

Кафедра МБФ
Преподаватель: Корнейко О.В. , к.э.н., доцент

Тема 10: **Чистая конкуренция**



План

1. Характерные черты основных моделей рынка.
2. Равновесие конкурентной фирмы в краткосрочный период.
3. Максимизация прибыли в долгосрочном периоде.

Типы границ рынка

- **Продуктовые границы** - отражают способность товаров заменять друг друга в потреблении.
- **Временные границы** - характеризуют исследуемый временной интервал, а также границы эксплуатации продаваемого товара.
- **Локальные границы** - определяют пространственные границы рынка.



В качестве критериев определения границ отраслевого рынка Э.Чемберлин предложил коэффициенты перекрестной эластичности, а именно оценивается:

- взаимозаменяемость товара - с помощью коэффициента перекрестной эластичности спроса на товар по цене товара-заменителя;
- взаимозависимость фирм-производителей товара - с помощью коэффициента перекрестной эластичности цены данного товара по объему выпуска товара-заменителя.

Чем выше значения коэффициентов перекрестной эластичности, тем:

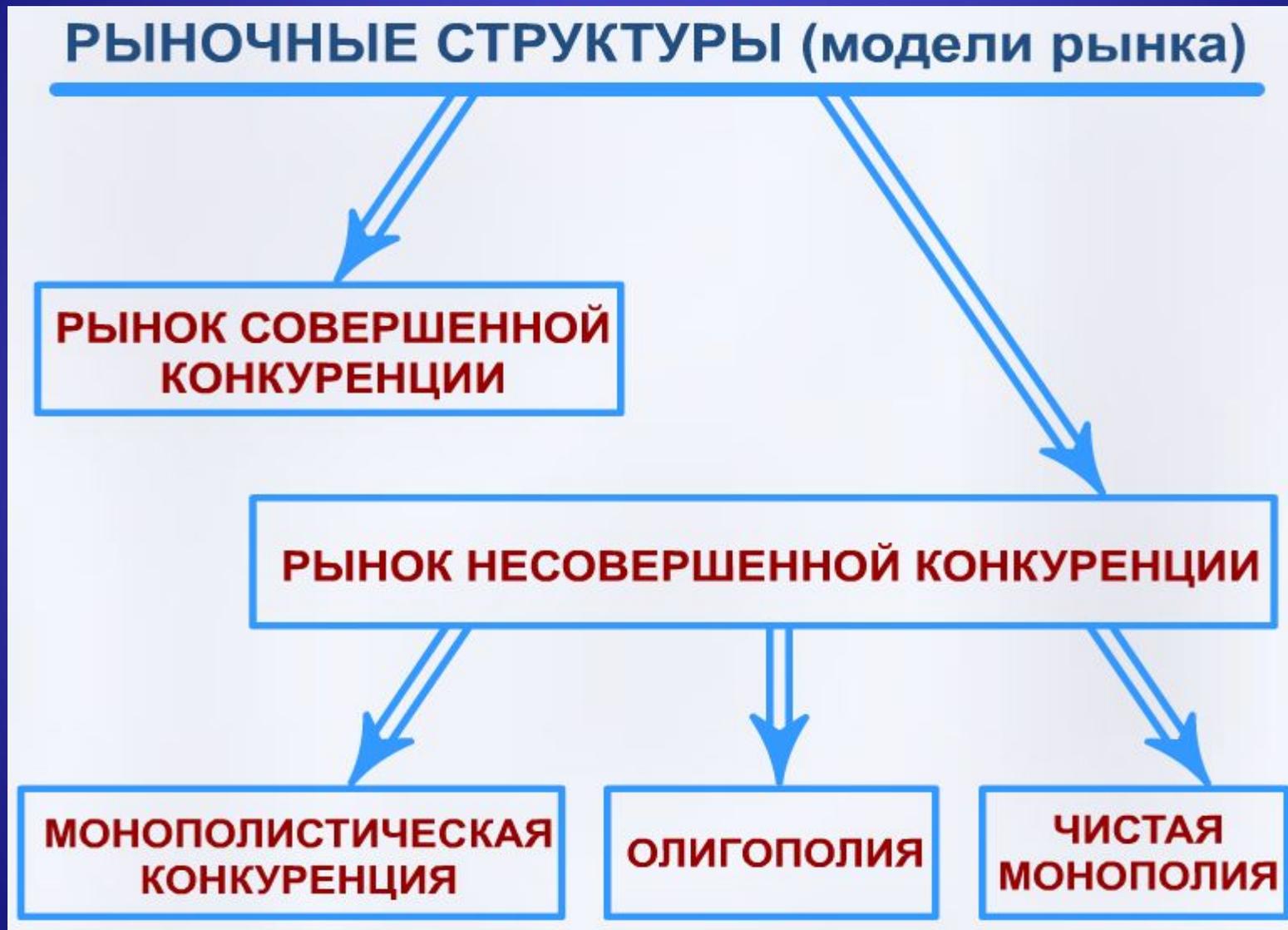
- более близкими заменителями, т.е. более однородными являются рассматриваемые товары;
- выше взаимозависимость фирм производителей.



