


Поведение фирмы в
различных рыночных
структурах.
Совершенная конкуренция.

Доцент кафедры «Экономическая теория» ПГУПС
к.э. н. М.Л. Селезнева

- 1. Роль конкуренции в системе рынка. Критерии разграничения рыночных структур.**
- 2. Фирма в условиях совершенной конкуренции.**
- 3. Равновесие конкурентной фирмы в коротком периоде. Кривая предложения конкурентной фирмы.**
- 4. Равновесие конкурентной фирмы в длительном периоде.**

1. Роль конкуренции в системе рынка. Критерии разграничения рыночных структур.

Рынок представляет собой экономическую систему, в которой движущей силой является конкуренция.

В реальной действительности конкуренция существует в различных формах в диапазоне от свободной конкуренции до полного её отсутствия.

Конкуренцию можно определить как соперничество между субъектами рыночной экономики за лучшие условия производства и реализацию своего продукта.

Различают:

- ***а) внутриотраслевую (между аналогами производимой продукции) и межотраслевую конкуренцию (то есть между продукцией различных отраслей);***
- ***б) ценовую (зависящую от уровня цены) и неценовую (конкуренцию по качеству).***

Различают:

- **совершенную (чистую) конкуренцию,**
- **абсолютную (чистую) монополию,**
- **несовершенную конкуренцию,**

и соответствующие им рынки:

- совершенной конкуренции,
- монополистические
- и рынок несовершенной конкуренции.

Чем меньше воздействие отдельных фирм на цену продукции, тем более конкурентным считается рынок.

Критериями, положенными в основу выделения различных типов рыночных структур являются следующие:

- **количество фирм, представленных на рынке,**
- **характер производимой продукции,**
- **наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в отрасль или выхода из неё,**
- **степень доступности экономической информации.**

Все указанные признаки рыночных структур определяют характер ценообразования.

Типы рыночных структур

Тип конкуренции	Количество фирм	Характер продукции	Существование рыночных барьеров	Доступность экономической информации	Контроль над ценами
Совершенная конкуренция	очень много	стандартизированная	отсутствуют	полная доступность	отсутствует
Монополистическая конкуренция	большое	дифференцированная	низкие	некоторые ограничения	частичный
Олигополия	небольшое	Стандартизированная или дифференцированная	высокие	труднодоступна	очень высокий
Абсолютная монополия	одна	уникальная	очень высокие	Очень труднодоступна	полный

2. Фирма в условиях совершенной конкуренции.

Совершенная (чистая) конкуренция:

в отрасли, характеризующейся совершенной конкуренцией функционирует очень большое число фирм- производителей однотипного товара.

Фирмам доступна вся коммерческая информация, а препятствия к входу в рынок или выходу из него отсутствуют.

Конкурентные фирмы воспринимают рыночную ситуацию как уже сложившуюся, на характер которой ни одна из них в отдельности влиять не может.

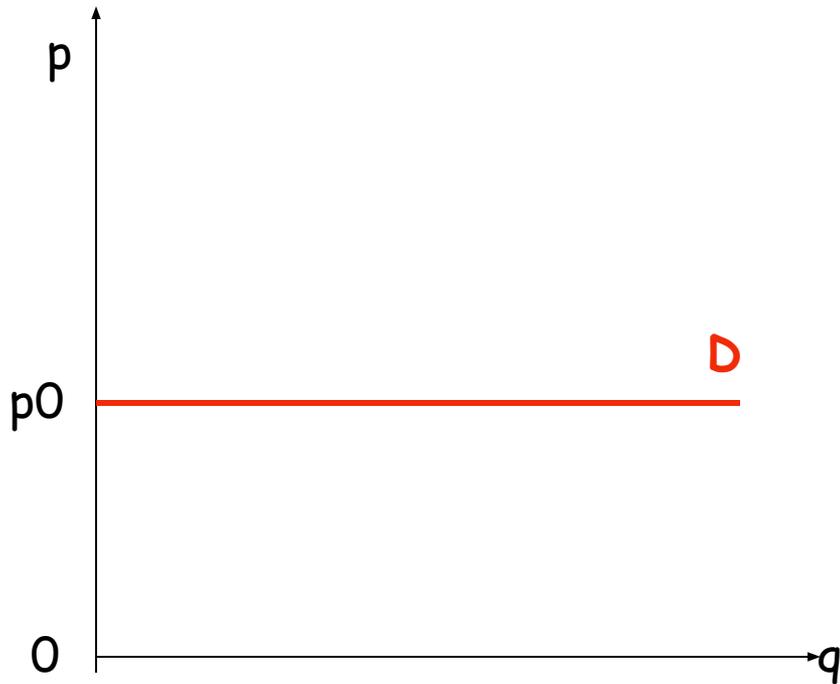
Такие фирмы являются «прайс-тейкерами» (“price-taker”) в отличие от фирм «прайс-мейкеров» (“price-maker”), способных к проведению собственной ценовой политики.

Таким образом, отдельная фирма воспринимает уровень равновесной цены как от неё не зависящий.

