

Глава 3. Экономика фирмы

18. Фирма на рынке



Рыночные структуры



Совершенная конкуренция

(perfect competition) — рынок, который отвечает следующим условиям:

- на рынке действует очень большое число фирм,
- товары продаются по свободным ценам,
- фирмы производят однородные товары,
- любая новая фирма может беспрепятственно войти на рынок,
- экономическая информация полностью доступна для всех,
- фирма — получатель цены.

Несовершенная конкуренция

(imperfect competition) — рынок, на котором отсутствует хотя бы одно из условий совершенной конкуренции.

Виды рынка несовершенной конкуренции:

- Монополия
- Монополистическая конкуренция
- Олигополия

Совершенная конкуренция

Два способа определения размера производства, максимизирующего прибыль:

- Сравнить полный доход с полными издержками при различных объемах производства.
- Найти объем производства, при котором предельный доход и предельные издержки равны.

Доход и издержки

- при выпуске небольшого количества товара издержки скорее всего будут выше дохода и фирма будет нести убыток;
- при достижении некоторого существенного объема производства доход фирмы превысит издержки и она получит прибыль;
- при дальнейшем увеличении производства в силу убывающей отдачи переменного фактора доход станет уменьшаться и в конечном счете издержки опять превысят доход и фирма опять окажется в убытке.

Максимизация прибыли конкурентной фирмой

Конкурентная фирма для получения максимальной прибыли должна производить такое количество товара, чтобы ее предельные издержки равнялись предельному доходу, и продавать его по рыночной цене.

МОНОПОЛИЯ

(μονοπωλύ, от греч. monos — один и poleo — продаю)
— рынок, на котором действует одна фирма,
продающая уникальное благо (товар или
услугу)
по установленной ею цене.



Монополия

Два способа определения размера производства, максимизирующего прибыль:

- Сравнить полный доход с полными издержками при разных объемах производства.
- Найти объем производства, при котором предельный доход и предельные издержки равны.
 - На первом этапе монополия определяет объем производства, при котором она сможет достичь максимальной прибыли.
 - На втором этапе монополия, зная объем производства, который максимизирует прибыль, определит цену, которую она будет взимать за свой товар.

Максимизация прибыли монополией

Фирма-монополия для получения максимальной прибыли должна производить такое количество товара, чтобы ее предельные издержки равнялись предельному доходу, и продавать его по монополюльно высокой цене.

Монополистическая конкуренция

(monopolistic competition) — рынок со свободным входом, на котором существует много фирм, самостоятельно устанавливающих цены на свою продукцию, выпускающих дифференцированный товар и действующих стратегически.

Особенности поведения фирмы

В условиях монополистической конкуренции:

- В краткосрочном периоде фирма ведет себя как монополия.
- В долгосрочном периоде фирма оказывается в условиях свободной конкуренции.

Олигополия

(*oligopoly*, от греч. *oligos* — малочисленный и *poleo* — продаю) — рынок, на котором **действует** небольшое число фирм, **продающих** похожие или идентичные товары и **действующих** стратегически.

Варианты поведения фирмы

В УСЛОВИЯХ ОЛИГОПОЛИИ:

- ❑ Картель
- ❑ Ценовое лидерство
- ❑ Количественное лидерство
- ❑ Стратегическое поведение

Поведение фирмы

- *Картель (cartel)* — соглашение между фирмами о разделении рынков и установлении цен.
- *Ценовое лидерство (price leadership)* — неявное понимание между фирмами об установлении цен в зависимости от изменения цены крупнейшего производителя.
- *Количественное лидерство (quantity leadership)* — практика фирм в условиях олигополии ориентироваться при принятии решения на информацию об ожидаемых объемах выпуска товаров фирмой, являющейся лидером.
- *Стратегическое поведение (strategic behavior)* — взаимодействие между несколькими фирмами, основанное на просчете возможных вариантов реакции одних фирм на действия, предпринимаемые другими.

Эдвард Чемберлин

(1866—1967), американский экономист, один из создателей теории монополистической конкуренции.

Его книга “Теория монополистической конкуренции” (1933) ознаменовала начало новой эпохи в теории рыночных структур.



Джоан Робинсон



(1903—1983), английский экономист, одна из создателей теории несовершенной конкуренции, единственная знаменитая женщина-экономист.

В книге "Теория несовершенной конкуренции" (1933) представила новую теорию рыночных структур, отличных от совершенной конкуренции и монополии.

Выводы (1)

- Фирма может оказаться на рынке в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.
- При совершенной конкуренции цены устанавливаются на основе спроса и предложения.
- При несовершенной конкуренции существует контроль над уровнем цен в условиях монополии, монополистической конкуренции и олигополии.
- При совершенной конкуренции (наличии многих конкурентов) для получения максимальной прибыли фирма должна производить такое количество товара, чтобы ее предельные издержки равнялись предельному доходу.

Выводы (2)

- Если фирма является монополией, для получения максимальной прибыли она должна:
 - производить такое количество товара, чтобы ее предельные издержки равнялись предельному доходу,
 - продавать его по монополюно высокой цене, т.е. получать нормальную и монополюную прибыль.
- При монополистической конкуренции фирма во многом действует в краткосрочном периоде как монополия, но в долгосрочном периоде — как в условиях совершенной конкуренции.