Разграничение между понятиями «рынок» и «отрасль»

- Рынок объединен удовлетворяемой потребностью
- Рынок объединяет фирмы, предлагающие товары, являющиеся близкими заменителями с точки зрения покупателя (со стороны спроса).
- Отрасль объединена производимыми продуктами
- Отрасль объединяет фирмы, производящие продукты, являющиеся близкими заменителями с точки зрения производителя (со стороны предложения)

Модели рынка



Барьеры для входа на рынок

№	Школа/подход, определяющая отраслевые барьеры входа	Барьер входа
1.	Структурное определение (Дж. Бейн)	Факторы, позволяющие укоренившимся фирмам получать сверхприбыли без угрозы входа потенциальных новичков
2.	Определение Чикагской школы (Ж. Стиглер)	Отраслевые барьеры входа, - затраты производства, которые должна нести фирма, стремящаяся войти в отрасль, но не несут фирмы, уже находящиеся в отрасли
3.	Нормативный подход (Ф. Вайцзекер, Г. Демсец)	Потребительские предпочтения и поведение потребителей как фактор «возведения» отраслевых барьеров входа
4.	Определение с позиции укоренившихся фирм (Р. Гильберг)	Отраслевые барьеры входа, - рента, полученная из факта функционирования фирмы в отрасли
5.	Контрактный подход (Р. Коуз, А. Алчиан, О. Уильямсон)	Отраслевые барьеры входа, - факторы, обуславливающие высокий уровень транзакционных издержек оперирования фирмы в отрасли
6.	Подход интернационализации (М. Кэссон, Кейвз)	Идентичность факторов рыночной структуры, объясняющих существование мультинациональных корпораций (МНК) и отраслевых барьеров входа



Черта	Чистая конк	Монополист конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм	Очень больш	Много	Несколько	Одна
Тип продукта	Стандарти- зированный	Дифференци рованный	Стандарт или Дифферен	Уникальный Нет близких заменит
Контроль над ценой	Отсутствует	Некоторый	Значительный при тайном сговоре	Значительн ый
Условия вступлен. в отрасль	Препятствия отсутствуют	Сравнительн о легкие	Есть существенные препятствия	Блокировано
Неценовая конкуренци я	Отсутствует	Значительны й упор на рекламу, торговые знаки и т.д.	Очень типична, особенно при диф- ции продукта	Реклама связи фирмы с общественн орг-ми
Примеры	с\х	Розн. Торговля, легкая пр-ть	Машиностр, автомоб, сталелит.	ж\д



Рыночная власть -
возможность влиять на цену



Otzyv.pro



ВТУРС

С 1982 г. в США индекс Герфин-
даля сделан законодателем
важным показателем при оценке
допустимости слияний и погло-
щений в рамках
«антитрестовского» законода-
тельства.

Индекс Герфиндаля-Хиршмана (ННІ) определяется как сумма квадратов долей всех фирм, действующих на рынке:

$$ННІ = \sum_{i=1}^n \left(\frac{q_i}{Q} \right)^2 = \sum_{i=1}^n \delta_i^2$$

- где δ_i - рыночная доля фирмы;
- n - число фирм на рынке (в отрасли);
- q_i - объем продаж фирмы;
- Q - объем рыночных продаж.



- ⇒ значение индекса меньше 400 говорит о том, что на рынке преобладает свободная конкуренция (очень много игроков).
- ⇒ значение индекса в диапазоне от 400 до 1000 говорит о монополистической конкуренции (10–20 игроков).
- ⇒ значение индекса в диапазоне от 1000 до 3000 — на рынке преобладает олигополистическая конкуренция (5–7 игроков).
- ⇒ значение индекса свыше 3000 — на рынке царит монополия.

