

КРИЖТ



РЫНОК СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Конкуренция (competition)

состязание между экономическими субъектами, борьба между производителями(продавцами) за рынки сбыта товаров с целью получения более высоких доходов, прибыли, других выгод

$$HH = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2,$$

где S_1, S_2, \dots, S_n – удельные веса производства фирм отрасли.

В российской практике приняты следующие степени концентрации рынка¹:

- ♦ рынки с высокой степенью концентрации ($H > 2000$, $CR3 > 70\%$);
- ♦ рынки с умеренной концентрацией ($1000 < H < 2000$, $45 < CR3 < 70\%$);
- ♦ рынки с низкой степенью концентрации ($H < 1000$, $CR3 < 45\%$).

Степень концентрации оценивается через ряд показателей.

К наиболее значимым из них относятся:

- доля производства трёх (CR3) наиболее крупных фирм в отрасли
- индекс Херфиндаля-Хиршмана (HH)



(mono- один, oligos- несколько, poly- много)
(poleo- продаю, psoneo- покупаю)

Степень влияния фирмы на рыночные цены оценивается с помощью коэффициента рыночной власти Лернера

$$K_L = \frac{P - MC}{P}$$

Коэффициент Лернера - показатель, используемый для определения уровня монопольной власти, расчёт которого основывается на предположении, что монопольная власть определяется той величиной, на которую цена, максимизирующая прибыль, превышает предельные издержки

Для рынка монополистической конкуренции - 0,3-0,5,
для рынка олигополистической конкуренции - в диапазоне 0,6-0,8,
для рынков с доминирующим предприятием он может достигать 0,8-0,9,
для рынка монополии он приближается к 1,0

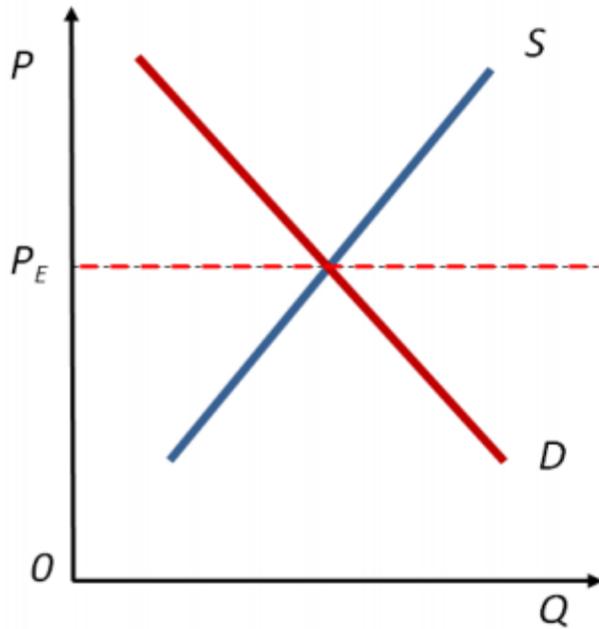
Барьеры входа-выхода условно можно разделить на две группы:

- барьеры искусственные (институциональные) связаны с предоставлением ограниченному кругу фирм лицензий
- барьеры естественные обусловлены экономией на масштабах производства и более низкими издержками производства у действующих фирм

