

раздел 3 **Конкуренция и рыночные решения
фирмы**

тема

**Объективные условия принятия решений о
ценообразовании: теория конкуренции**



Часть 1 ***Рыночное поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции***

План

1. Конкуренция как экономическое отношение
2. Совершенная конкуренция: общая характеристика
3. Решения фирмы совершенного конкурента в краткосрочный (SR) и долгосрочный (LR) периоды функционирования

Литература

- Курс экономической теории / под общ. Ред чепурина М.Н., Киселевой Е.А. – Киров: АСА, 2015, **гл. 6**
- Нуреев Р.М. Основы экономической теории (Микроэкономика) , М.: Норма, 2015, **гл.6**
- Р. Пиндайк, Д. Рубинфельд Микроэкономика М.: Дело, 2010, **гл.8**
- Макконнелл К.Р.. Брю С.Л. Экономикс, М.: Республика **т.2, гл 25**

Вопрос 1 Конкуренция как экономическое отношение



Конкуренция

**- экономическое соперничество
за право получения большей
доли определенного вида
ограниченных ресурсов**



Условия появления конкуренции

- Товарный характер общественного производства
- Экономическая свобода хозяйствующих субъектов
- Дифференцированный социально-экономический статус хозяйствующих субъектов
- Институциональные гарантии экономической свободы

Конкуренция как отношение :

- Предполагает **активное экономическое поведение каждого** субъекта хозяйствования
- Представляет собой **способ соизмерения интересов** участников хозяйственной деятельности
- Выполняет в экономике **функции**:
 - распределительную
 - **регулирующую**
 - **стимулирующую**
 - **санирующую**



Конкуренция как отношение: субъекты

Покупатели: соперничество между потребителями благ за

обладание товаром

Продавцы: соперничество между поставщиками товаров

и услуг

Продавцы и покупатели: торг по поводу цен и объемов покупок (продаж)

Конкуренция покупателей

Борьба среди *покупателей*, которые стремятся приобрести товары по наименьшей цене.

Побеждают те, кто предлагает более высокую цену по сравнению с рыночной





Конкуренция продавцов : сфера

	Внутриотраслевая	Межотраслевая
Субъекты	Предприятия одной отрасли	Предприятия разных отраслей
Предпосылки	Разные индивидуальные издержки	Различие в нормах прибыли по отраслям



Конкуренция продавцов : сфера

Внутри производственного сектора: решение производственных задач

	Внутриотраслевая	Межотраслевая
За что?	За лучшие условия производства	За сферу приложения капитала
Цель	Получение избыточной (экономической) прибыли	Уравнивание норм прибыли в разных отраслях(формирование принципа выгоды : равная прибыль на равный капитал)
Механизм	Совершенствование производства (внедрение достижений НТП)	Переливы капитала:- коммерческие кредиты; - купля(продажа) ценных бумаг;- предоставление ссуд; - диверсификация
Результаты: производство	Снижение издержек; улучшение условий производства	Увеличение разнообразия товаров и услуг; специализация в рамках общества
Результаты:	Формирование рыночной	Формирование различных видов



Конкуренция продавцов: сфера

На рынке: решение экономических задач
(борьба за кошелек потребителя):

- **Функциональная** : производство различных товаров для удовлетворения одной потребности
- **Видовая** : выпуск аналогичных товаров
- **Предметная** : выпуск аналогичных товаров разного качества



Конкуренция продавцов: модель поведения

- **Креативное**: стремление к изменению рыночной ситуации
(структуры спроса и предложения) за счет создания новой конъюнктуры
- **Приспособленческое**: копирование достижений соперни -
ков в кратчайшие сроки
- **Обеспечивающее**: стремление сохранить и стабилизировать достигнутое положение ,улучшить перспективы



Конкуренция продавцов: масштабы

- На местных рынках
 - На локальных рынках
 - Региональная
 - Общациональная
 - Международная



Конкуренция продавцов : характер ведения соперничества

- Фирма-лидер (гордый лев) – агрессивный
- Претендент на лидерство (могучий слон) –осторожный
- Ведомые (неповоротливые бегемоты)- пассивный
- Окопавшиеся в нишах (хитрые лисы) – «уход»



Конкуренция продавцов : способы

Конкуренция

Добросовестная

- Повышение качества продукции;
- Снижение цен («война цен»);
- Реклама;
- Развитие до- и послепродажного обслуживания;
- Создание новых товаров и услуг

Недобросовестная

- **Экономический (промышленный шпионаж);**
- **Подделка продукции конкурентов;**
- **Подкуп и шантаж;**
- **Обман потребителей;**
- **Валютные махинации;**
- **Соккрытие дефектов и т.д.**



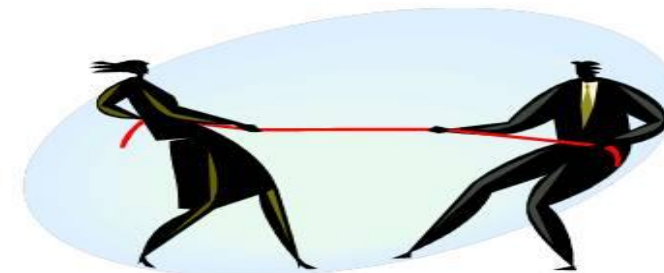
Конкуренция продавцов : способы

Новые формы недобросовестной конкуренции

Перечень форм
НДК в статье 14 Закона
о защите конкуренции
не исчерпывающий

Предлагается закрепление
**новых форм
недобросовестной
конкуренции**, в том числе:

- ✓ имитация дизайна упаковки, иных средств оформления товаров и др. результатов предпринимательской деятельности конкурента
- ✓ использование сложившейся деловой репутации, создание впечатления о причастности к бренду иного хозяйствующего субъекта с целью получения за счет ее использования преимущества в собственной деятельности





Конкуренция как отношение: взаимодействие участников

Виды конкуренции

По степени интенсивности конкуренция может быть:

- **привлекательной** (в данном сегменте субъект качественнее удовлетворяет свои потребности или получает прибыли больше, чем в предыдущем сегменте);
- **умеренной** (когда действия субъекта конкуренции поддерживают конкурентную среду в данном сегменте рынка);
- **ожесточенной** (один субъект конкуренции поглощает, уничтожает либо вытесняет другого из данного сегмента).