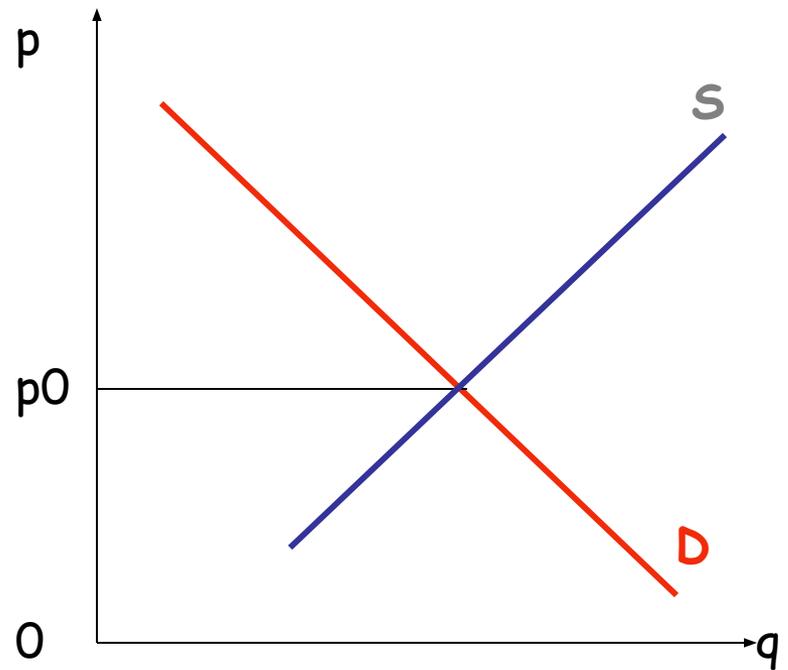
Кривые спроса конкурентной фирмы:

а) фирма

б) отрасль



а) фирма



б) отрасль

Конкурентная из двух параметров, определяющих величину валового дохода способна контролировать один - объём реализуемого продукта, поскольку все фирмы принимают ту цену, которая складывается на рынке.

Следовательно, все единицы продукции продаются по одной рыночной цене:

$$AR = PQ/Q = P.$$

Таким образом, при реализации каждой единицы продукции валовый доход увеличивается на сумму, равную цене, поэтому $MP = P$, а значит

$$AR = MR = P$$

График среднего и предельного дохода конкурентной фирмы.

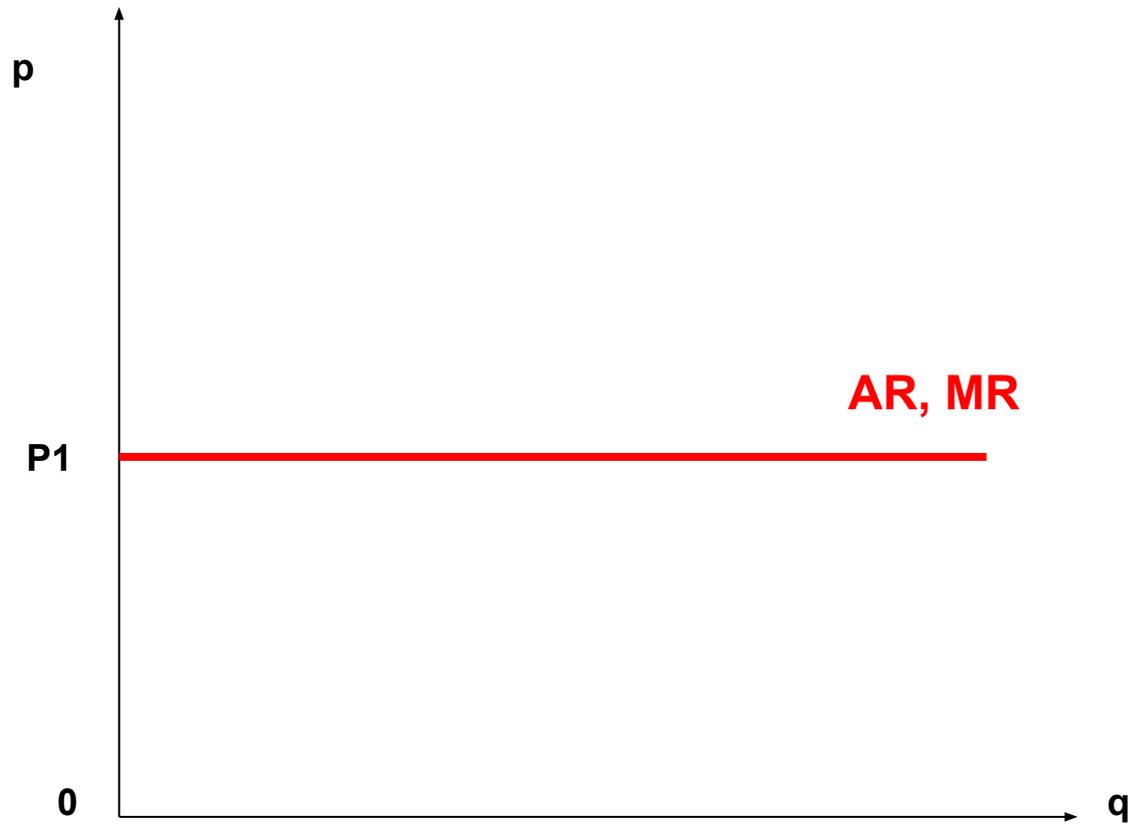
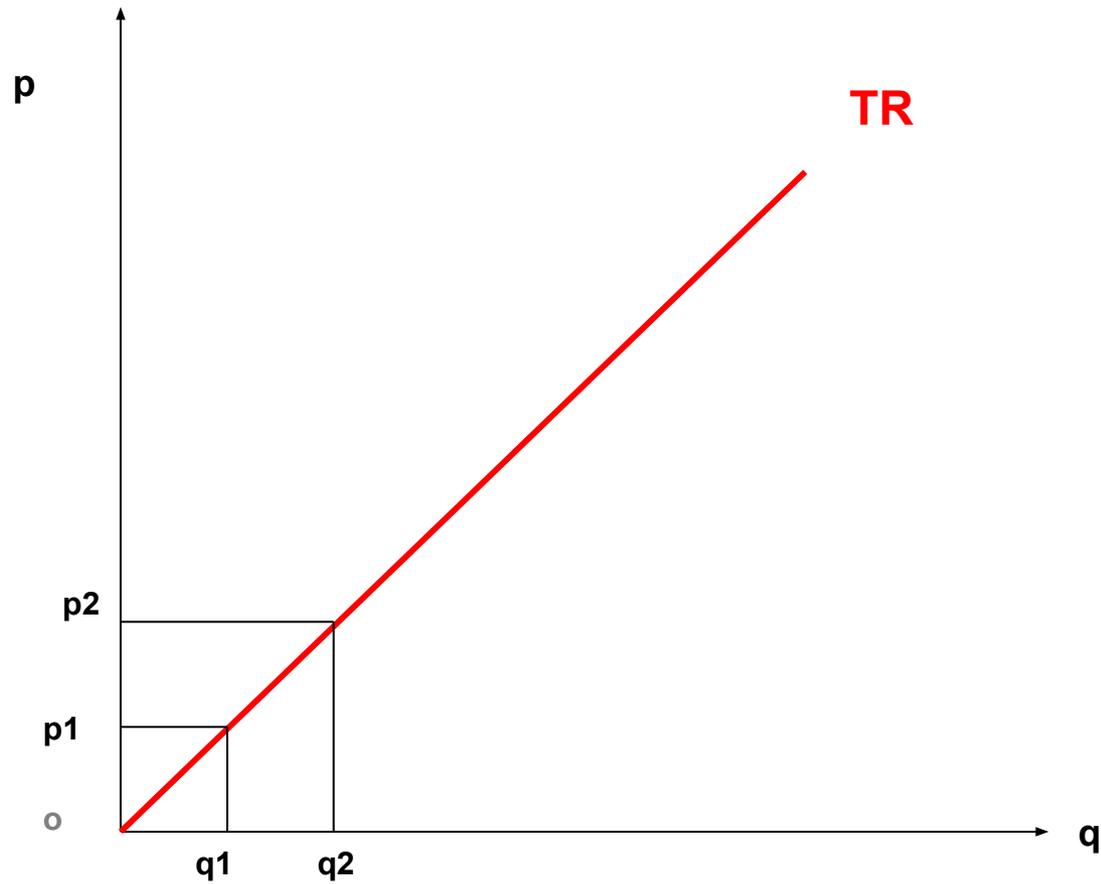