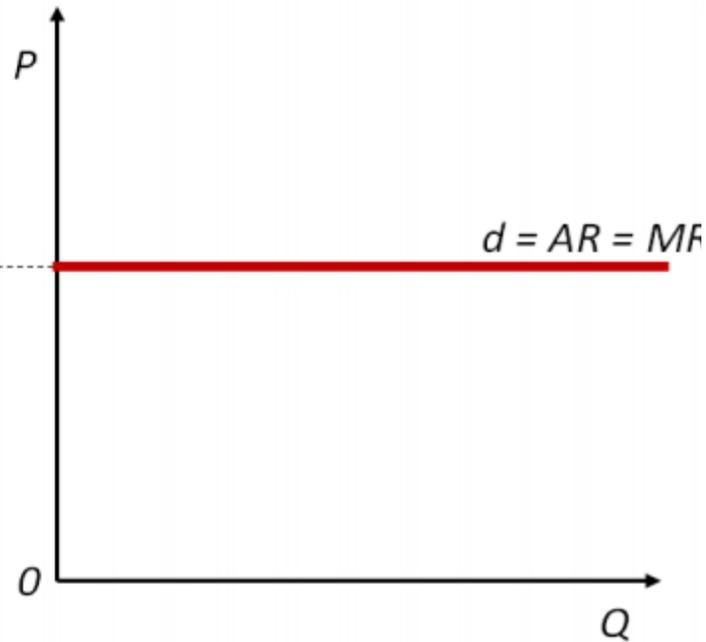
КРИЖТ

МОДЕЛЬ РЫНКА СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

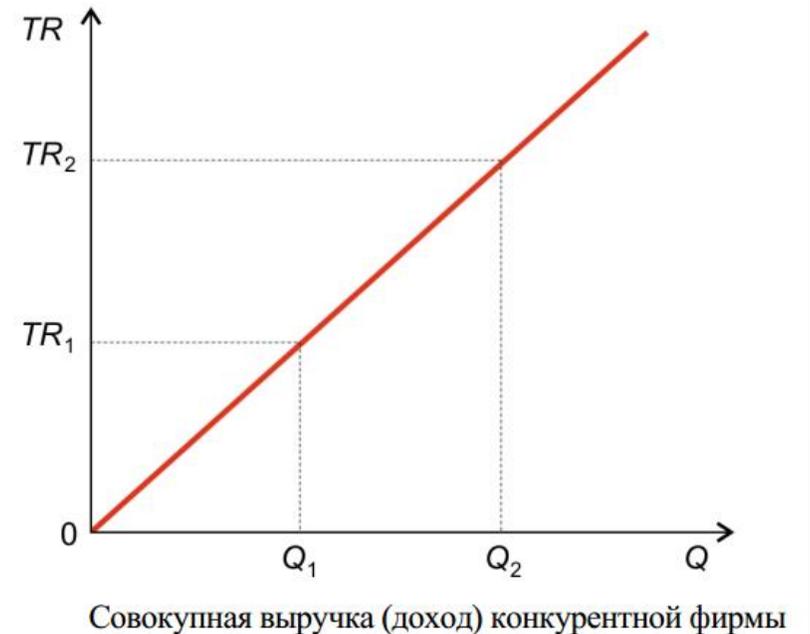
конкуренция между продавцами товаров, имеющая место на так называемом идеальном рынке, где представлено неограниченное количество продавцов и покупателей однородного товара, свободно общающихся между собой