Конкуренция как отношение : методы

МЕТОДЫ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ

Ценовая конкуренция

Борьба за получение дополнительной прибыли на основе уменьшения издержек производства, снижения цен на товары без изменения их ассортимента и качества

Использование вне рыночных форм борьбы

Финансовые махинации, спекуляция ценными бумагами, промышленный шпионаж, давление через гос. органы, физическое устранение конкурента и др.

Неценовая конкуренция

Изменение свойств товара и придание ему качественно новых свойств, создание товаров - субститутов, послепродажное техническое обслуживание, реклама

Конкуренция: цели соперничества

- Устранение соперника с рынка (уничтожение)



Конкуренция : цели соперничества

Вытеснение соперника
с рынка (подавление)



Конкуренция: цели соперничества

- Подчинение конкурента своим целям (слияние)



Общие условия конкурентной борьбы:

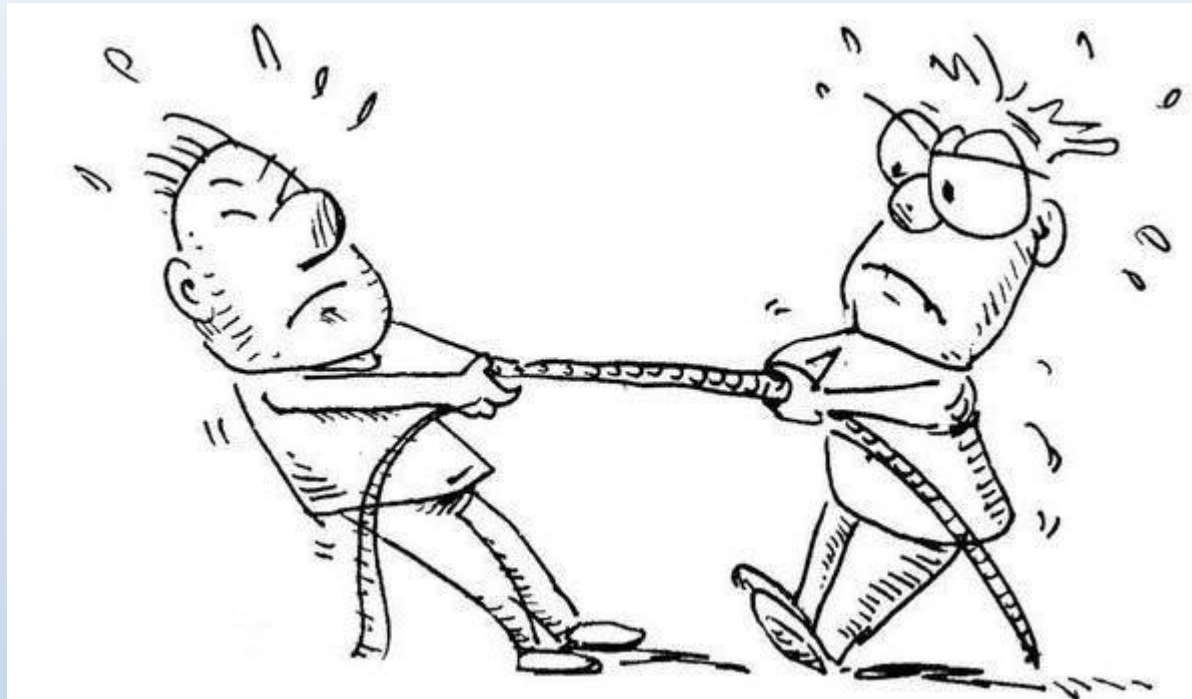
- **Число и размеры фирм (n), количество покупателей (m)**
- **Тип продукта (степень сходства или различия товаров):**
 - однородные товары
 - дифференцированные товары
- **Условия вступления в отрасль:**
 - легко войти (**нет** барьеров)
 - доступ в отрасль затруднен (**есть** барьеры)

Общие условия конкурентной борьбы

- **Доступность рыночной информации:**
 - симметричная (доступ - свободный и равный **для всех**)
 - не симметричная (доступ – ограничен)
- **Контроль над ценой** (над механизмом формирования цены):
 - нет (свободное ценообразование в результате торга)
 - есть(продавец или покупатель формирует цену сам)

Общие условия конкурентной борьбы

- **Наличие неценовой конкуренции** (основана на дифференциации продукта)



Вывод:

Общие условия конкурентной борьбы
формируют ***модель рынка***
(типы конкурентных рыночных структур)

Типы рыночных структур



Контрольные вопросы



Выбрать номер правильного ответа

Обязательным условием появления конкуренции

не является:

1. Наличие экономической свободы участников хозяйственной деятельности
2. Высокий уровень специализации производителей благ
3. Развитое товарное хозяйство
4. Существование регламентированных государством правил и норм конкурентной борьбы

Выбрать номер правильного ответа

Конкуренция как экономическое отношение представляет собой:

1. Отношения по поводу удовлетворения потребностей
2. Отношения по поводу обмена продуктами
3. Отношения соперничества за лучшие условия реализации своих экономических интересов
4. Отношения по поводу выбора средств самореализации

Выбрать номер правильного ответа

Вариант 1

*Борьба за прибыль путем
путем
снижения издержек без
ассортимента
изменения ассортимента отно-
относится к :
сится к :*

1. неэкономическим методам
3. к неценовым методам

Вариант 2

*Борьба за прибыль
изменения
продукции*

2. не добросовестным методам
4. к ценовым методам

Выбрать номер правильного ответа

Вариант 1

Поджог точек розничной торговли конкурента относится к:

Вариант 2

Маркировка своего товара этикетками конкурента относится к:

1. К добросовестной форме конкуренции
2. К ценовым методам конкурентной борьбы
3. К недобросовестной форме конкурентной борьбы
4. К неценовым методам конкуренции

Выбрать номер правильного ответа

Производители товаров-субститутов участвуют в конкурентной борьбе:

- 1.внутриотраслевой
- 2.межотраслевой
- 3.региональной
- 4.видовой
- 5.все ответы –верные

К размышлению (бонус=4 баллам)