График общего дохода конкурентной фирмы.



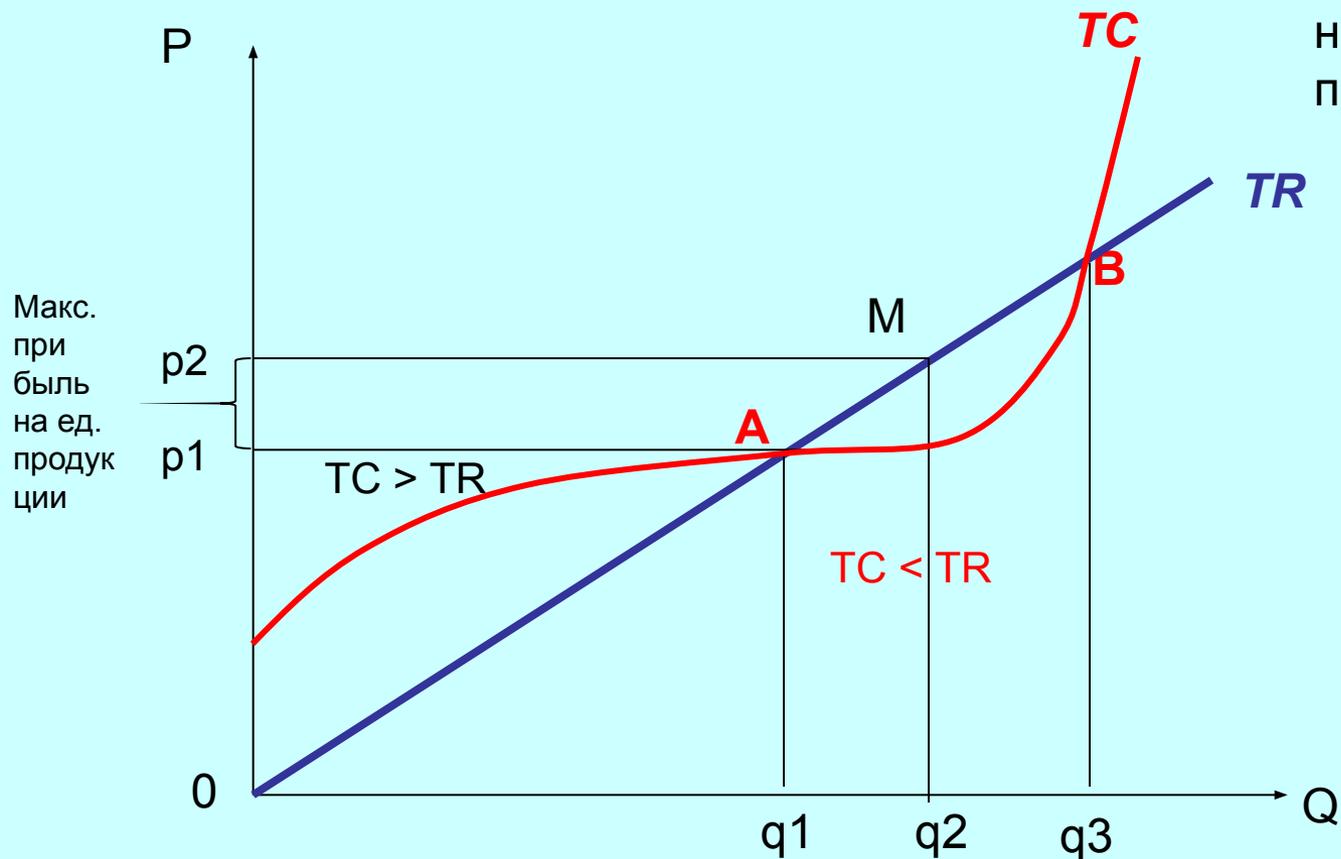
3. Равновесие конкурентной фирмы в коротком периоде.

