

Экономическая теория, модуль 1

Лекции 10. 7/ 11/ 11

Конкуренция и ее виды.

Фирма как совершенный конкурент.

Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции.

Жилина Лилия Николаевна, доцент кафедры мировой экономики и экономической теории.

Ауд.1506, тел. 240-41-93

liliya.zhilina@vvsu.ru



План лекции

- Конкуренция: понятие и функции в рыночной экономике. Основные типы рыночных структур и их характеристики. Конкурентная борьба.
- Понятие фирмы и отрасли. Теории фирмы: неоклассическая, институциональная, бихевиористская. Классификация фирм.
- Совершенная конкуренция: достоинства и недостатки. Спрос и предложение фирмы в условиях конкуренции. Поведение фирмы в условиях конкуренции.

Конкуренция – борьба фирм за платежеспособный спрос.

Чем определяется тип конкуренции?

- объектами конкурентных действий (продукт, цена, объем продаж);
- принципами взаимодействия продавцов (учитывают или не учитывают поведение друг друга).

Пять движущих сил конкуренции

- Конкурентная сила отраслевых производителей.
- Конкурентная сила покупателей.
- Конкурентная сила поставщиков.
- Конкурентная сила потенциальных конкурентов.
- Конкурентная сила товаров-заменителей.

- **Конкурентная стратегия** – деятельность фирмы, направленная на приобретение и удержание конкурентных преимуществ в отношении конкурирующих с ней фирм.

Типы стратегий:

- Стратегия **лидерства по низким издержкам и ценам**.
- Стратегия **дифференциации** продукта по специфическим свойствам.
- Стратегия **фокусирования** на узкой рыночной нише (по ценам и уникальности)

Фирма и теории фирмы

- **Фирма** - хозяйственная единица, имеющая обособленное имущество и оформленные права, что позволяет ей осуществлять хозяйственную деятельность под её имущественную ответственность.
- **Неоклассическая теория:** фирма – производственная (технологическая) единица, деятельность которой описывается производственной функцией, а целью является максимизация прибыли.
- **Институциональная теория:** фирма – система внешних и внутренних контрактов.
- **Бихевиористская (поведенческая) теория:** поскольку невозможно максимизировать какую-либо цель, фирма должна совершенствовать внутренние структуры и систему принятия решений.



Институциональная теория фирмы

- Фирма – это совокупность отношений между вовлеченными в нее владельцами ресурсов.
- **Внешние (рыночные) контракты** фирмы отражают взаимодействие фирмы с рыночными институтами и связаны с трансакционными издержками.
- **Внутренние контракты** фирмы отражают особенности внутренней организации фирмы и связаны с издержками контроля.

Концепции бихевиористской теории фирмы

- **Предпринимательская концепция.**

Фирма – система взаимодействия собственников (принципалов) и наемных управленцев (агентов). Чтобы менеджеры действовали в интересах собственников, необходимо создать систему ограничений (рыночной дисциплины) и стимулов.

- **Эволюционная концепция фирмы.**

Нет единственного критерия оптимальности принятия решений, и поведение фирмы меняется в зависимости от изменения внешних и внутренних факторов, сложившихся традиций и её исторического опыта.

Типы фирм в зависимости от их рыночного поведения

- **Предпринимательская** фирма.
- **Капиталистическая** фирма – обычно ОАО.
- **Самоуправляющаяся** фирма – принадлежит коллективу работников, цель – максимизация трудового дохода .
- **Государственная** фирма – цели устанавливаются государством, а объем предложения и цена регулируются государственными органами (естественные монополии).
- **Директорская** фирма – размытость прав собственности и максимизация выгод менеджеров.

Другой взгляд на типологию фирм

- Частные коммерческие – для извлечения прибыли, деятельность определяется рынком.
- Частные некоммерческие – для удовлетворения общественных нужд и не могут получать прибыль.
- Государственные (коммерческие, некоммерческие) – деятельность определяется политическими решениями, а не рынком.
- Смешанные (частно-государственные).
- Формы образования коммерческих предприятий: индивидуальные владения (**ИЧП**), партнерства, корпорации.