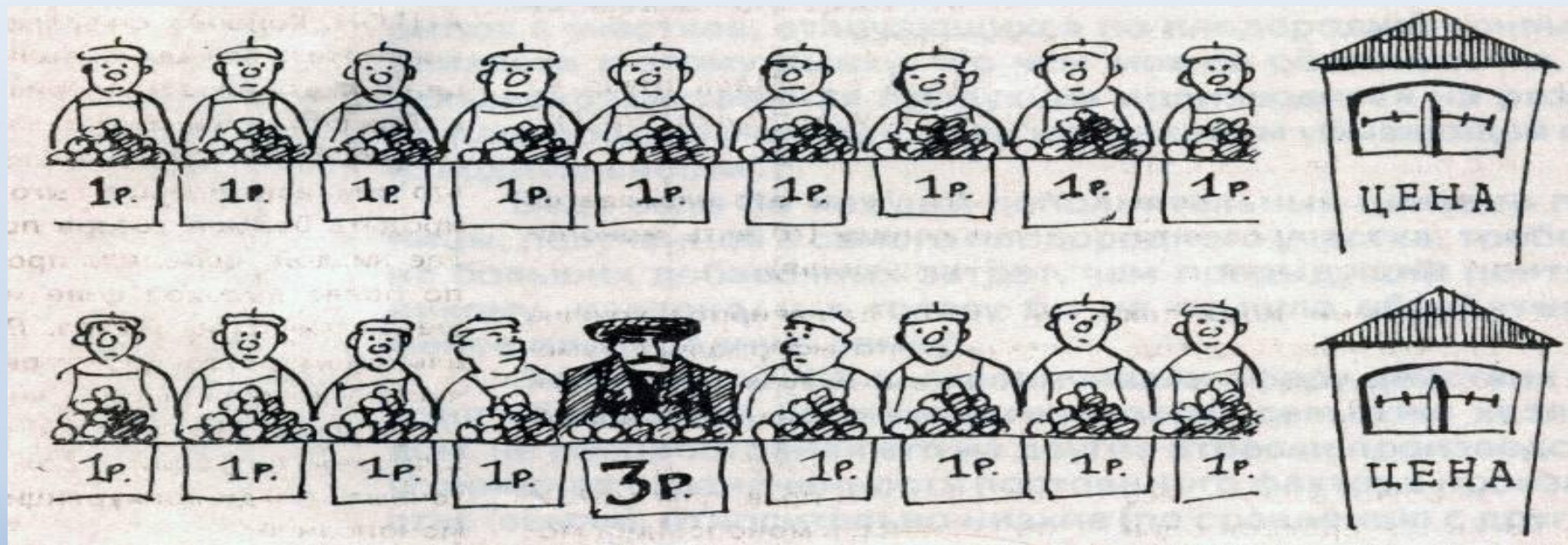
Какие: модели рыночного поведения, способы и методы ведения конкурентной борьбы фирм, а так же характер ведения конкуренции наиболее эффективны для фирмы в современных условиях?

Вопрос 2

Совершенная конкуренция: общая характеристика

Совершенная конкуренция – конкуренция в условиях, когда неограниченное количество продавцов и покупателей встречаются

на рынке, причем никто в отдельности или в коалиции



Параметры рынка совершенной конкуренции:

- Участники: фирм : $n > 100$ (фирмы- мелкие) ;
покупателей: $m > 100$
- Продукт: *однородный*
- Барьеры вступления в отрасль : **нет**
- Информация: *симметричная*
- Контроль над ценой : **нет**
- Неценовая конкуренция: **нет(однородный продукт)**

Фирма в условиях совершенной конкуренции: **особенности спроса**

Для покупателя все фирмы *одинаковы*; товар – **одинаковый** поэтому безразлично у кого покупать;

СПРОС НА ПРОДУКТ ФИРМЫ СОВЕРШЕННО ЭЛАСТИЧЕН!