Равновесием фирмы называется такое её положение, когда она достигает оптимального объёма реализации продукта, при котором её прибыль максимизируется.

*Существует два подхода к решению этой задачи:
первый основан на сопоставлении валового дохода с общими издержками;
второй - на сопоставлении предельного дохода с предельными издержками.
Оба подхода приводят к одинаковым результатам.*

Кривые валового дохода и общих издержек.

A и **B** – точки нулевой прибыли



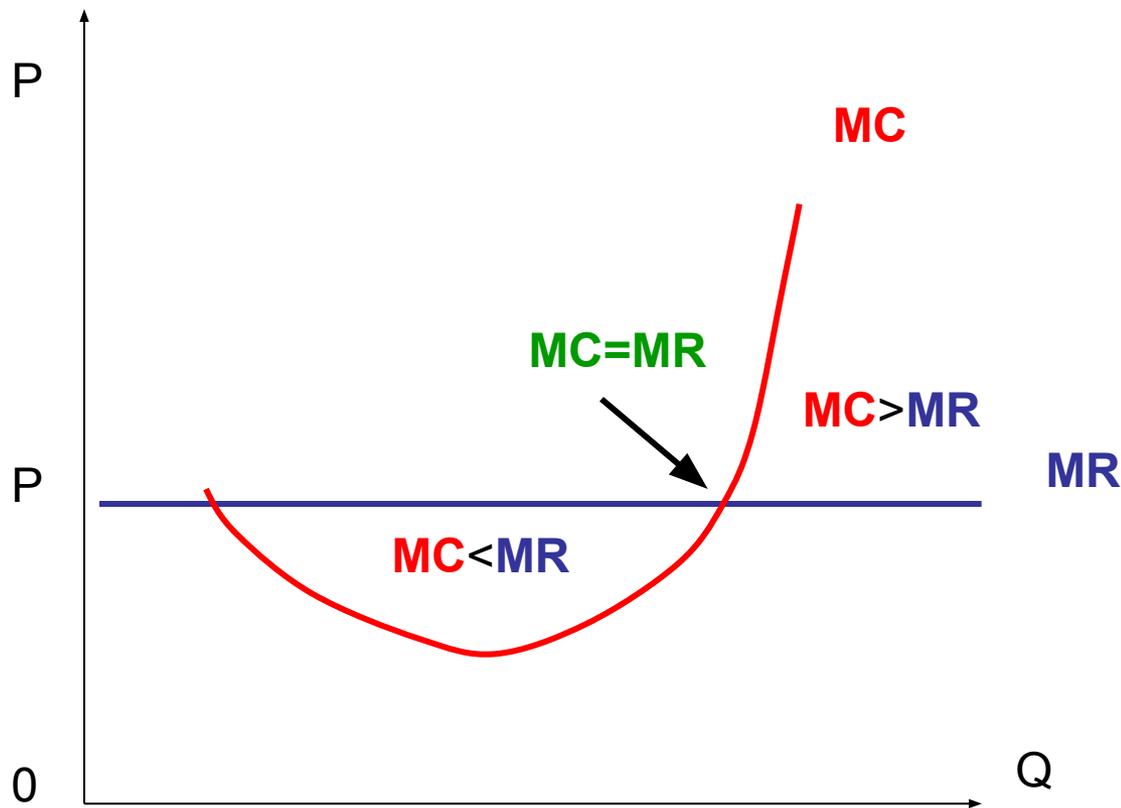
Максимальную прибыль на единицу продукции фирма получает при выпуске объёма продукции Q_2 . Однако, несмотря на то, что дальнейший рост производства приносит всё меньше и меньше прибыли, общий её объём продолжает возрастать вплоть до объёма производства Q_3 , где прибыль пропадает.

Следовательно, максимально возможный общий объём получаемой прибыли в данном производстве достигается в точке B при выпуске продукции в объёме Q_3 .

Оптимальный объём производства равен выпуску продукции, при котором фирма максимизирует прибыль.