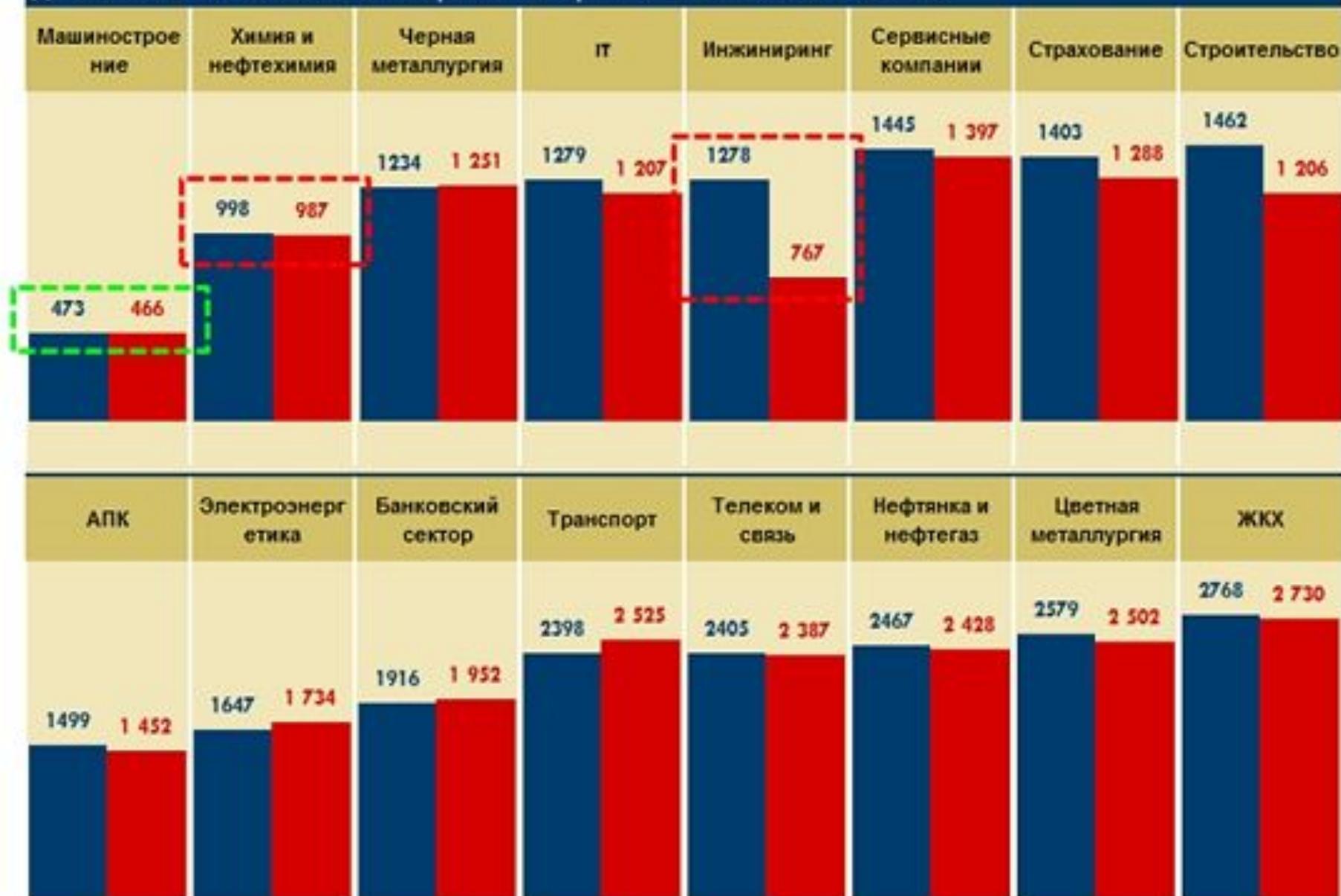


Индекс Герфиндаля

■ 2012

■ 2013

динамика по основным отраслям промышленности России



- На рынке некоторого товара действуют 14 фирм.
- Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 – 10%, фирм 3, 4, 5, 6 – по 8%, фирм 7, 8, 9, 10, 11 – по 6%, фирм – 12, 13 – по 5%, фирмы 14 – 3%.
- Рассчитать индекс **Герфиндаля-Хиршмана** для этих 14 фирм.
- Если фирмы 2 и 3 решат объединиться, должны ли государственные органы позволить им объединиться? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1900.



- Решение задачи:
- Индекс **Герфиндаля-Хиршмана** определяется как сумма квадратов долей всех фирм, действующих на рынке:
 - $HHI = 15^2 + 10^2 + 8^2 + 8^2 + 8^2 + 8^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 5^2 + 5^2 + 3^2 = 280$.
- Индекс **Герфиндаля-Хиршмана** менее 1000, следовательно, концентрация на рынке низкая.
- Допустим, фирмы 2 и 3 решат объединиться. В таких условиях **индекс Герфиндаля-Хиршмана** составит:
 - $HHI = 15^2 + 18^2 + 8^2 + 8^2 + 8^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 5^2 + 5^2 + 3^2 = 980$.
- Слияние разрешается.



Вопрос: зачем изучать чистую конкуренцию, если она абстрактна

Ответ:

1. С/х более похоже на конкурентную модель. Многие станут понятными в с/х, если мы знаем, как функционирует рынок чистой конкуренции.
2. Механизм ценообразования в условиях чистой конкуренции помогает оценить, насколько эффективно ценообразование на других рынках.
3. Рынок чистой конкуренции – это образец, по которому может быть оценена современная экономика.
4. Ко всему идеальному надо стремиться.