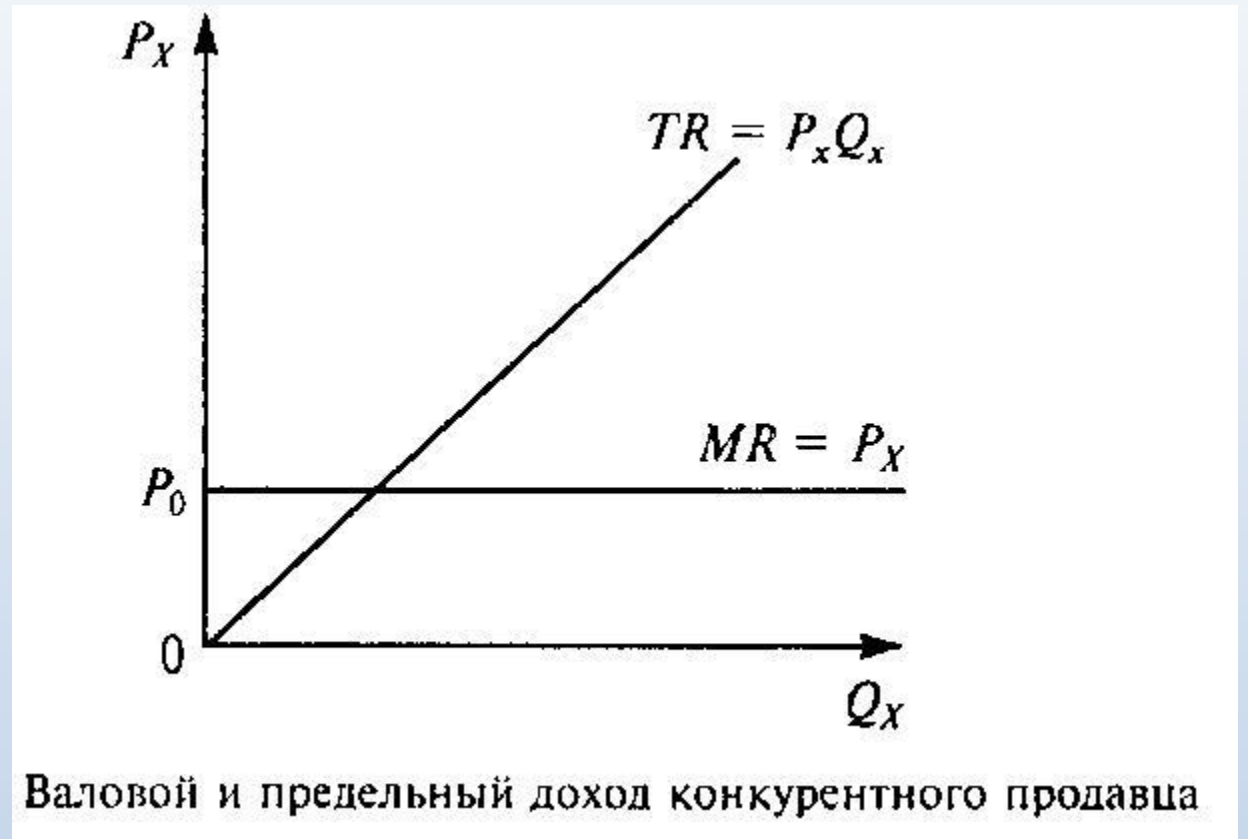


ДОХОД ФИРМЫ

Фирме-совершенному конкуренту *цена задана рынком* (**своей ценовой политики нет**), поэтому:

$$TR = pQ$$

$$AR = MR = p$$



Контрольные вопросы



Выбрать номер правильного ответа

Вариант 1

В условиях совершенной конкуренции на рынке действуют n фирм ; m покупателей товаров:

1. $n = 1 ; m = 1$

2. $n > 100 ; m > 100$

дифференцированные

Вариант 2

В условиях конкуренции фирмы на фирмы доставляют

1. однородные

2.

Выбрать номер правильного ответа

В условиях совершенной конкуренции у фирмы НЕТ СВОЕЙ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ потому, что:

1. Она лишена экономической свободы
2. Ее доля в предложении отрасли слишком мала
3. Возможное влияние фирмы на цену сдерживается законодательно
4. Цены диктует потребитель

Выбрать правильный ответ

На рынке веников сложилась ситуация: спрос в неделю составлял $Q = 20 - 2p$; рыночное предложение $Q = -4 + p$. Фирма продает 12 веников в неделю.

Вариант 1

Общая выручка фирмы (TR):
фирмы (MR):

1. TR = 25
2. TR = 32
3. TR = 48
4. TR = 96

Вариант 2

Предельная выручка

1. MR = 4
2. MR = 6
3. MR = 8
4. MR = 10

Выбрать номер правильного ответа

На рынке веников отраслевой спрос в неделю составлял $Q = 20 - 2p$. Ориентируясь на рыночный спрос фирма совершенный конкурент может обеспечить себе **выручку**:

1. $TR = Qp$
2. $TR = Q(20 - Q)/p$
3. $TR = Q(20 - Q)/2$
4. $TR = (20 - 2p)Q$

Вопрос 3 Решения фирмы совершенного конкурента в (SR) и (LR)

Рыночное поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции требует принятия хозяйственных решений:

- *Производить* или нет? (определяется размерами FC)
- Если да, то – *сколько?* ($Q=?$)
- Каким будет *результат*: прибыль? Убыток?
- *Как* надо действовать в :
короткий период- *можем только менять издержки*
долговременный период- *вступаем или выходим из отрасли?*

Фирма в (SR)

В краткосрочный период фирма:

- Работает в *стабильной* обстановке : числ фирм в отрасли не меняется;
- Имеет постоянный масштаб ($K=const$);
- Может манипулировать *только* переменными издержками (VC);
- Стремится получить **экономическую прибыль** : $TR-TC > 0$



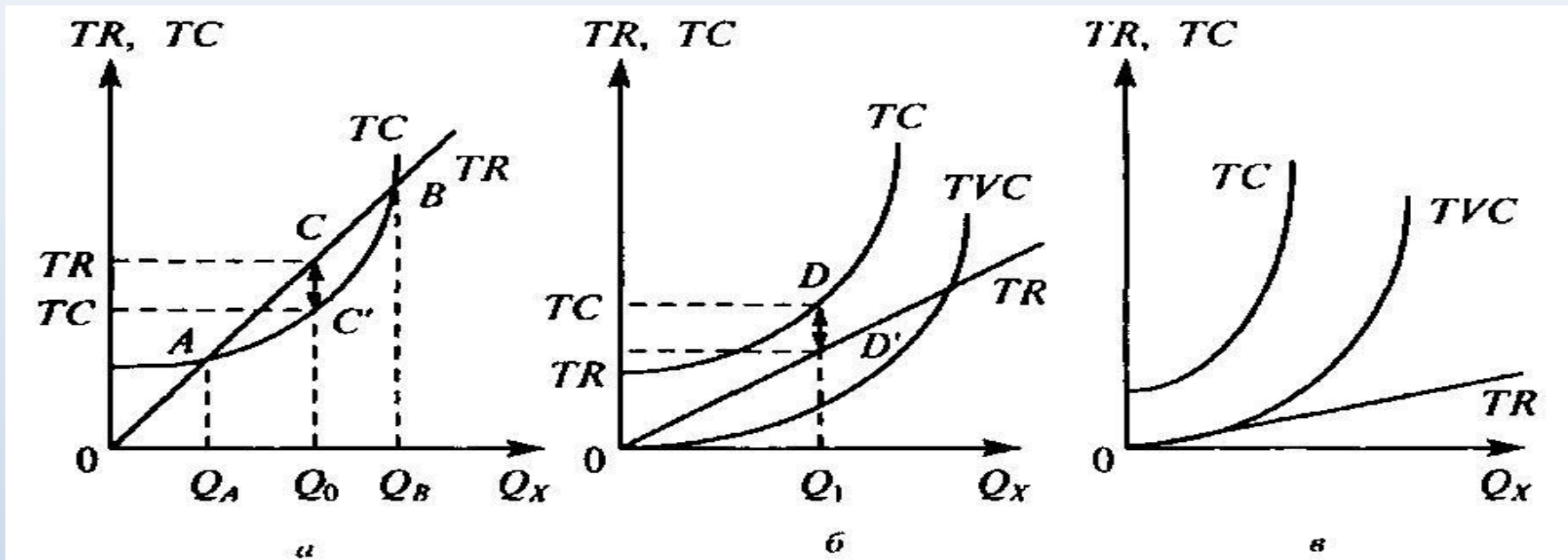
Решения фирмы в (SR)

В краткосрочный период фирма :