Преимущества и недостатки форм предприятий

| Формы | Преимущества | Недостатки |
|--------------------------------|---|--|
| Индивидуальные владения | простота регистрации, налоговые льготы, сильные стимулы для извлечения прибыли, лучшие условия для реализации новаторских решений | ограниченность источников финансирования, концентрация риска на ограниченной сфере деятельности, сосредоточение всех функций управления на владельце фирмы, высокий уровень ответственности за ошибки управления |
| Партнерства | простота регистрации, специализация владельцев на отдельных участках управления фирмой, больше финансовых ресурсов по сравнению с индивидуальной фирмой | ограниченность источников финансирования, неограниченная имущественная ответственность по обязательствам (полное партнерство), возможные разногласия между партнерами, |
| Корпорации | легко привлекать финансирование (акции, облигации), ограниченная ответственность акционеров, диверсификация, возможность лоббирования интересов | сложная процедура регистрации и отчетности, проблема отношений с наемными руководителями корпорации, двойное налогообложение прибыли. |

Отрасль, вход в нее, выход из нее

- Группа конкурирующих фирм (единоличных, партнерств, корпораций), продающих **схожие блага** на рынке.
- Предполагает свободный **вход и выход**.
- **Вход в отрасль** предполагает получение экономической прибыли выше нормальной.
- **Выход из отрасли** – получение экономической прибыли ниже нормальной.

Нормальная прибыль

- плата за использование фактора производства «предпринимательская способность»;
- достаточна, чтобы фирма обеспечивала предложение своих благ;
- входит в состав затрат производства (по теории рынков);

Типы конкуренции

- Внутриотраслевая и межотраслевая.
- Ценовая и неценовая конкуренция.
- Совершенная и несовершенная конкуренция.

Ценовая и неценовая конкуренция

- **Ценовая конкуренция** – борьба за получение дополнительной прибыли путем уменьшения издержек производства и цен без изменения ассортимента и качества товаров. Используется демпинг, ценовая дискриминация, дифференциация качества товара.
- **Неценовая конкуренция** – борьба на основе технического превосходства, высокого качества и надежности изделий, более эффективных методов сбыта, расширения видов предоставляемых услуг и гарантий покупателям, улучшения условий оплаты.



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. |

Монопсония, олигопсония

- **Монопсония** - «один покупатель», монополия покупателя. Одна фирма-покупатель товара, услуги или ресурса сама устанавливает цены. Примеры: на рынке рабочей силы – одна фирма-наниматель; правительство как единственный покупатель ядерного оружия.
- **Олигопсония** - несколько фирм-покупателей, которым противостоит большое количество продавцов (производителей). Эти фирмы могут влиять на цену (например, ресурса; профессиональные спортивные лиги, которым спортсмены могут продавать свои услуги).

Совершенная конкуренция – научная абстракция, эталон. Её признаки:

- множество мелких продавцов и покупателей;
- однородность продукции конкурентов – продукты, идентичны и взаимозаменяемы;
- свободные вход на рынок и выход с рынка (нет барьеров входа и выхода для существующих фирм);
- совершенная информированность продавцов и покупателей о состоянии рынка; информация распространяется среди субъектов рынка мгновенно и ничего им не стоит;
- никто не может воздействовать на цены, их принимают как данность;
- мобильность производственных ресурсов.



Отраслевое равновесие

- Ситуация, при которой у фирм нет тенденций входить в отрасль, выходить из нее, либо менять размер.
- Условия равновесия отрасли в долгом периоде при совершенной конкуренции:

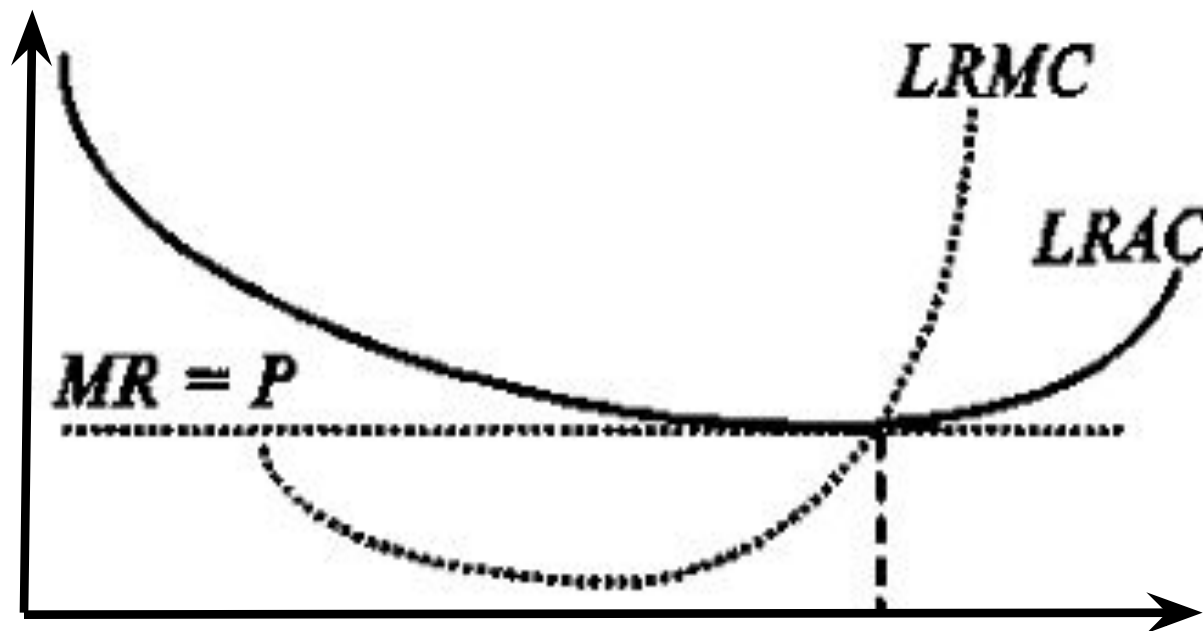
$$P = LRMC, \quad P = LMRC_{\min}$$

LRMC, **Long Run** Marginal Costs –
долгосрочные редельные издержки

Условия отраслевого равновесия

- **$P = LRMC$** – ни одна фирма в отрасли не может извлечь большую прибыль, изменяя объем своих операций.
- **$P = LMRC_{min}$** – функционирующие фирмы не уйдут из отрасли, а новые фирмы не начнут операции в этой отрасли.

- Рациональное распределение ресурсов между отраслями обеспечивает производство оптимального для общества набора благ.
- Эффективное использование ресурсов достигается при наименьших для существующих технологий долгосрочных (LongRun) средних издержках $P = LRAC_{min}$.



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)