**Определить максимальный выпуск продукции, можно также
путем
сопоставления дополнительной выручки от реализации
каждой единицы продукта с дополнительными издержками,
связанными с выпуском этой единицы.**

Кривые предельного дохода и предельных издержек конкурентной фирмы.



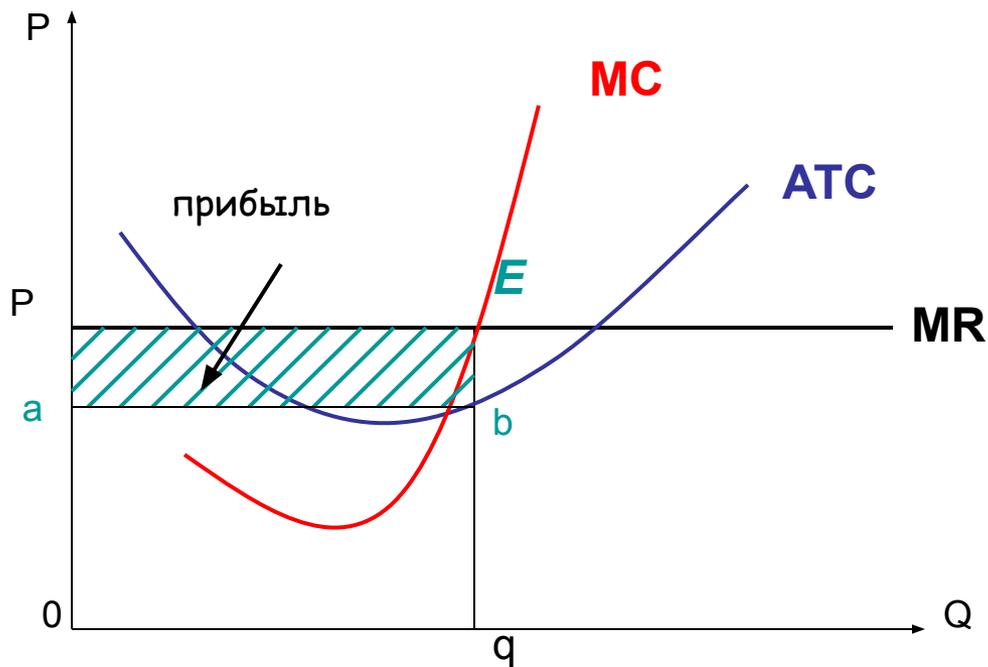
Следовательно, можно сделать вывод, что оптимальный объём выпуска продукции достигается при равенстве предельного дохода предельным издержкам, то есть

$$MC = MR$$

Только на основе правила $MR=MC$ нельзя утверждать, что фирма всегда функционирует в условиях получения прибыли.

В коротком периоде она может выпускать продукцию в условиях получения нулевой прибыли или даже тогда, когда несёт убытки.

Рассмотрим использование правила $MC=MR$ при различных соотношениях цены продукта и средних издержек.



1. Фирма, получающая экономическую прибыль

Фирма находится в состоянии равновесия E, когда производит q единиц продукции. При этом величина средних общих издержек меньше цены продукта $ATC < P$.

Следовательно, образуется прибыль, величина которой представлена площадью прямоугольника arEb.

Его высота bE выражает разницу между ценой и средними общими издержками, или прибыль в расчёте на единицу продукта. Основание прямоугольника av выражает объём выпуска.