- *не может повлиять на размер цены* (ее доля в отраслевом предложении на рынке очень мала);
- *вынуждена подстраиваться под заданную рынком цену*
- *должна определить оптимальный объем своего предложения на рынок ($Q = \text{optim}$)*
- *принимает решения на базе анализа соотношения издержек и выручки*

Решения фирмы в (SR)

Методика сопоставления абсолютных величин :
совокупного дохода и совокупных издержек (TR,TC)



Определение оптимального объема производства конкурентной фирмы
в краткосрочном периоде методом сопоставления совокупного дохода и совокуп-
ных издержек

Решения фирмы (SR)

Методика сопоставления взвешенных (относительных) величин: p , ATC , MC , MR , AR :

Каждый дополнительный товар обходится фирме в MC , а при продаже приносит $MR=p$

Производить **выгодно**, пока $MC = MR$



Правило принятия эффективных решений

***Пока дополнительные затраты
компенсируются дополнительным
доходом
от продаж, фирма получает
экономическую
прибыль***

Решения фирмы в (SR)

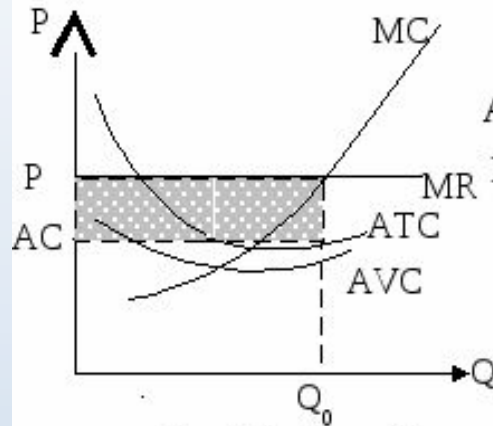


Рис. 3.5. Случай

максимизации прибыли

$P - AC$ – прибыль на единицу продукции; заштрихованный прямоугольник – совокупная максимальная прибыль

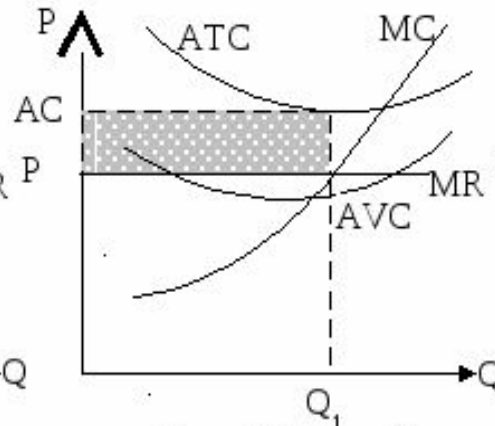


Рис. 3.6. Случай

минимизации убытков

$AC - P$ – убытки на единицу продукции; заштрихованный прямоугольник – совокупные убытки

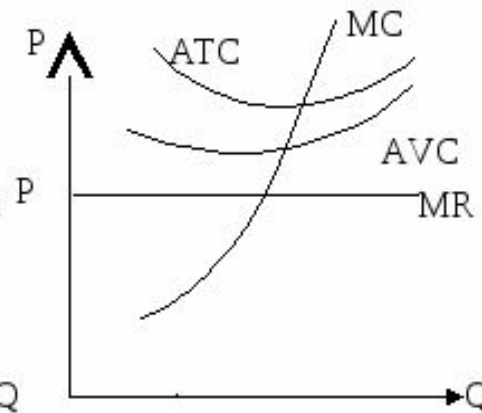


Рис. 3.7. Случай закрытия

Если цена P не покрывает минимального значения средних переменных издержек, то фирме следует закрыться

Решения фирмы в (SR)

- **Случай равновесия фирмы:**

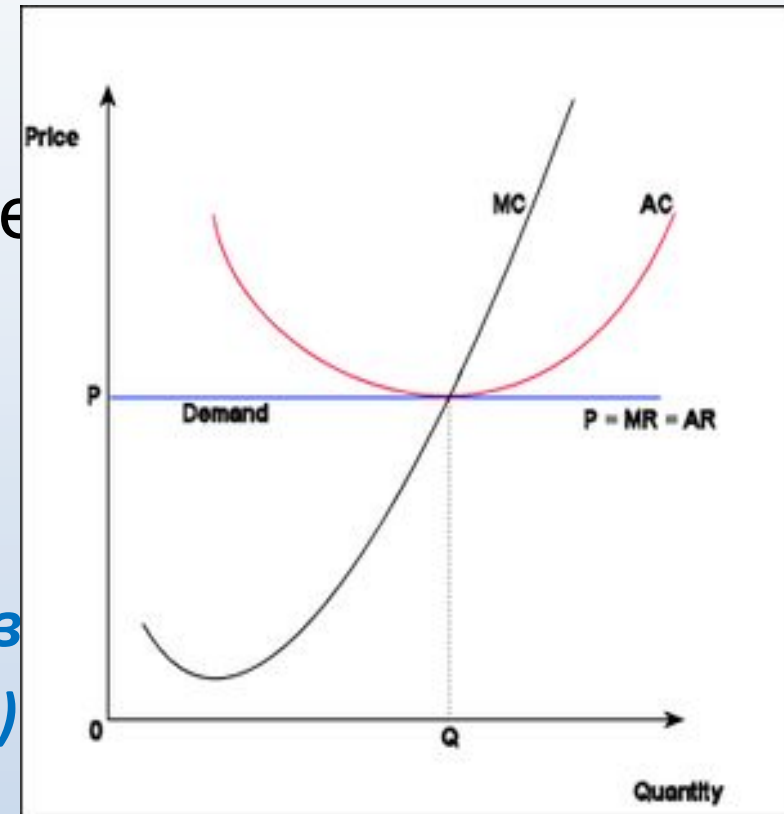
$$AC = (MC = MR) = AR = p$$

Издержки: AC-средние; MC-предельные

P-рыночная цена

Примечание:

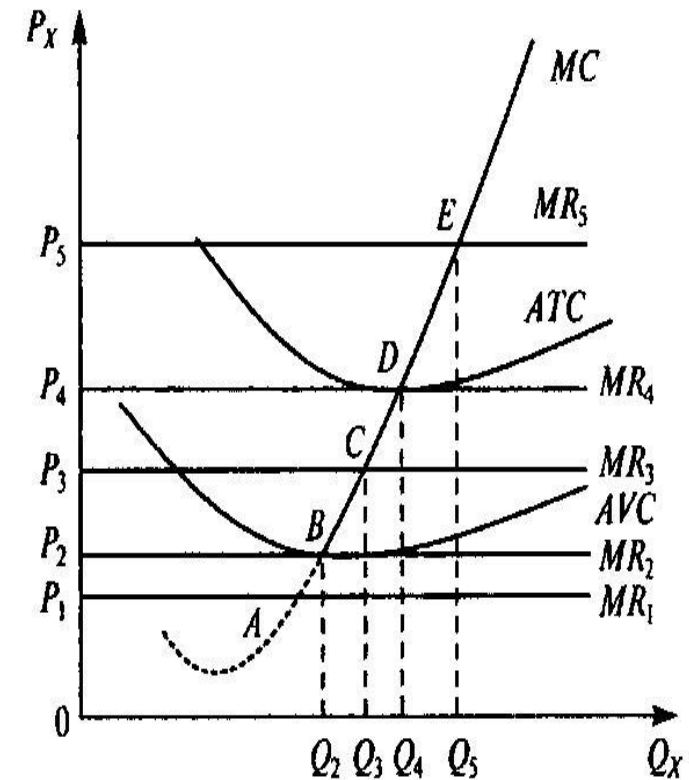
при $AC = (MC = MR) = AR = p$ фирма обеспечивает оптимальный масштаб производства (Q)



Выводы

В (SR) фирма совершенный конкурент:

- приспособливается к отрасли **изменением издержек**
- Формирует индивидуальное предложение товара на рынок **восходящая ветвь кривой MC от $AVC = \min$**
- **Цель** фирмы в (SR) - получение **экономической прибыли : $TR - TC > 0$**



Кривая индивидуального предложения отдельной фирмы

Контрольные вопросы



Выбрать номер правильного ответа

Вариант 1

Совершенно конкурентная конкурентная фирма в равновесии в SR, если если соблюдается условие :

1. $TR=p$
2. $TC=FC$
3. $TR=TC$
4. $TR=VC$

Вариант 2

Совершенно фирма в равновесии в SR, соблюдается условие:

1. $MC=VC$
2. $AC=MC$
3. $MR=MC$
4. $MR=AVC$

Выбрать номер правильного ответа

На рынке веников сложилась ситуация: **спрос** в неделю составлял $Q = 20 - 2p$; рыночное **предложение** $Q = -4 + p$. (Q -объемы; p - цена, руб) Фирма продает 12 веников в неделю; ее издержки $TC = 72$ руб.

Вариант 1

В этих условиях фирма имеет:
фирмы:

1. убыток: $TR < TC$
2. Равновесие: $TR = TC$
3. Прибыль: $TR > TC$

Вариант 2

В этих условиях у

1. равновесие: $TR = TC$
2. убыток: $TR - TC = -24$
3. прибыль: $TR - TC = 24$

Выбрать номер правильного ответа

***В SR фирма-совершенный конкурент
приспосабливается
к отрасли путем:***

1. изменения объемов предложения на рынок
2. изменения масштабов фирмы
3. изменения издержек фирмы
4. входа-выхода из отрасли в зависимости от рыночной конъюнктуры

Выбрать номер правильного ответа

Функция издержек совершенно конкурентной фирмы в (SR)

$$TC = Q^2 + 4Q + 16$$

Вариант 1

Оптимальный объем выпуска которой

фирмы:

1. $Q = 8$

2. $Q = 6$

3. $Q = 4$

Вариант 2

Рыночная цена, при

фирма в равновесии в (SR):

1. $p = 16$

2. $p = 14$

3. $p = 12$

К размышлению (бонус 6 баллов)

- Фирма совершенный конкурент производит табуретки и имеет следующие параметры работы (см. табл.)

ТС, тыс.ря	25	60	105	160	225
Q, тыс.шт	5	10	15	20	25

К размышлению (бонус 6 баллов)

Фирма совершенный конкурент производит табуретки и имеет следующие параметры работы (см. табл.) В начале года ситуация на рынке табуреток описывалась зависимостями: ($Qd_1 = 40 - 3p$; $Qs_1 = - 4 + p$) , к концу года ситуация изменилась- ($Qd_2 = 56 - 3p$; $Qs_2 = 28 + p$).

ТС, тыс.р	25	60	105	160	225
Q, тыс.шт	5	10	15	20	25

Оценить положение фирмы на рынке на начало и на конец года

Решения фирмы в (LR)

Особенности долговременного периода:

Для отрасли:

- число фирм , работающих в отрасли, меняется произвольным образом: вход и выход не ограничены ;
- все работающие в отрасли фирмы изменяют все виды своих издержек произвольным образом в целях обеспечения прибыльности;

Решения фирмы в (LR)

Для фирмы:

- все издержки фирмы носят **переменный** характер:

$$TC(sr) = VC$$

- фирма *приспосабливается* к изменяющимся условиям работы в отрасли путем **входа или выхода** из нее

- экономическое поведение фирмы- **модель «средняя фирма»**

Модель «средняя фирма» в (LR)

- (LR) рассматривается фирмой как множество последовательных (SR);
- У фирмы издержки такие же, как и у других фирм;
- Фирма ведет себя *рационально*: в каждом (SR) из составляющих (LR) стремится получить экономическую прибыль;

Модель «средняя фирма» в (LR)

- Для обеспечения желаемого результата фирма осуществляет *производственные переменные* : несет *LMC-* *LMC-* дополнительные издержки по усовершенствованию