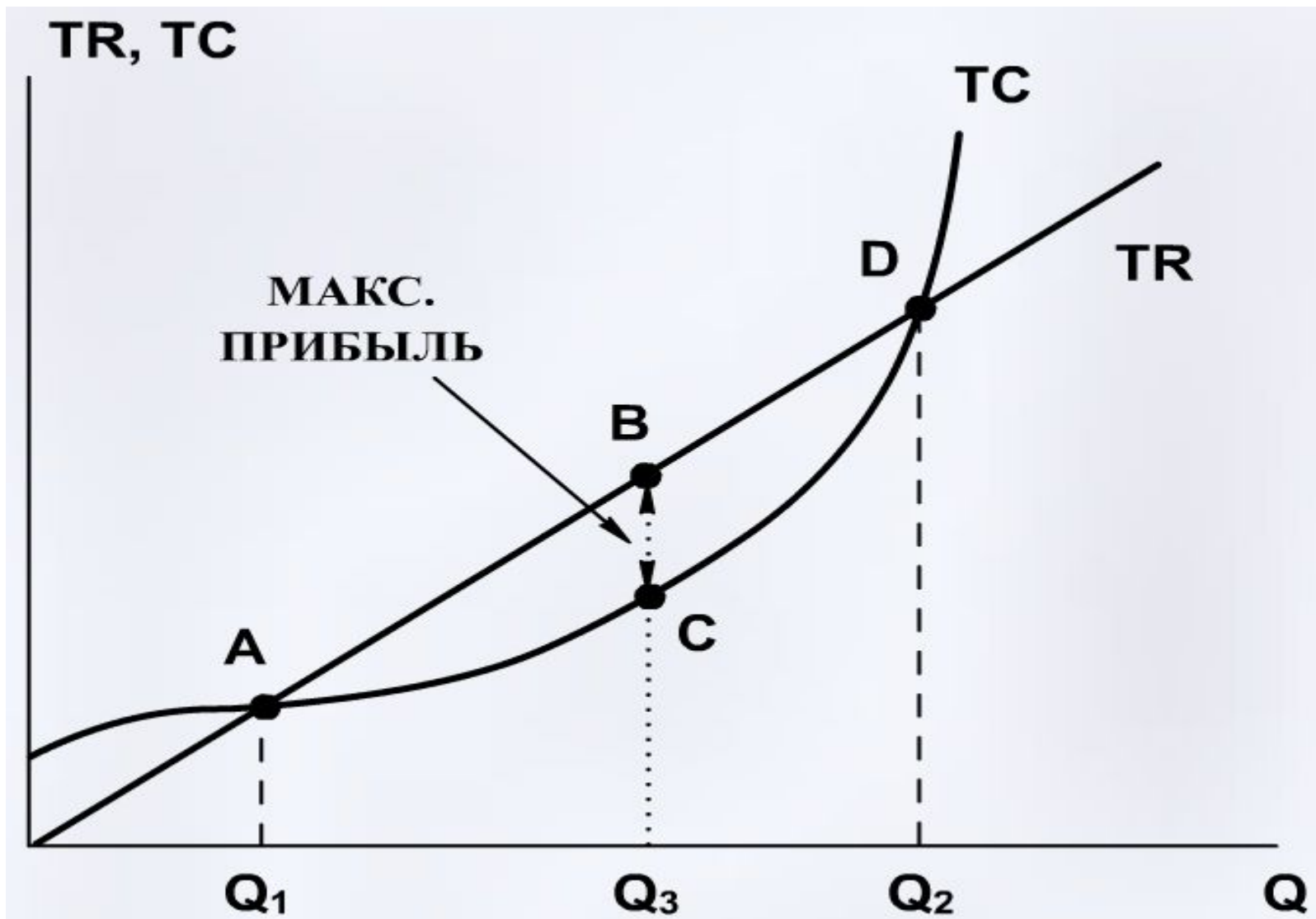
$$TR - TC = (P * Q - TC) \longrightarrow \max$$

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

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

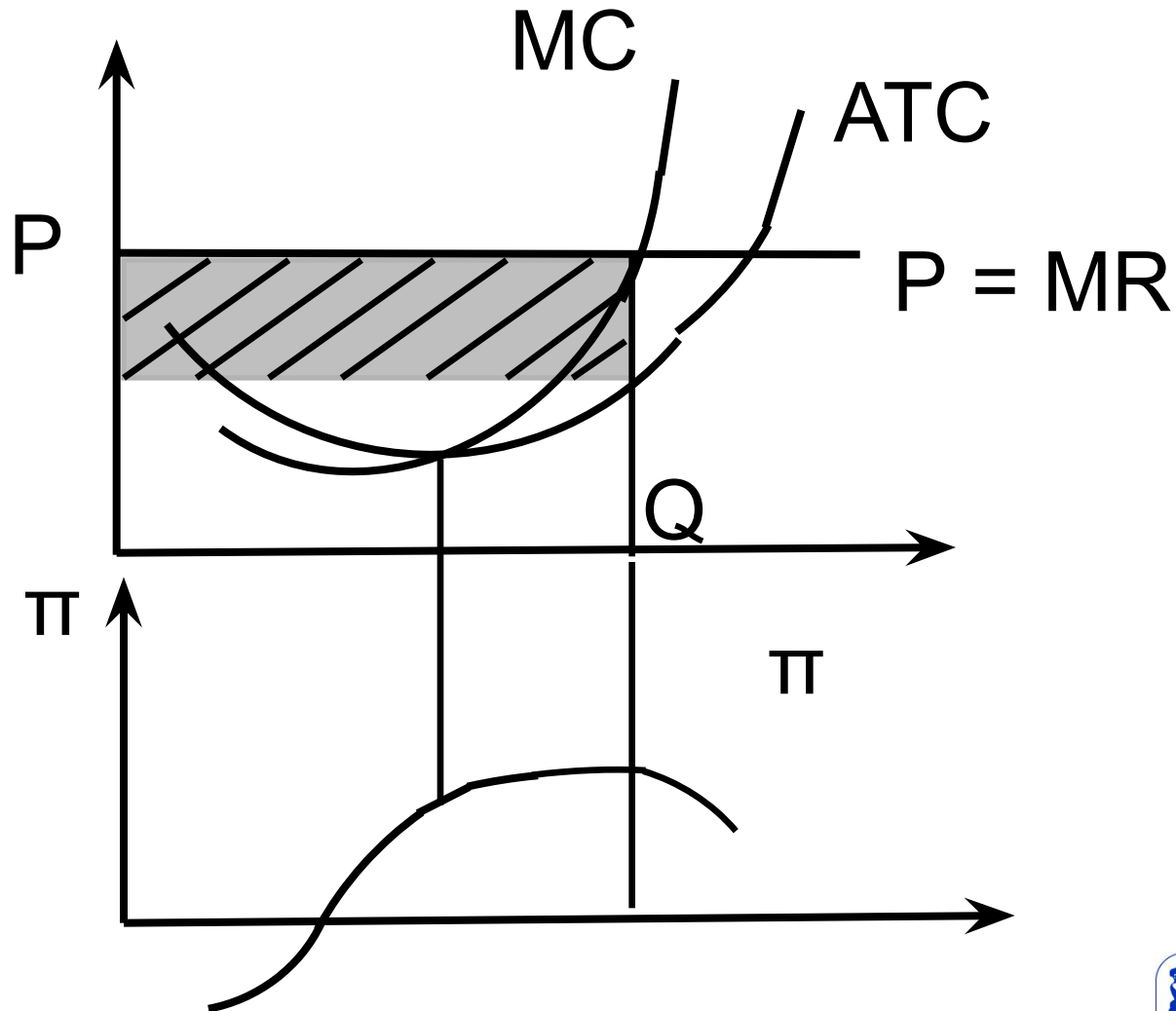
P – цена, ATC – средние валовые издержки