price – taker, price - maker

На рынке
несовершенной
конкуренции

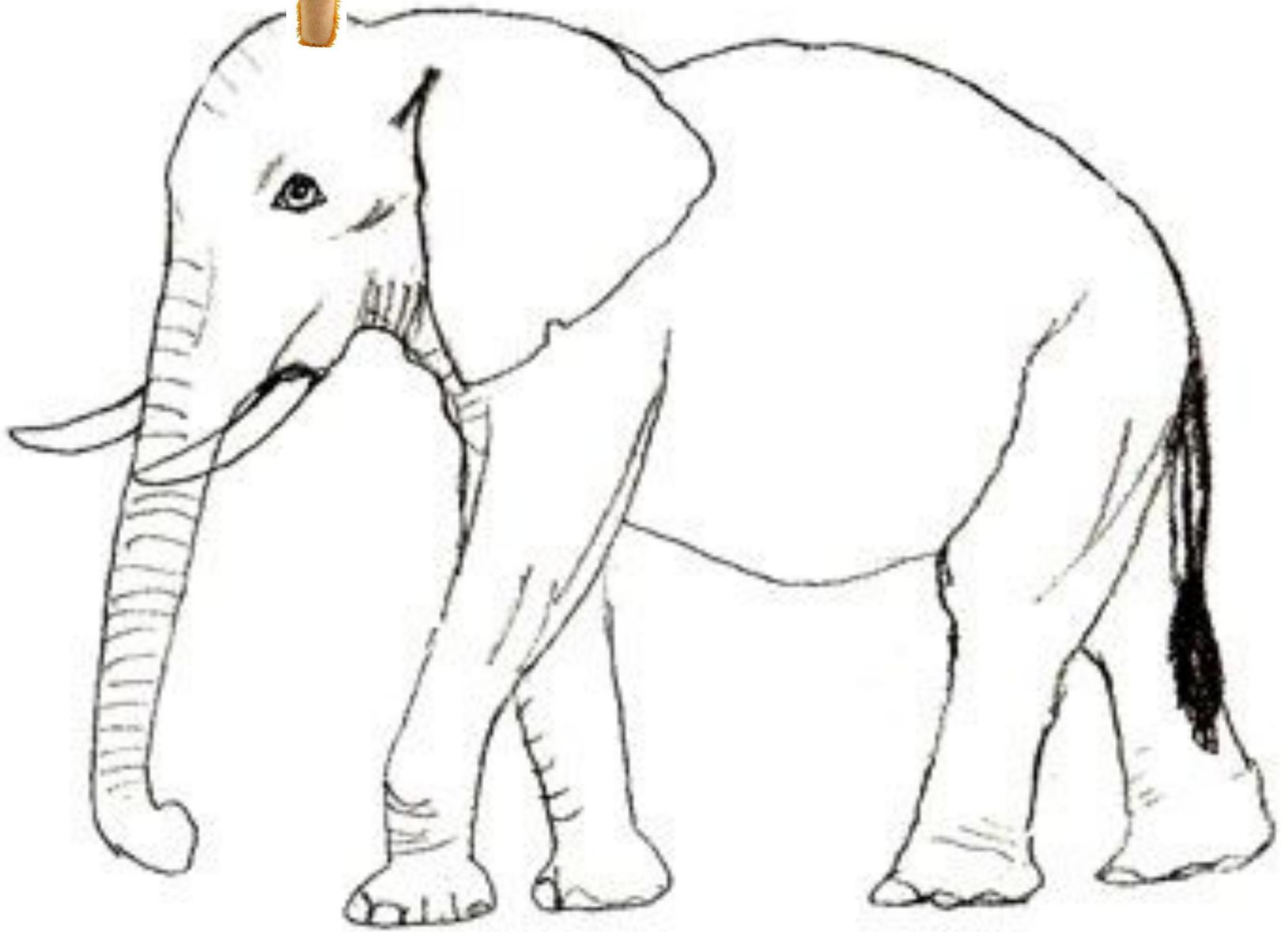
- В условиях совершенной конкуренции фирма не может повлиять на сложившуюся цену:
- не может снизить (она слишком мала)
- Не может повысить (все уйдут к конкурентам).
- Фирма **вынуждена подстраиваться** под цену – она **price – taker**. Ее рыночная власть равна нулю

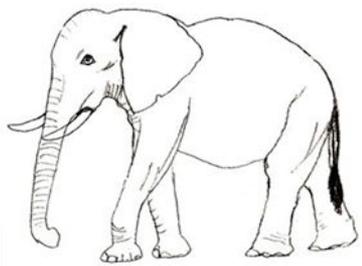


Условия максимизации прибыли в краткосрочном периоде

Перед любым производителем стоят три вопроса:

- 1. Следует ли фирме производить?** Фирме следует осуществить производство в краткосрочном периоде, если она может получить либо :а) экономическую прибыль; б) убыток, который будет меньше, чем ее постоянные издержки.
- 2. Сколько продукции следует производить?** Такой объем продукции, который максимизирует прибыль или минимизирует убытки.
- 3. Как можно рассчитать прибыль или убытки?**

