

# 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](mailto: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
<b>Индивидуальные владения</b>	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
<b>Партнерства</b>	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,
<b>Корпорации</b>	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:

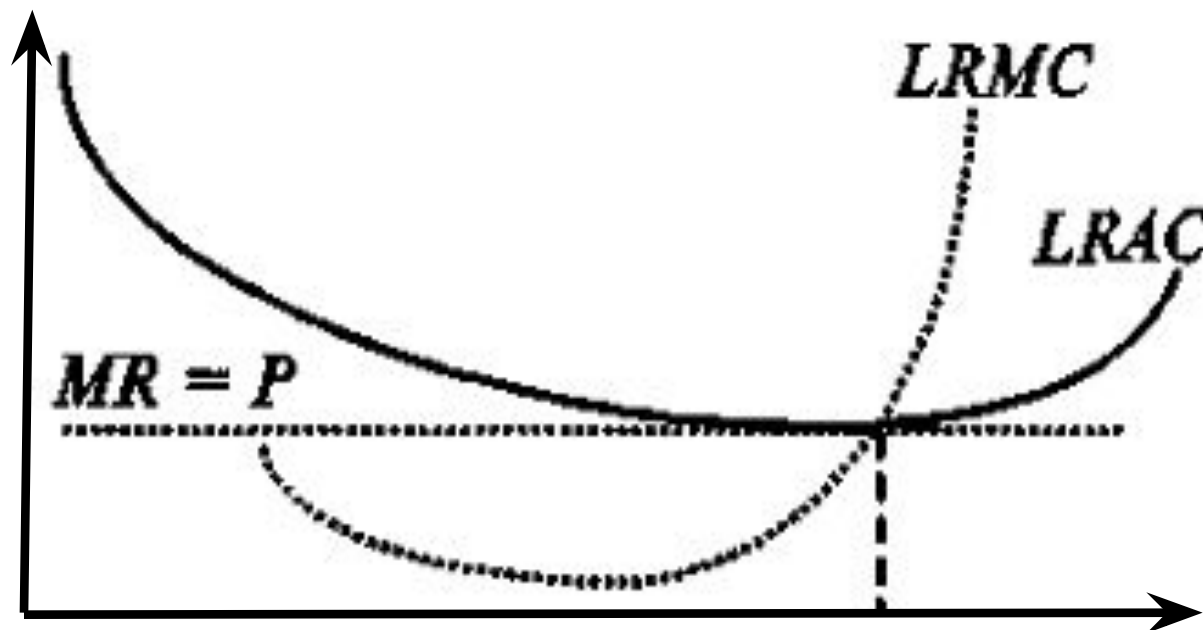
$$P = LRMC, \quad P = LMRC_{\min}$$

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 –  $\Delta TR$  при  
продаже дополнительной единицы объема  
выпуска.