Первое условие максимизации прибыли



Второе условие максимизации

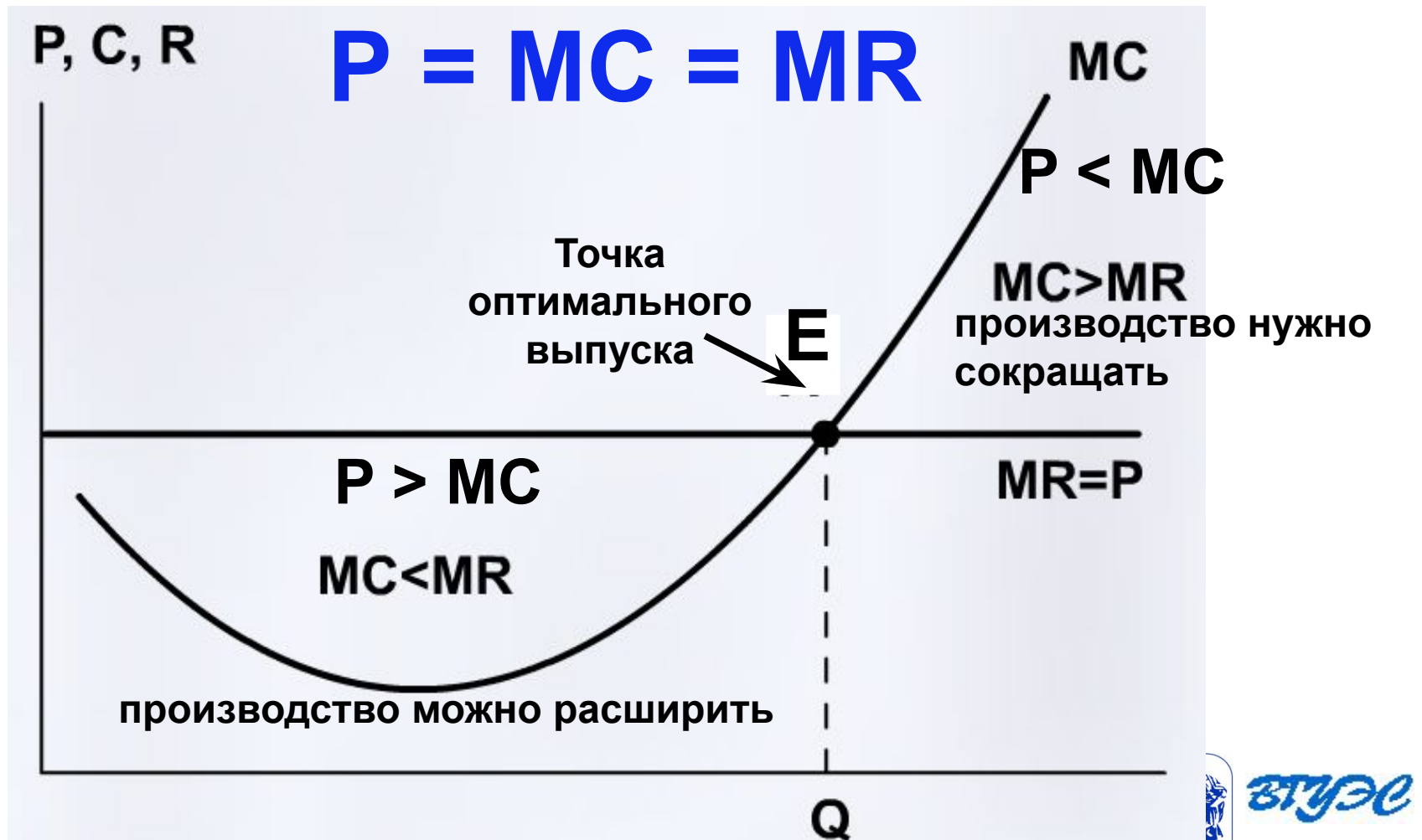
Максимальная прибыль $\pi = (P - ATC) * Q$