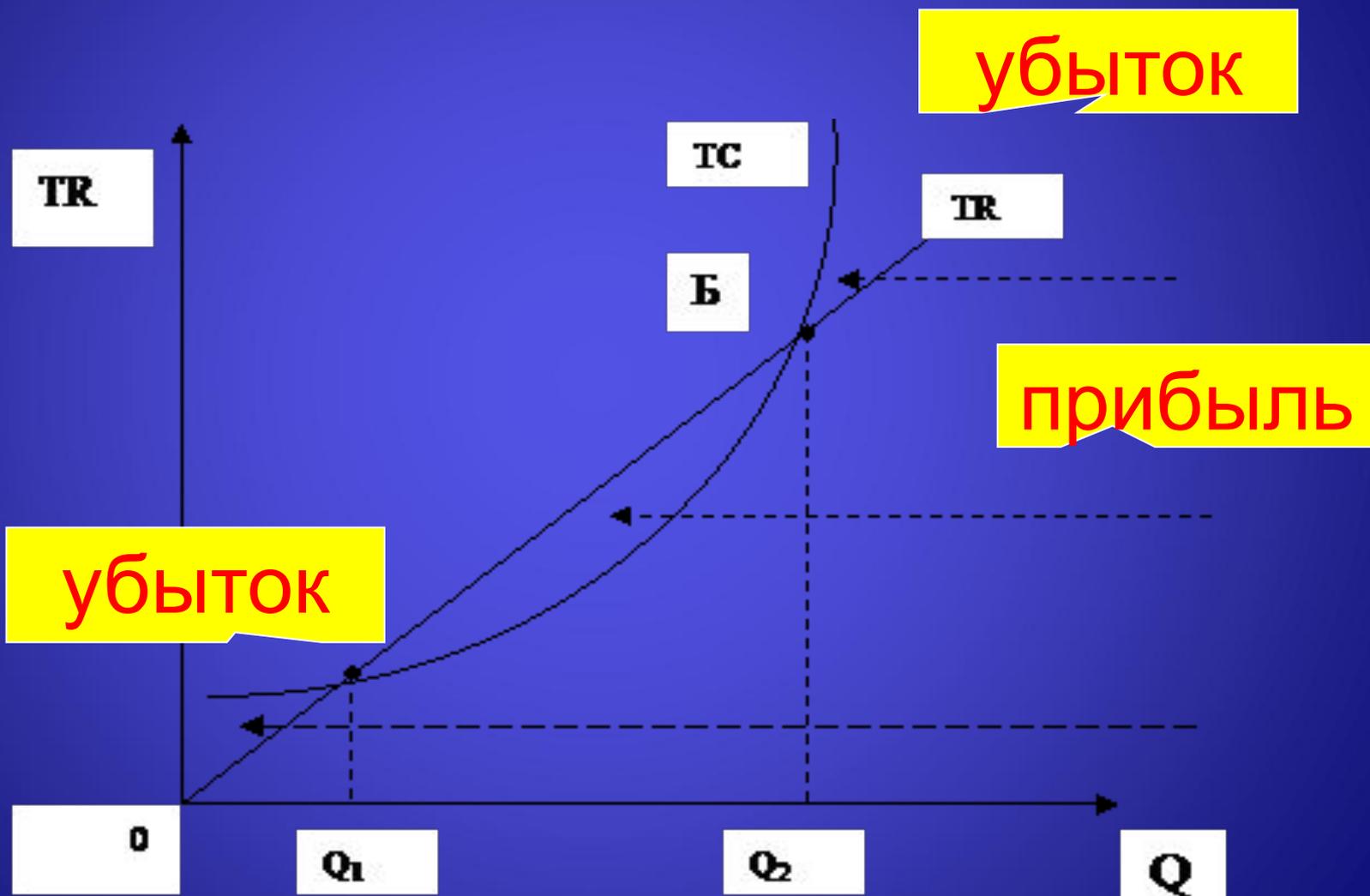




BYPC



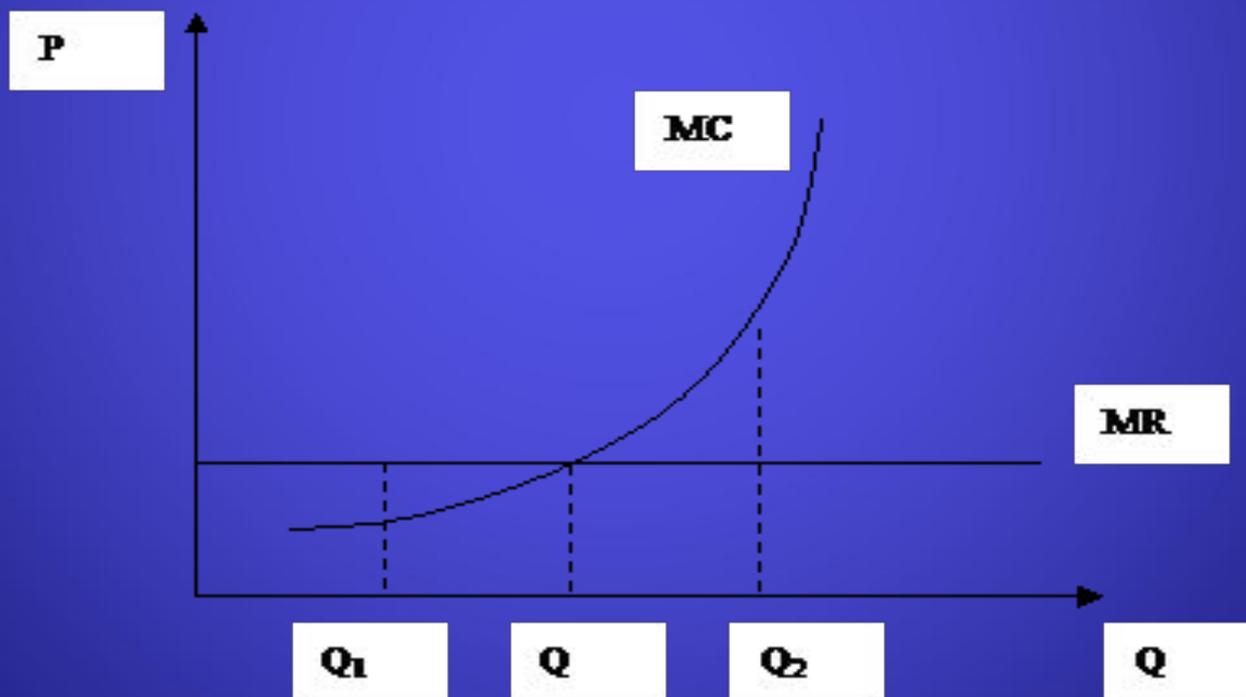
Принцип сопоставления TR и TC. (покажите зоны прибыли и убытков)



- При $Q=0$ ТС равны постоянным издержкам, так как переменные издержки равны 0.
- Точки А и Б – критические точки, экономическая прибыль при Q_1 и Q_2 равна нулю, так как $ТС = TR$.



Правило равенства предельного дохода (MR) предельным издержкам (MC). Фирма наращивает пр-во, пока отдача от каждой новой единицы больше издержек на ее пр-во. Доходы максимизируются, если $MR=MC$.