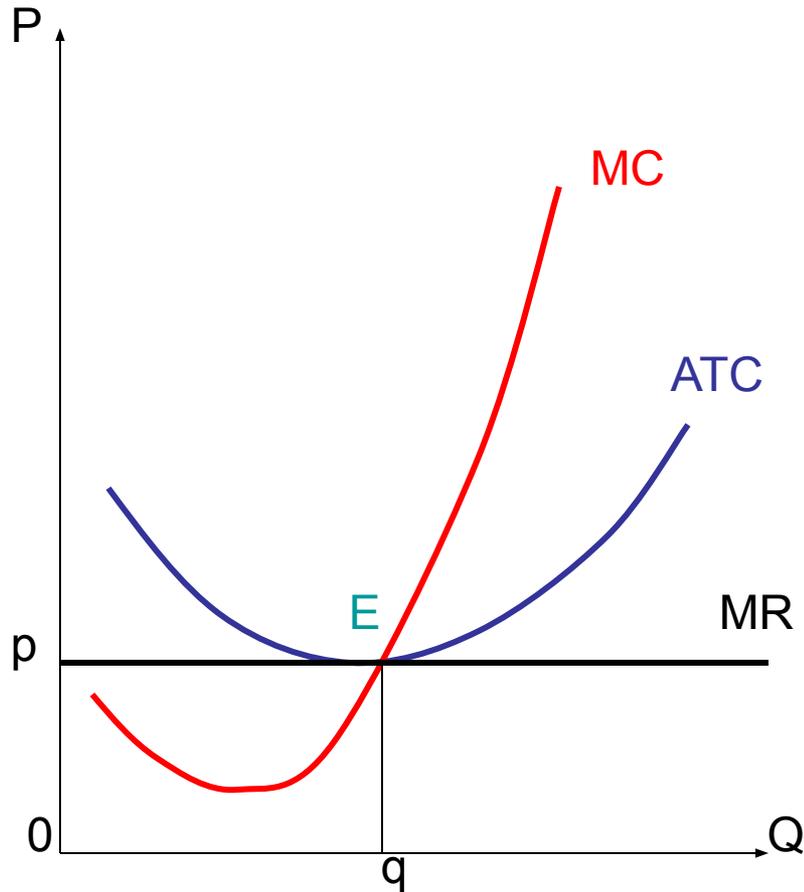
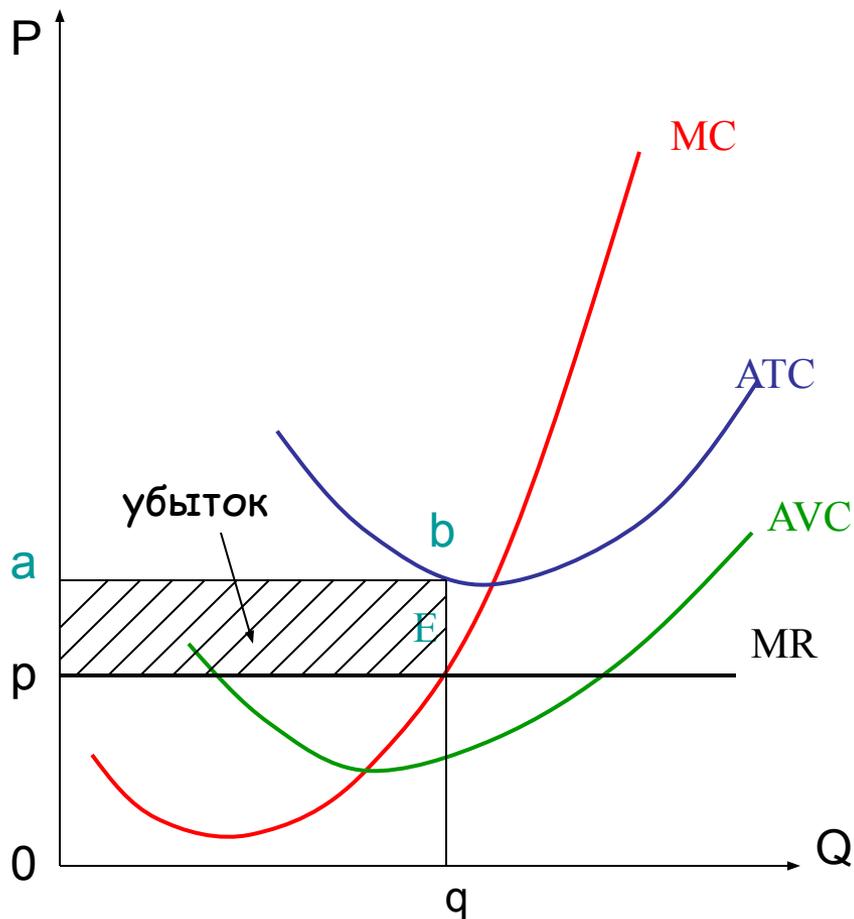


График показывает фирму с **нулевой прибылью**
ATC=p.

Точка E – точка критического объёма производства.
Дальнейшее снижение цены или повышение уровня средних издержек приведёт к тому, что фирма начнёт нести убытки