Конкурентная фирма

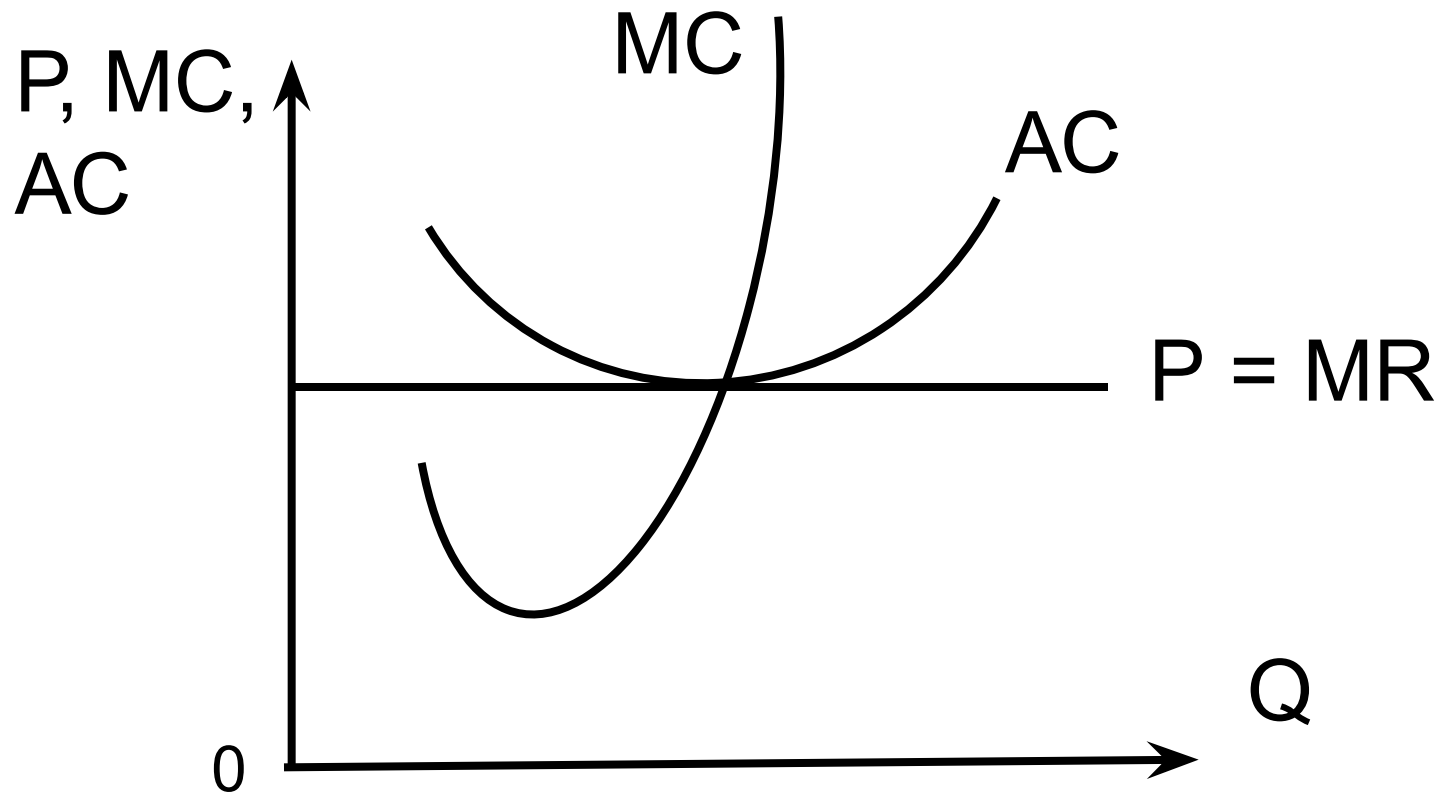
- Фирма, принимающая цену на свою продукцию как данную, не зависящую от реализуемого ею объема продукции на совершенно конкурентном рынке.