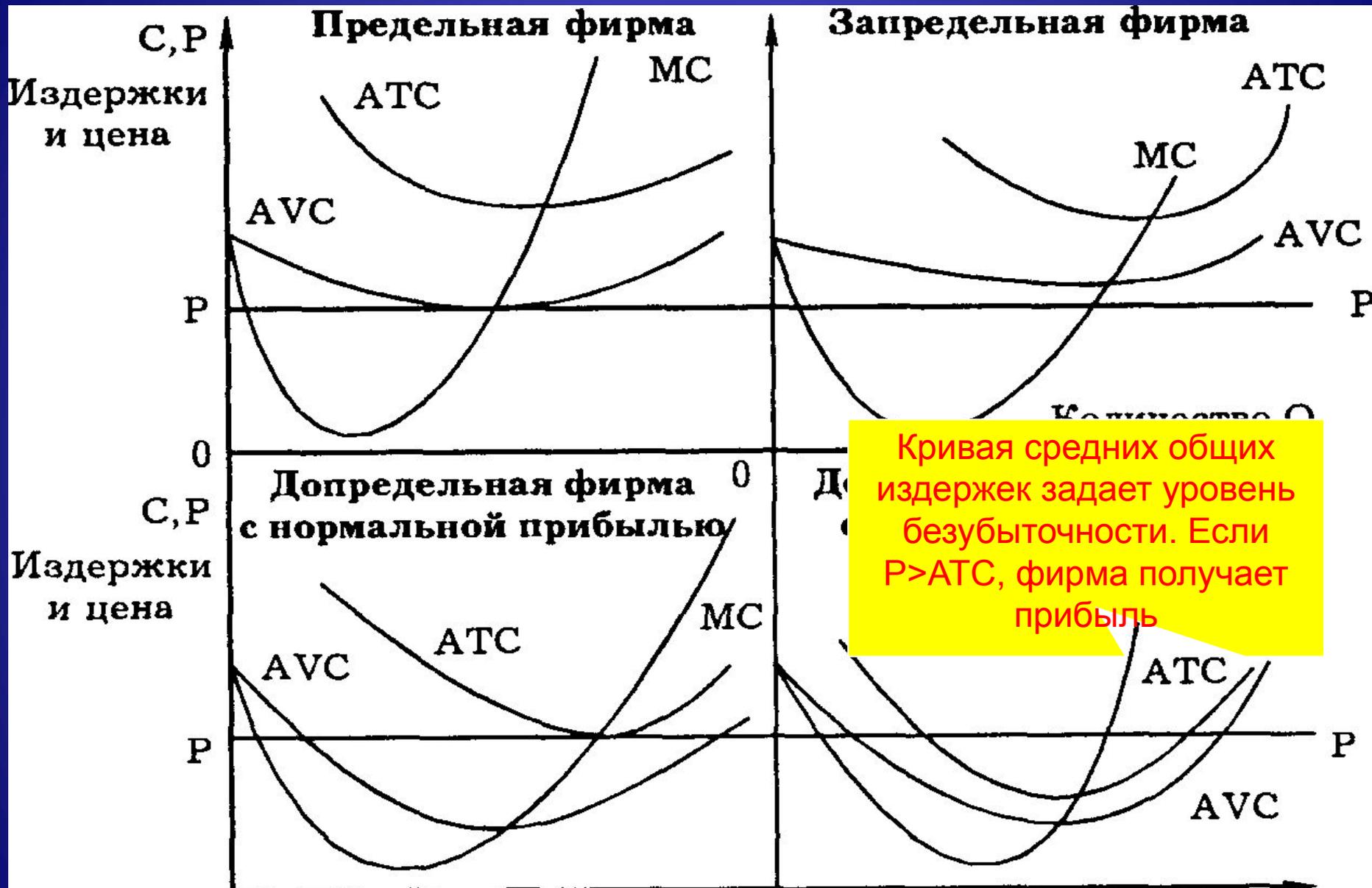


- Цена продукта в условиях совершенной конкуренции определяется объективными факторами (механизм невидимой руки), фирма не в состоянии повлиять на ценовой уровень →
- Каждая проданная единица товара будет добавлять к