работы фирмы в условиях, когда можно менять ВСЕ ресурсы

оптимальным образом для снижения издержек

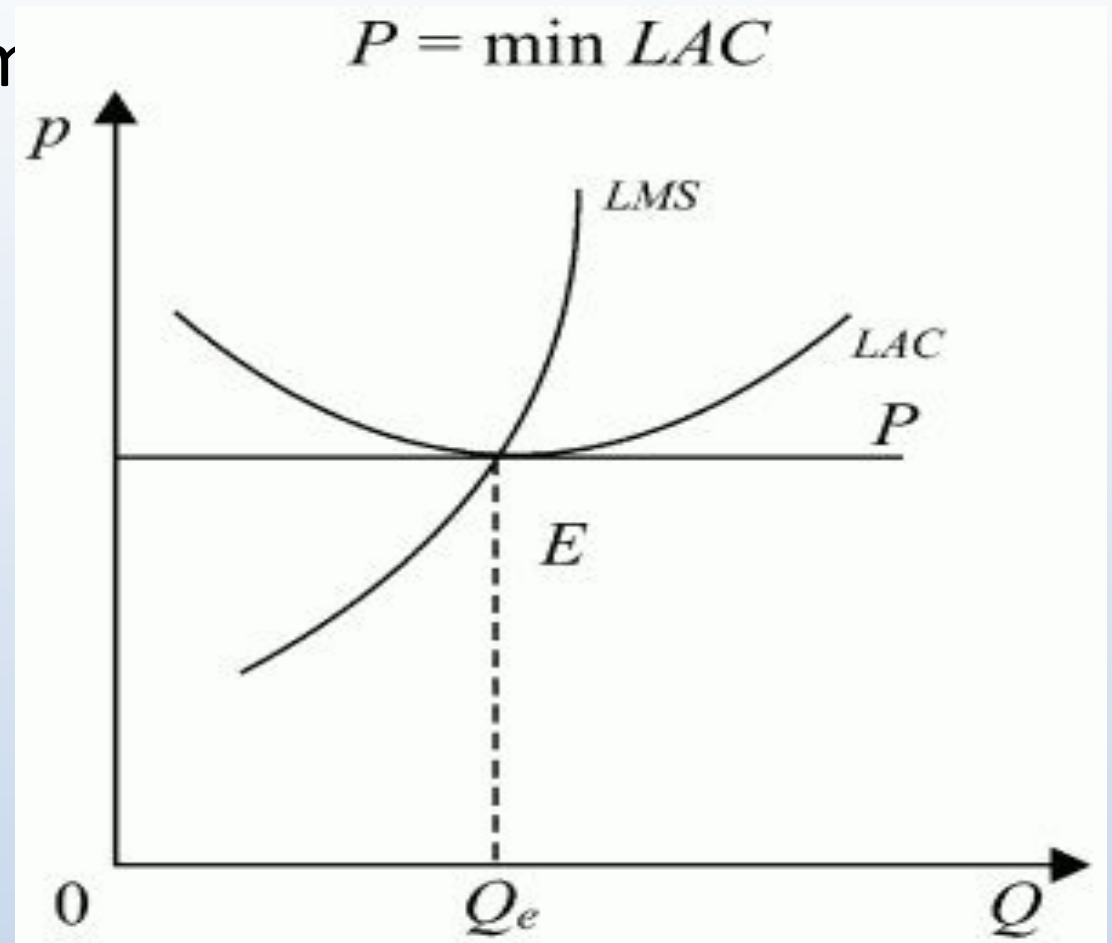
Решение об оптимальном в LR объеме производства-

двухшаговая процедура : - определение *optim Q*

«Двухшаговая процедура»

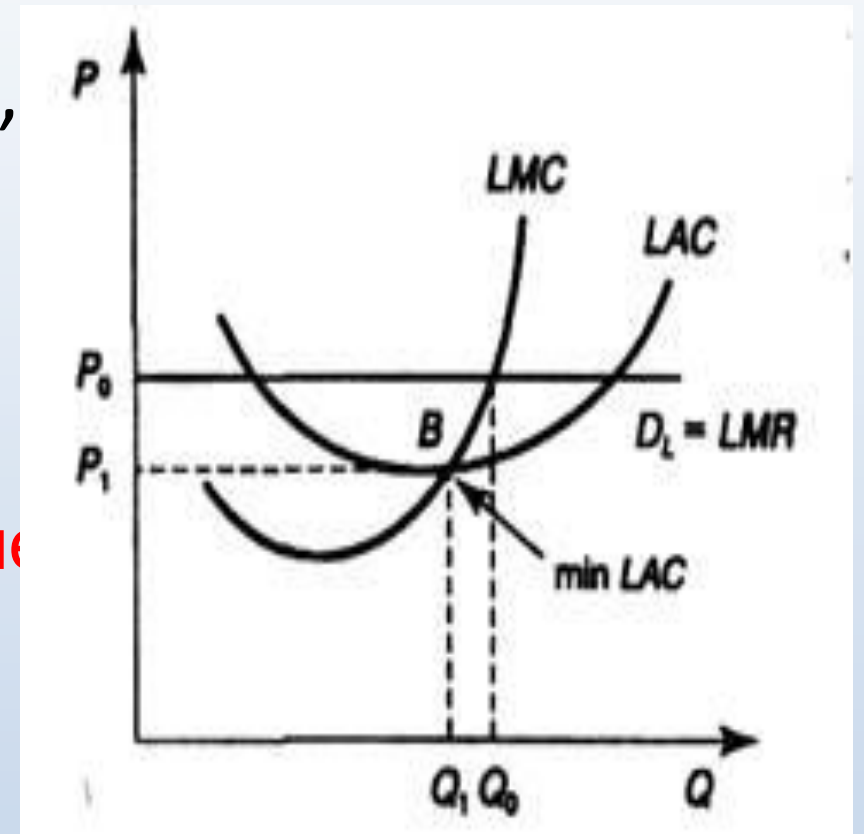
- **Шаг 1** : определение $Q = \text{optim}$
сопоставление LAC и LMC

при $LAC = LMC$ $Q = \text{optim}$



«Двухшаговая процедура»

- **Шаг 2** : проверка прибылью : сопоставление рыночных цен (p) и LAC, принятие стратегических решений:
 - $P > LAC$ - экономическая прибыль, *вступление в отрасль*
 - $P = LAC(\min)$ – **безубыточность** (равновесие)
 - $P < LAC$ – убытки, *выход из отрасли*