Максимально прибыльное равновесие конкурентной фирмы в коротком периоде



Максимально прибыльное равновесие конкурентной фирмы в долгом периоде

$MR = MC = P = AC$



В условиях долгосрочного периода фирма может изменить все факторы производства, а отрасль может менять число своих фирм. Фирма стремится расширить производство, снижая средние издержки.



При совершенной конкуренции

- Если цена продукта на краткосрочном временном интервале превышает средние издержки, то фирма получает **экономическую прибыль**.
- Если цена равна средним издержкам, то фирма получает **нормальную (нулевую) прибыль**.
- Если рыночная цена оказывается ниже средних издержек, то фирма несет убытки.
- Производство временно прекращается, если цена товара падает ниже минимального уровня средних переменных издержек (**точки закрытия**).
- Для длительного периода в условиях свободного входа и выхода из отрасли высокая прибыль привлекает в отрасль другие фирмы, а убыточные фирмы уходят из отрасли. Ограниченные ресурсы распределяются таким образом, чтобы достичь максимального удовлетворения потребностей ($P = MC$). Фирмы будут производить максимально возможное количество продукции до тех пор, пока предельные издержки ресурса не будут равны его цене.
- Фирмы производят продукцию с минимальными средними издержками и продают ее за цену, соответствующую этим издержкам.



Достоинства совершенной конкуренции

- автоматически приводит экономику в состояние оптимума (саморегуляция);
- фирма и отрасль работают без излишков и дефицитов (кривая спроса совпадает с кривой предельного дохода, а кривая предложения – с кривой предельных издержек; $D = MR$, $S = MC$. Поэтому условие долгосрочного равновесия в конкурентной отрасли фактически равносильно тождеству спроса и предложения на данный продукт (так как $MR = MC$, то $D = S$);
- оптимальное распределение ресурсов: отрасль вовлекает их в производство в том объеме, который необходим для покрытия платежеспособного спроса;
- производство организуется технологически наиболее эффективным образом (равновесие устанавливается на уровне долгосрочного и краткосрочного минимума средних издержек).
- безубыточность фирм в долгосрочном периоде ($P = LATC_{\min}$). Это гарантирует отрасли устойчивость (фирмы не несут убытков), но нет и экономических прибылей, т.е. доходы не перераспределяются в пользу данной отрасли из других секторов экономики.



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.

Задачи

1. В условиях совершенной конкуренции равенство $P = MR = MC = AC$ означает, что
- 1) обеспечена максимальная эффективность в производстве;
 - 2) достигнута эффективность в распределении ресурсов.