валовому доходу столько, сколько составляет его цена

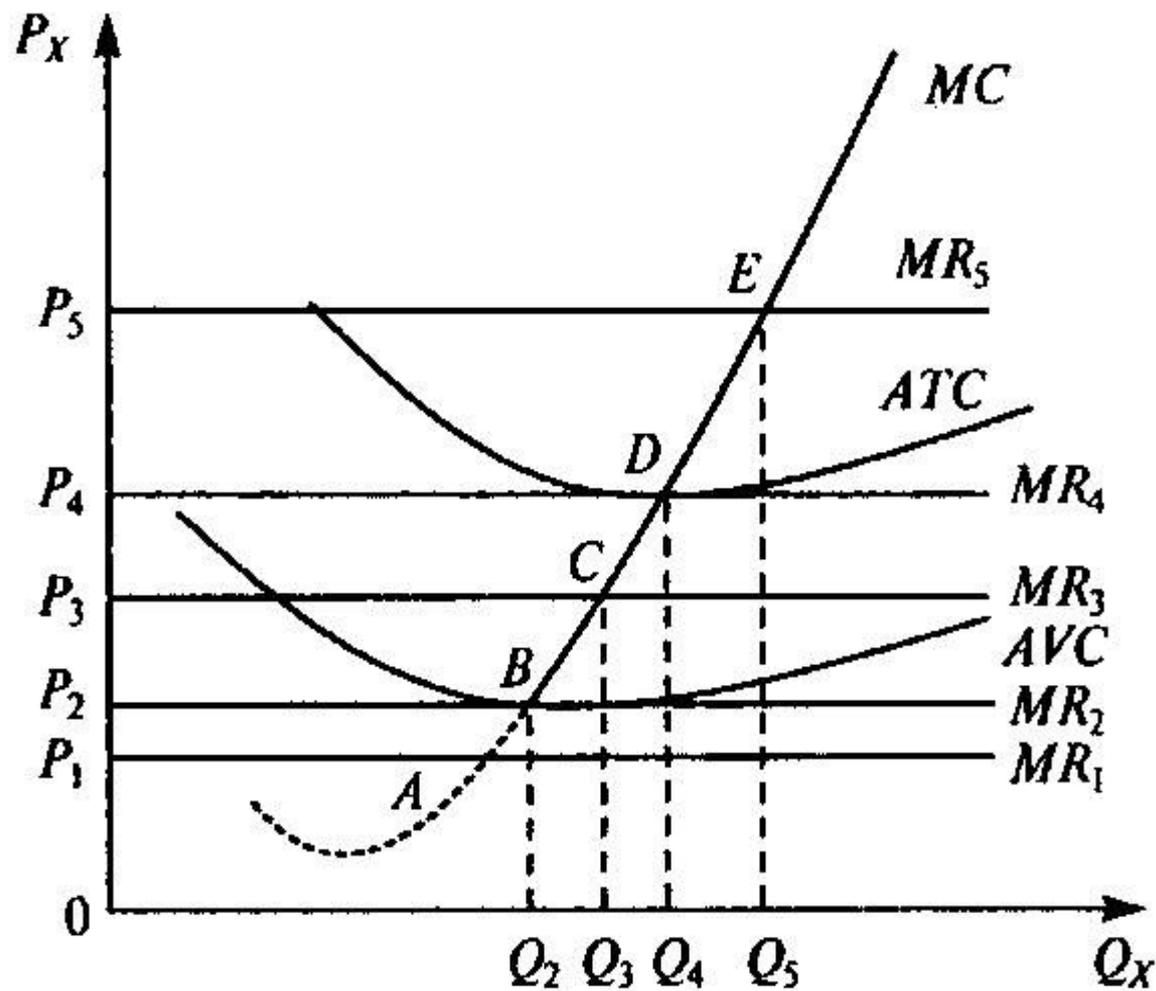
• → $MR=P$ → $P=MC$

Правило оптимального
выбора: $MC=MR$





Кривая средних общих издержек задает уровень безубыточности. Если $P > ATC$, фирма получает прибыль