2. Фирма с нулевой прибылью

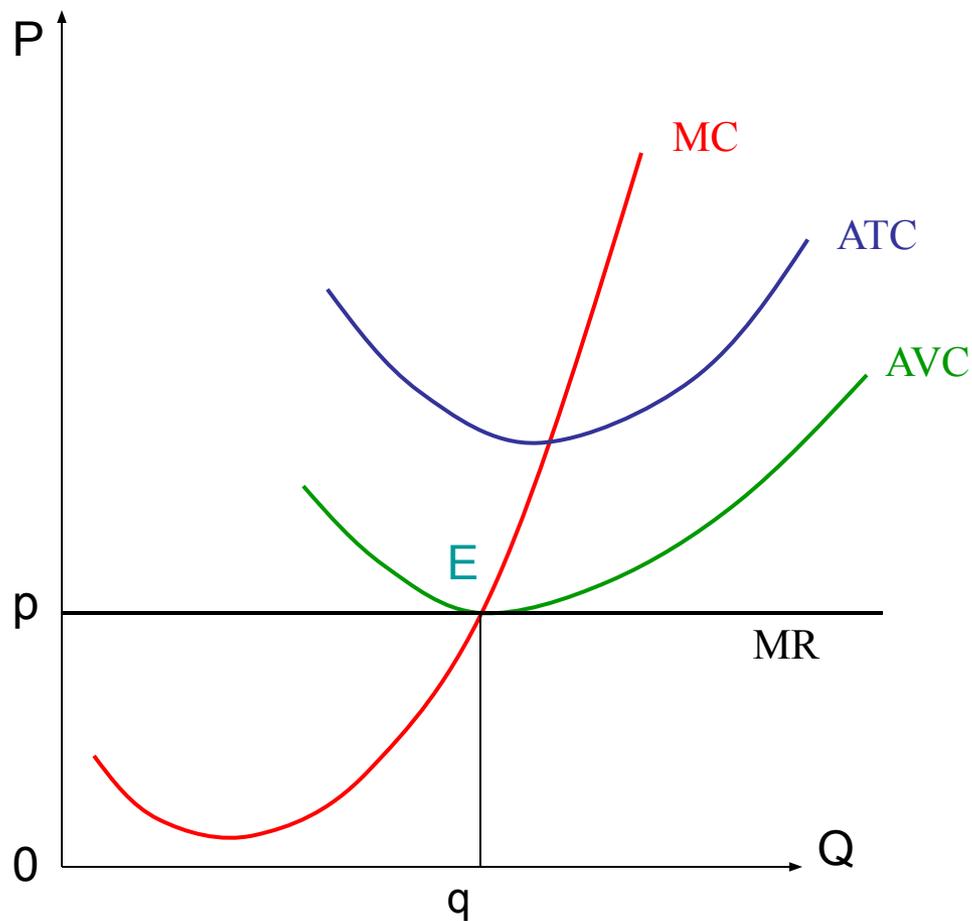


3. Фирма, несущая убытки

Здесь правило $MR=MC$ используется для определения такого объёма выпуска продукции, при котором фирма сможет минимизировать убытки. Она окажется в состоянии равновесия, выпуская q единиц продукта и неся убытки, величина которых выражена площадью прямоугольника равного E .

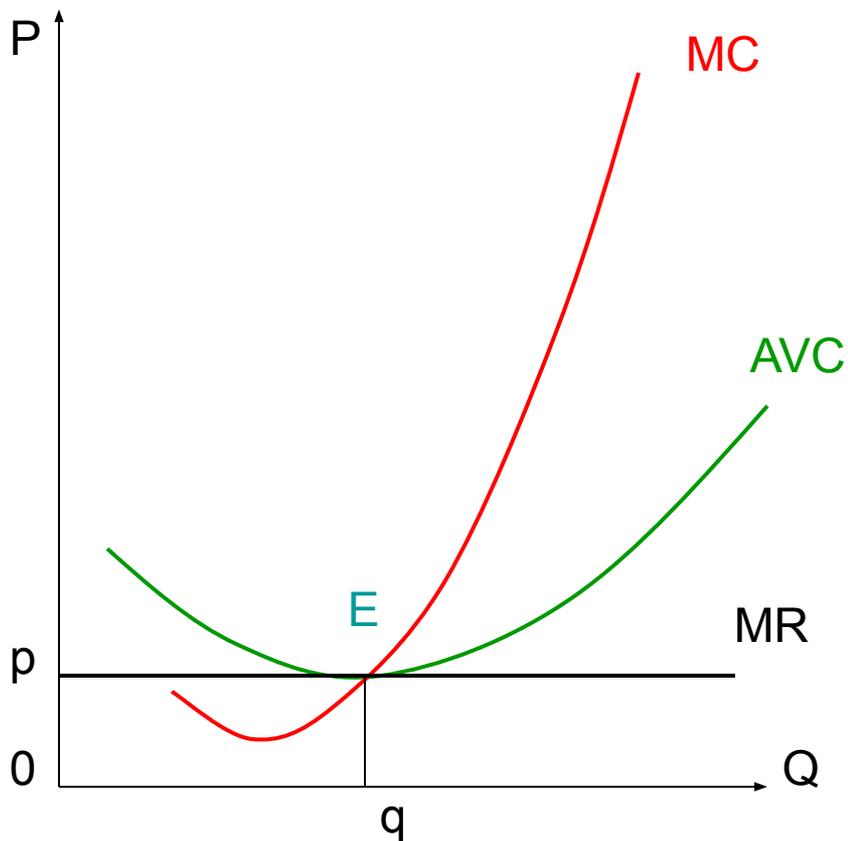
Почему в данном случае фирма продолжает работать, а не прекращает производство, ставшее убыточным?

Если фирма в данной ситуации прекратит производство, то она потеряет те средства, которые уже затрачены и выступают в виде постоянных издержек, - то есть она понесёт потери, превышающие по величине убытки, которые несёт, выпуская продукцию.



4. Фирма, прекращающая производство

Если средние переменные издержки равны цене ($AVC=p$), то фирма вынуждена прекратить работу. Выпуск продукции приведёт к большим потерям, чем его прекращение. В данном случае лучший способ минимизировать убытки – прекращение производства. **Точка E – точка остановки производства.**



Кривая предложения конкурентной
фирмы

Свою кривую предложения конкурентная фирма строит также исходя из правила $MC=P$. Иными словами, **фирма определяет оптимальные объёмы выпуска продукции, двигаясь по кривой MC**. Но кривая предложения совпадает с кривой MC лишь на определённом отрезке последней. Это отрезок кривой MC выше точки её пересечения с кривой AVC - точки E, точки **прекращения операций**.

4. Равновесие конкурентной фирмы в длительном периоде.