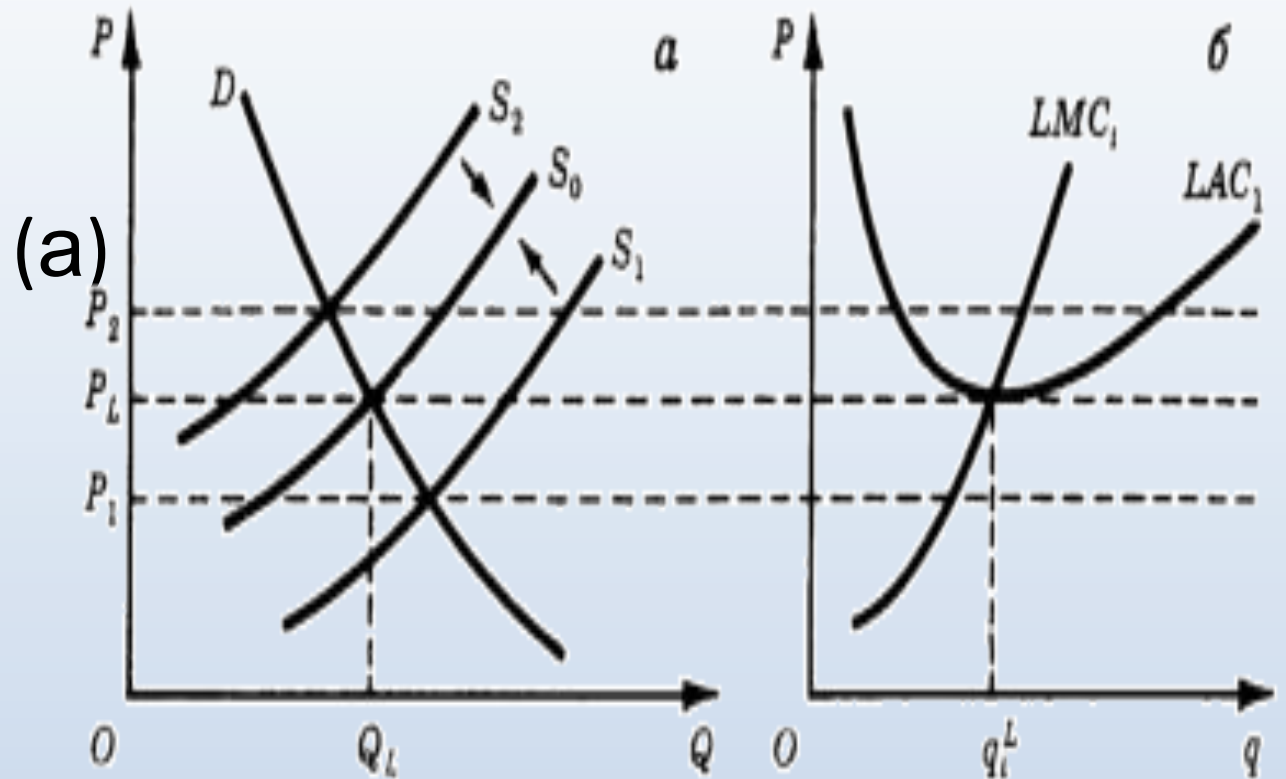
Закономерности экономического поведения фирм в (LR)

- Массовое *вступление* фирм в отрасль

ликвидирует прибыли (а)

- Массовый *выход* фирм из отрасли

ликвидирует убытки (б)



Выводы

В (LR) фирма совершенный конкурент :

- Принимает решения о входе или выходе из отрасли;
- Имеет возможность изменять все виды своих издержек для минимизации затрат ;
- Определяет не только ($Q=optim$), но и **цену безубыточности** $p=LAC (min)$
- **Стремится к безубыточности при любой рыночной конъюнктуре**

Контрольные вопросы



Выбрать номер правильного ответа

Какую из проблем НЕ РЕШАЕТ фирма в условиях

совершенной конкуренции :

1. Следует производить?
2. Сколько производить?
3. Какова будет прибыль?
4. Как минимизировать убытки?
5. Как преодолеть неценовую конкуренцию?
6. Как преодолеть ценовую конкуренцию?

Выбрать номер правильного ответа

Утверждение: **« Экономическое поведение фирм в коротком или долгосрочном периоде НИЧЕМ не отличается, т.к. фирма стремится вести себя рационально» :**

1. Верно
2. Не верно
3. Может быть верным при определенных условиях

Выбрать номер правильного ответа

Вариант 1

*Выручка фирмы и ее издержки в LR:
издержки*

*соответственно: $TR = -4Q^2 + 6Q + 12$
 $+6Q + 12$*

*$TC = Q^2 - 14Q + 30$. Прибыль фирмы
составляет:*

1. $\Pi = 1$

2. $\Pi = 2$

3. $\Pi = 3$

4. $\Pi = 4$

1. $Q = 4$

2. $Q = 3$

3. $Q = 2$

4. $Q = 1$

Вариант 2

Выручка фирмы в LR и ее

соответственно: $TR = -4Q^2$

*$TC = Q^2 - 14Q + 30$. Оптимальный
объем выпуска равен:*

Выбрать номер правильного ответа

Отраслевой спрос описывается уравнением $Q = 2500 - 10p$. Общие издержки каждой фирмы $TC_i = 16 + 10Q_i + Q_i^2$. Отрасль и фирмы – в состоянии **долгосрочного равновесия** (получают только нормальную прибыль)

Вариант 1

Рыночная цена реализации продукции:
фирмы :

1. $p = 9$

2. $p = 11$

3. $p = 14$

4. $p = 18$

Вариант 2

Объем выпуска отдельной

1. $Q = 18$

2. $Q = 16$

3. $Q = 9$

4. $Q = 4$

Выбрать номер правильного ответа

Отраслевой спрос описывается уравнением $Q = 2500 - 10p$. Общие издержки каждой фирмы $TC_i = 16 + 10Q_i + Q_i^2$. Отрасль и фирмы – в состоянии **долгосрочного равновесия** (получают только нормальную прибыль)

Вариант 1

Общий выпуск отрасли:

- | | |
|----------------|---------------|
| 1. $Q = 1890$ | 3. $Q = 1460$ |
| 2. $Q = 10000$ | 4. $Q = 2320$ |

Вариант 2

Число фирм в отрасли:

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. $n = 150$ | 3. $n = 200$ |
| 2. $n = 320$ | 4. $n = 580$ |

Выбрать номер правильного ответа

***Массовый отток фирм из отрасли в
долговременный период приведет к :***

1. увеличению издержек фирм
2. ликвидации прибылей у фирм
3. увеличению цены товара
4. росту спроса на товар

Благодарю за внимание!

Задавайте вопросы