Кривая индивидуального предложения отдельной фирмы

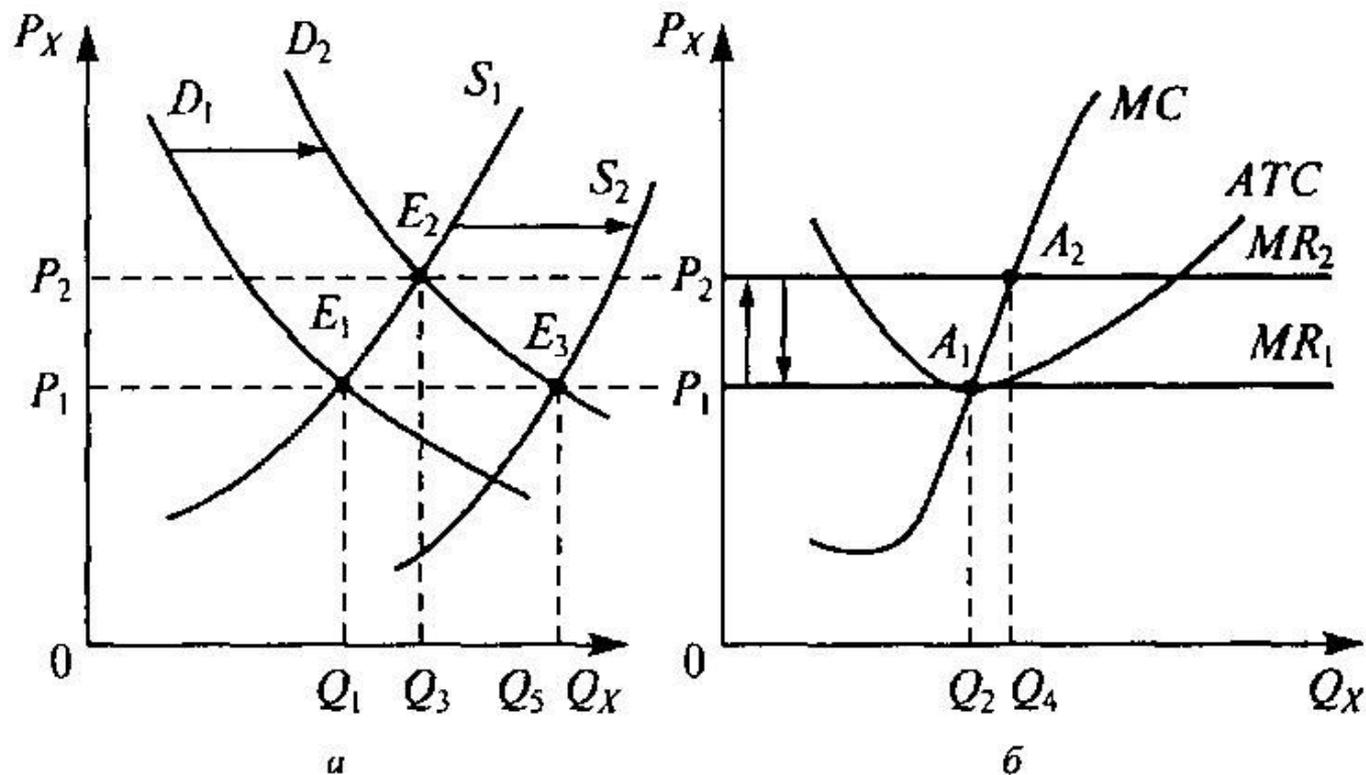


- при P_1 фирма закрывается, так как ее издержки не покрываются;
- при P_2 фирма производит Q_2 и покрывает свои переменные издержки; ее убытки = FC ;
- при P_3 фирма будет минимизировать убытки, покрывая переменные издержки и частично постоянные;
- при P_4 фирма будет полностью покрывать все издержки, но не получит экономической прибыли;
- при P_5 фирма максимизирует прибыль, производя Q_5 единиц товара.

• Отрезок кривой MC , который лежит выше AVC -кривая S предложения фирмы.



Максимизация прибыли в долгосрочном периоде



Временные прибыли и восстановление равновесия типичной фирмы и в отрасли в долговременном периоде





irina_n._vysotskaya

2 дн.



♥ Нравится: 19

irina_n._vysotskaya Сегодня была на защите бизнес планов студентов ВГУЭС. Молодцы ребята! За будущее страны и бизнеса можно быть спокойным - поколение достойное растет. ;) Обсудили, дала несколько рекомендаций по каждому проекту. Продуктивно проведена суббота.





THANK YOU FOR YOUR ATTENTION

olga30300@mail.ru

+7- (423)-240-4193



Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.