**MC** - предельные издержки –  $\Delta TC$  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)

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

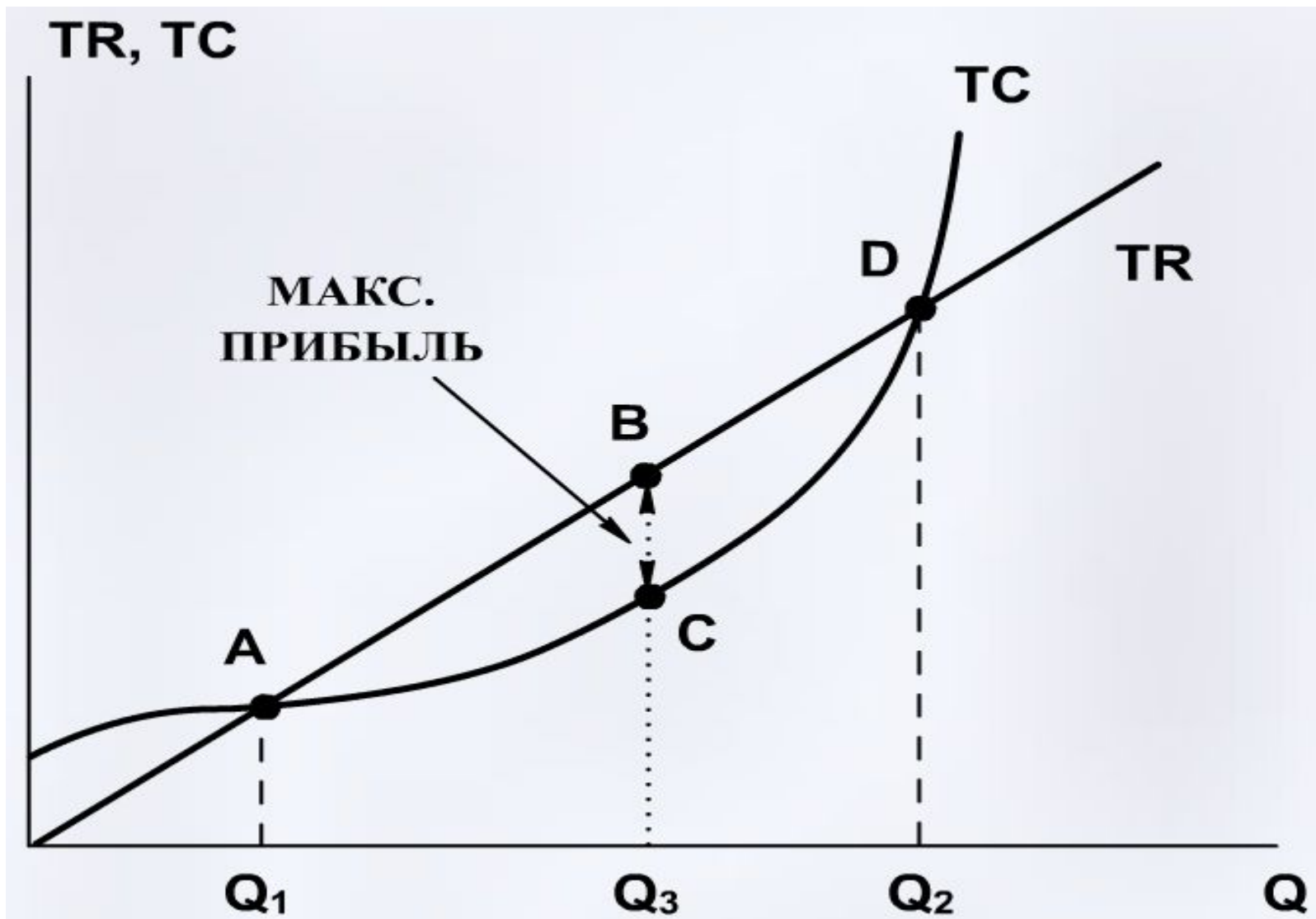
- 2) когда предельный доход (MR) равен предельным издержкам (МС)

