P_1 .

РАВНОВЕСИЕ ОТРАСЛИ В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ

Таким образом, в условиях совершенной конкуренции типичные (т. е. идентичные) предприятия и отрасль находятся в состоянии долгосрочного равновесия, если и только если рыночная цена равна минимуму средних затрат длительного периода типичного предприятия. В этой ситуации выполняется равенство

$$\mathbf{SMC}(q^*) = \mathbf{LMC}(q^*) = \mathbf{LATC}(q^*) = \mathbf{SATC}(q^*) = P = \mathbf{MR.} \quad (9.21)$$

Из (9.21) явствует, что в ситуации долгосрочного равновесия типичное предприятие получает *нулевую экономическую прибыль* ($P^* = \mathbf{SATC}(q^*)$) и выбирает объем выпуска q^* , при котором достигается минимум средних затрат.

РАВНОВЕСИЕ ОТРАСЛИ В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ

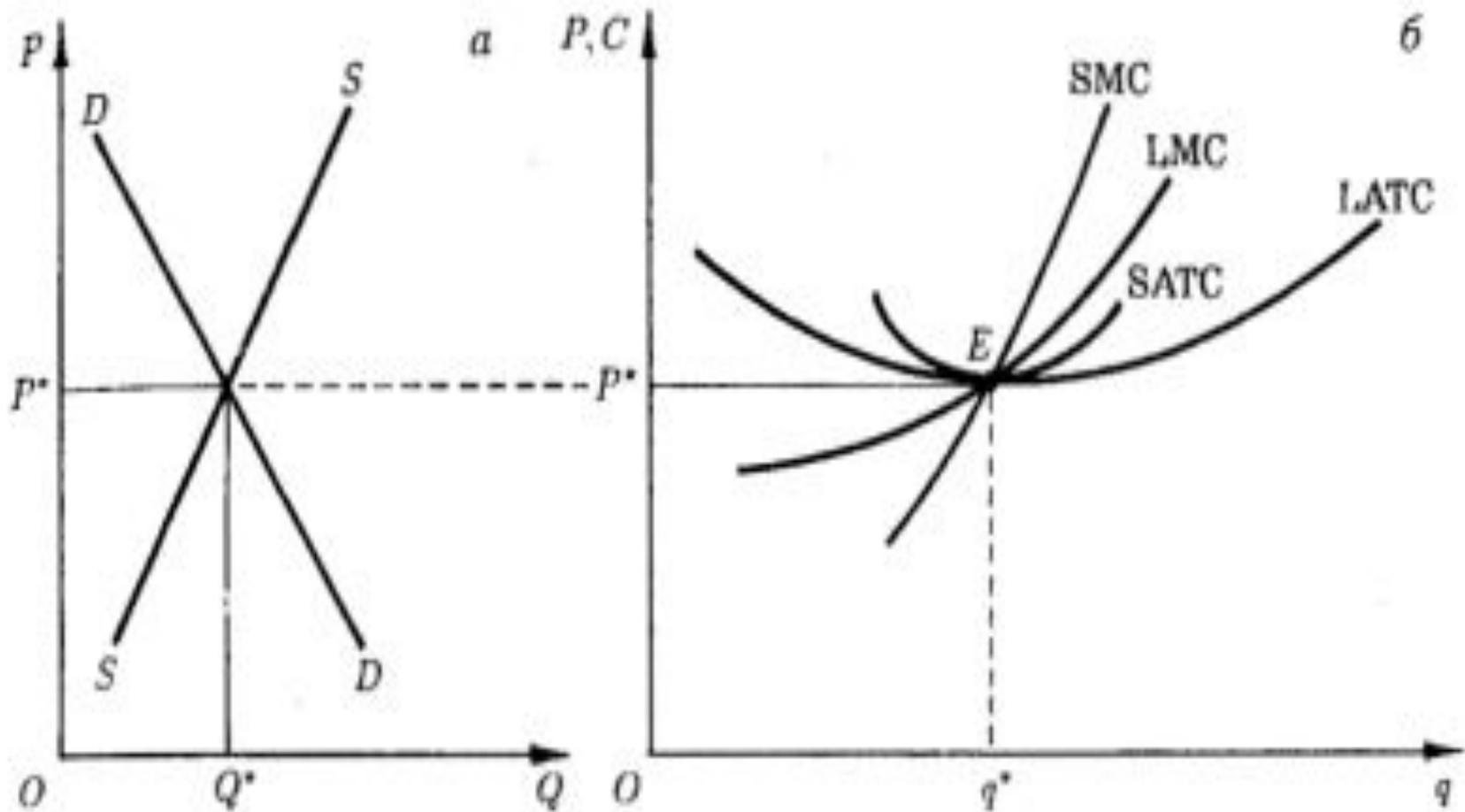


Рис. 9.13. Равновесие совершенно конкурентной отрасли в длительном периоде.

Достоинства совершенной конкуренции

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

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

- оптимальное распределение ресурсов;
- производство организуется технологически наиболее эффективным образом;.
- безубыточность фирм в долгосрочном периоде ($P = LATC_{\min}$). Это гарантирует отрасли устойчивость.

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.