В отличие от короткого периода, в течение которого все факторы производства кроме одного фиксированы, долгосрочный период характеризуется тем, что

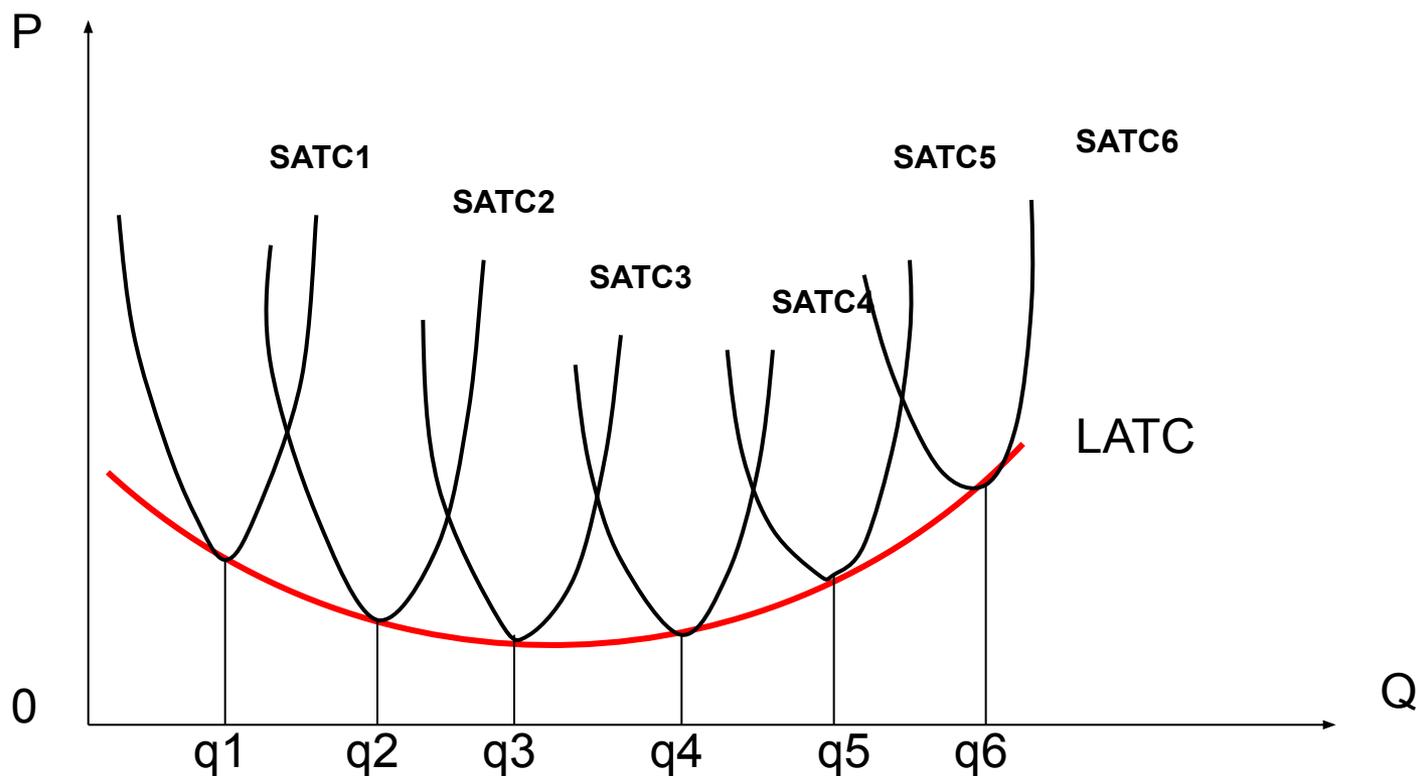
переменными могут оказаться все факторы производства. При этом фирма, естественно, стремится увеличивать объём выпуска таким образом, чтобы издержки на единицу продукции были минимальными.

В долгосрочном периоде *постоянные издержки, не существуют,* а средние переменные издержки становятся равными средним общим издержкам.

То есть, при анализе долгосрочного периода все издержки рассматриваются как общие средние.

Поэтому кривая средних общих издержек фирмы в долгосрочном периоде будет строиться исходя из того количества кривых средних общих издержек короткого периода, какое количество периодов, или масштабов производства рассматривается. Это происходит оттого, что, меняя масштабы производства, фирма переходит от одной кривой средних общих издержек к другой.

Кривая долгосрочных средних издержек LATC будет состоять из участков SATC, соответствующих минимальным затратам для выпуска каждого объёма продукции.



Средние издержки фирмы в длительном периоде

"Эффект масштаба" заключается в том, что на начальном этапе расширения объёмов производства количество добавочных факторов производства даёт возможность повышения специализации производства, внедрения новых технологий, снижения занятости и экономии на маркетинговых мероприятиях.

Фирма может перерасти свой эффективный масштаб производства при имеющемся объёме задействованных факторов производства. Это будет проявляться в росте издержек так называемого "бюрократического контроля" - создании дополнительных структур, росте управленческого аппарата и снижении его эффективности, появлении сбоев в работе сети. Всё это приведёт к росту издержек производства и, соответственно, росту кривой средних общих издержек.

***Эффективным масштабом производства будет такое состояние фирмы, когда при росте объёмов производства издержки выпуска продукции снижаются.
(На графике объём производства от Q1 до Q3).***

Соответственно, неэффективным масштабом производства будет такое состояние фирмы, когда увеличение выпуска продукции сопровождается появлением убытков (Q4 – Q6).

Чтобы оптимизировать деятельность фирмы в долгосрочном периоде и достигнуть долгосрочного равновесия, необходимо выбрать ту кривую средних общих издержек короткого периода, минимум которой будет совпадать с минимумом кривой средних общих издержек долгосрочного периода.

Условия равновесия фирмы в долгосрочном периоде можно выразить:

- $P=MC;$**
- $P=LATC;$**
- $SATC=\min LATC.$**

При соблюдении этих условий, фирма получит возможность максимизировать прибыль в долгосрочном периоде, и у неё будут отсутствовать стимулы к изменению своего рыночного положения.