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

P – цена, ATC – средние валовые издержки

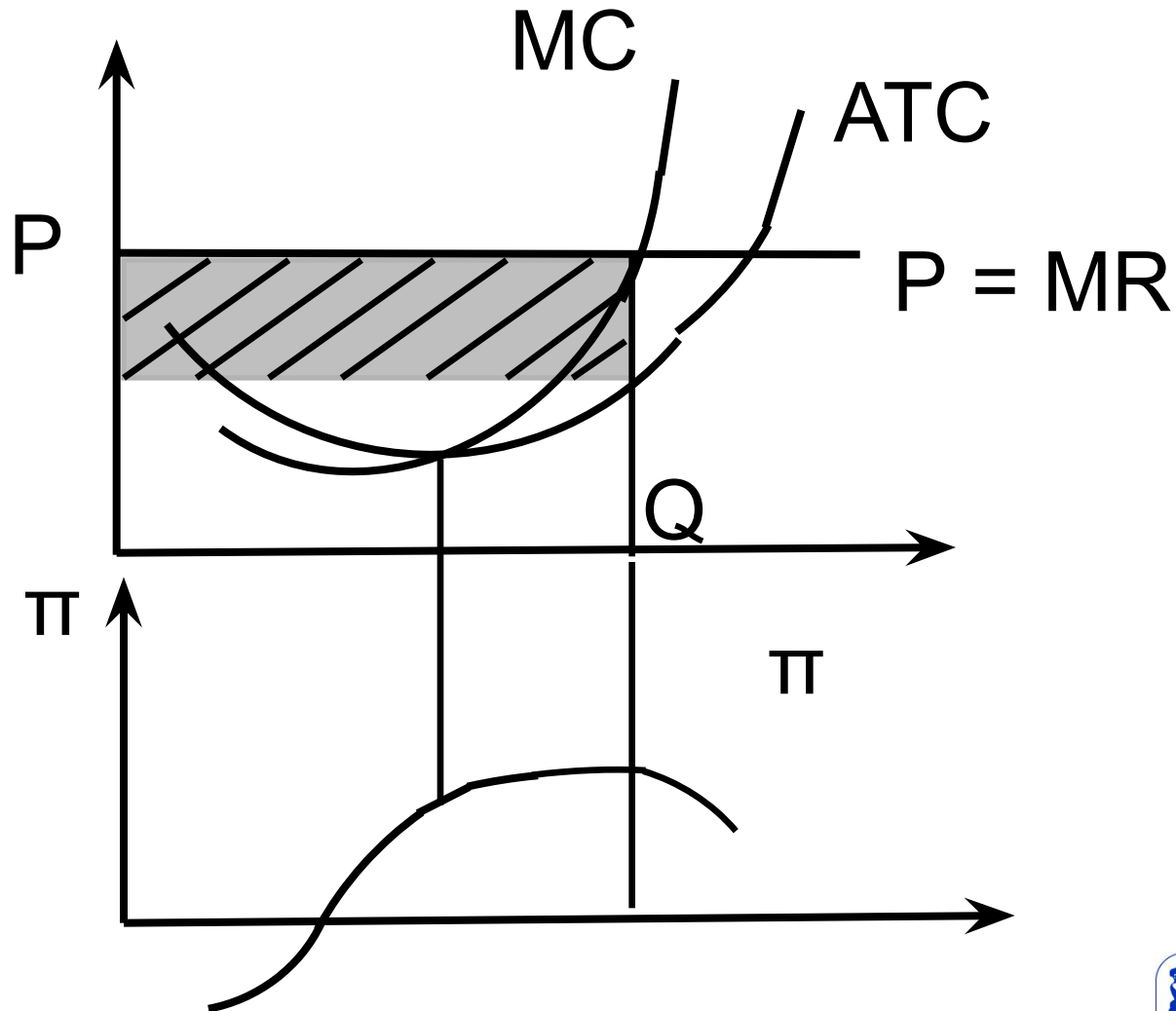


# Первое условие максимизации прибыли



# Второе условие максимизации

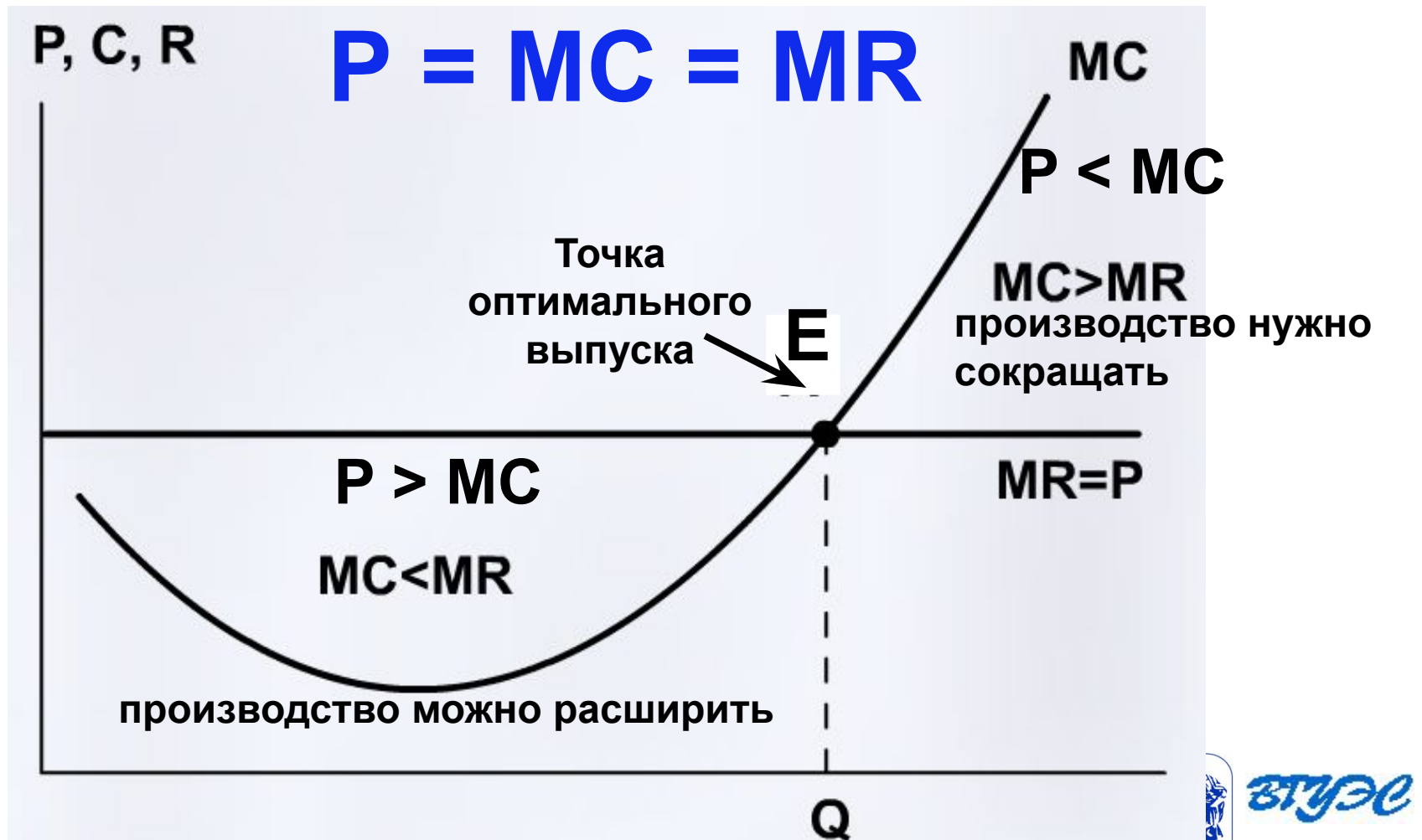
Максимальная прибыль  $\pi = (P - ATC) * Q$