2. Фирма, действующая на рынке совершенной конкуренции. Если рыночная цена будет 50 рублей, то при производстве 4 единиц продукции фирма получит ...

| Q, шт. | AFC, руб. | AVC, руб. | ATC, руб. |
|--------|-----------|-----------|-----------|
| 1 | 60 | 45 | 105 |
| 2 | 30 | 42,5 | 72,5 |
| 3 | 20 | 40 | 60 |
| 4 | 15 | 37,5 | 52,5 |
| 5 | 12 | 37 | 49 |

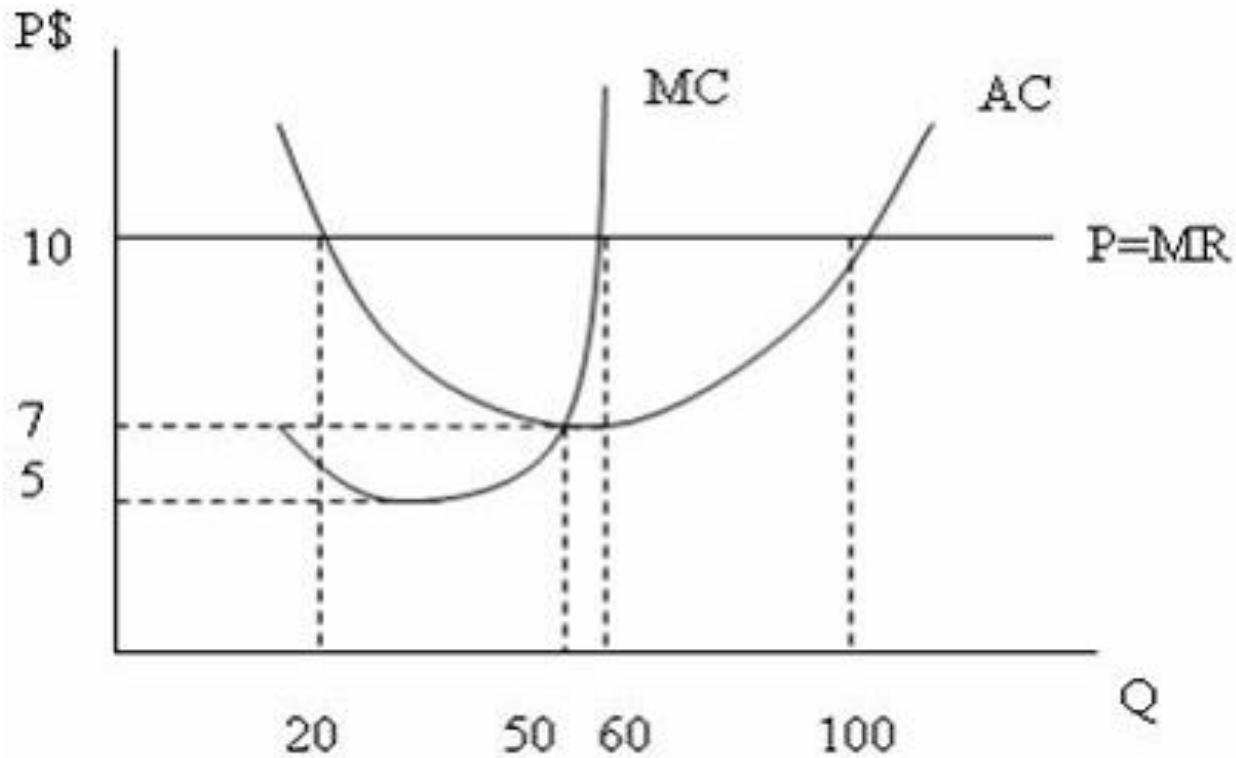
При цене 50 рублей и производстве продукции в 4 единицы общий доход фирмы составит $TR = P \cdot Q = 50 \cdot 4 = 200$ руб.

Общие издержки при производстве 4 единиц продукции составят $TC = ATC \cdot Q = 52,5 \cdot 4 = 210$ руб.

Следовательно, фирма получит убыток в 10 рублей
 $200 - 210 = -10$.



3. Рынок совершенной конкуренции.



Если рыночная цена будет \$ 10, то в краткосрочном периоде фирма произведет 60 единиц продукции и получит \$ 180 прибыли.

Доход $TR = P * Q = 10 * 60 = \$600$.

$AC_{60} = \$7$, $TC = 7 * 60 = \$420$.

Прибыль $PR = 600 - 420 = \$180$.