# Конкурентная фирма

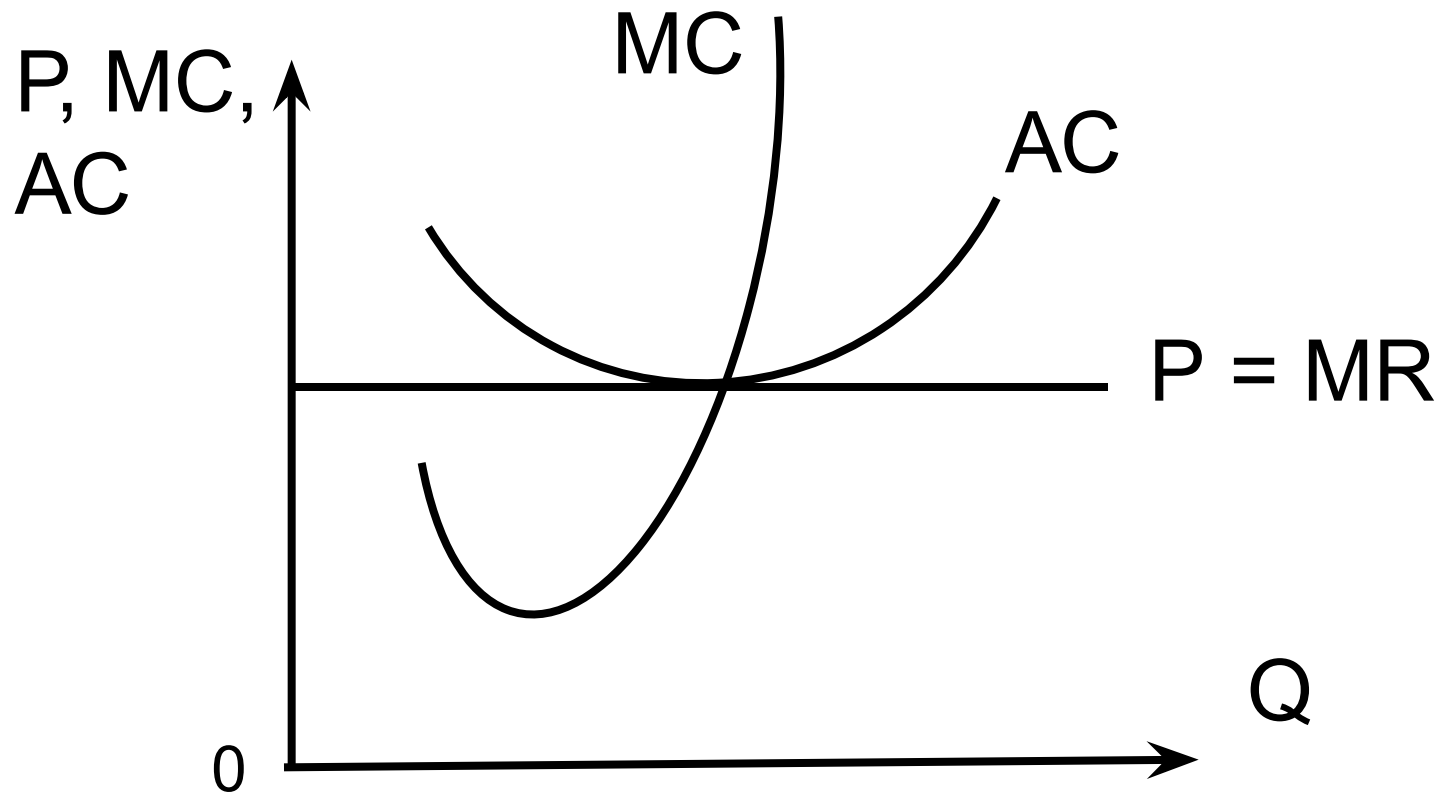
- Фирма, принимающая цену на свою продукцию как данную, не зависящую от реализуемого ею объема продукции на совершенно конкурентном рынке.

# 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

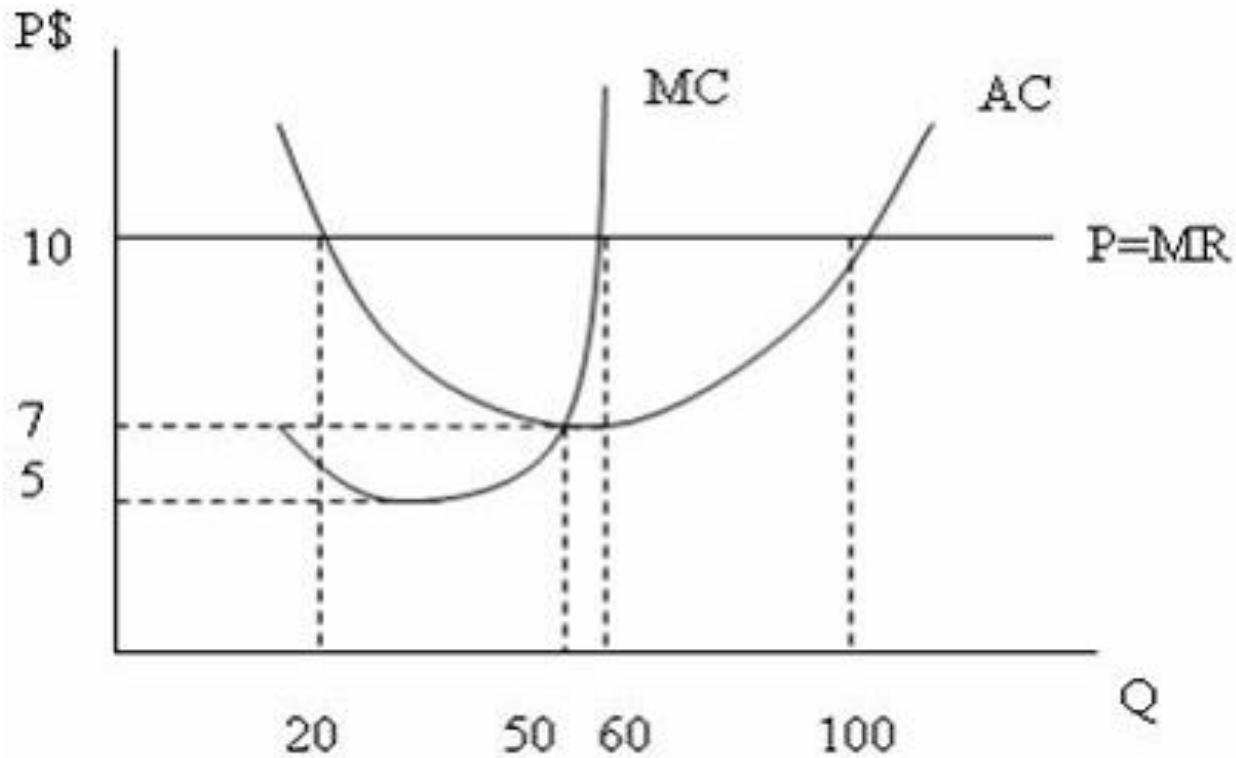
При цене 50 рублей и производстве продукции в 4 единицы общий доход фирмы составит  $TR = P \cdot Q = 50 \cdot 4 = 200$  руб.

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  $TR = P \cdot Q = 10 \cdot 60 = \$600$ .

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

Прибыль  $PR = 600 - 420 = \$180$ .