a



б



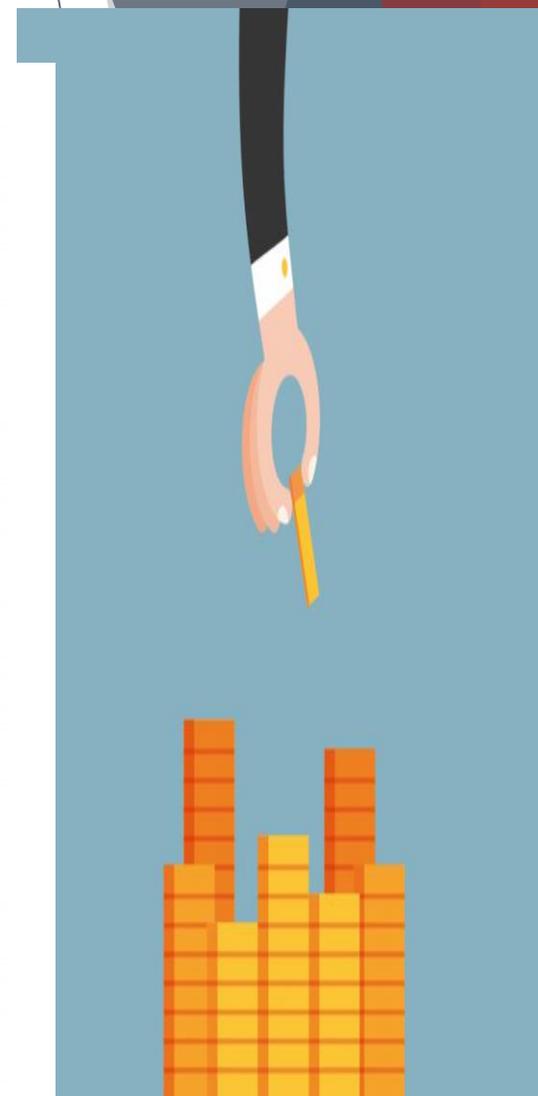
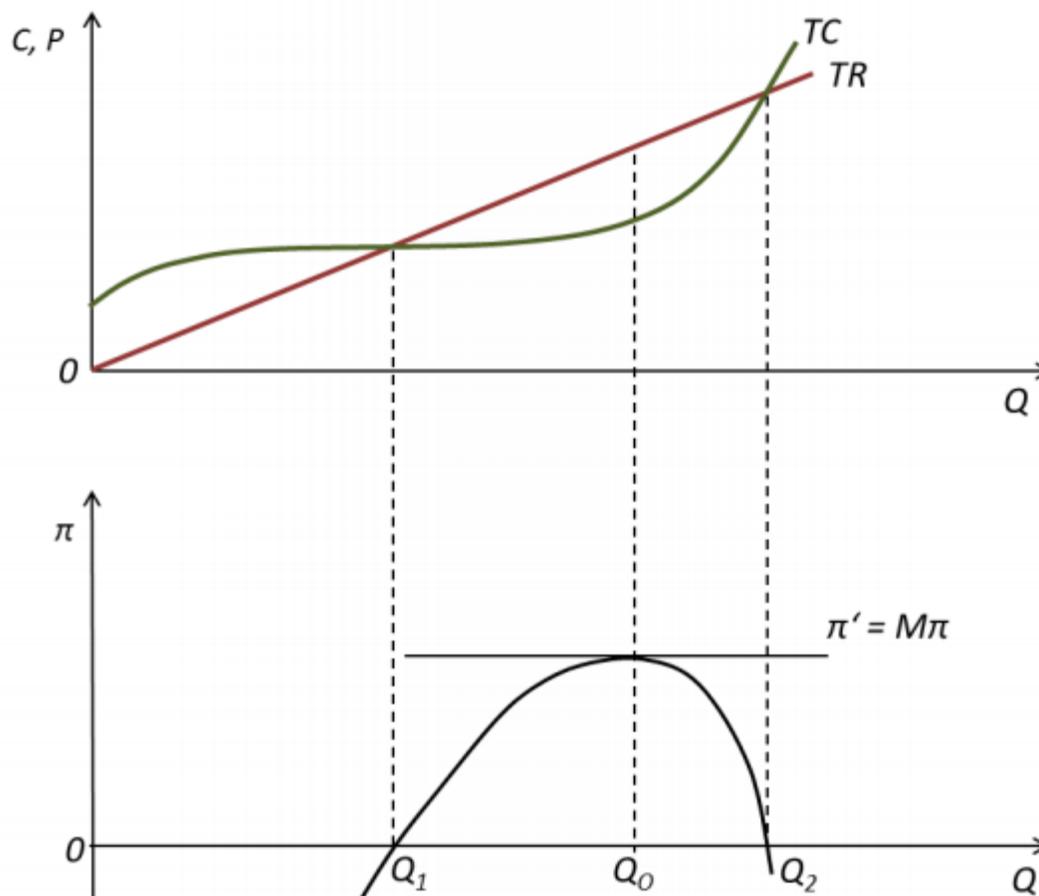
Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы:
a – спрос и предложение на совершенно конкурентном рынке;
б – спрос на продукцию отдельной фирмы

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО ОБЪЁМА ПРОИЗВОДСТВА СОВЕРШЕННО КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЫ

1

Оптимальный объём производства для любой фирмы - это такой объём производства, при котором прибыль фирмы максимальна

сравнение валового дохода с валовыми издержками ($\pi = TR - TC$). Прибыль максимальна, тогда, когда максимальна разница между этими величинами

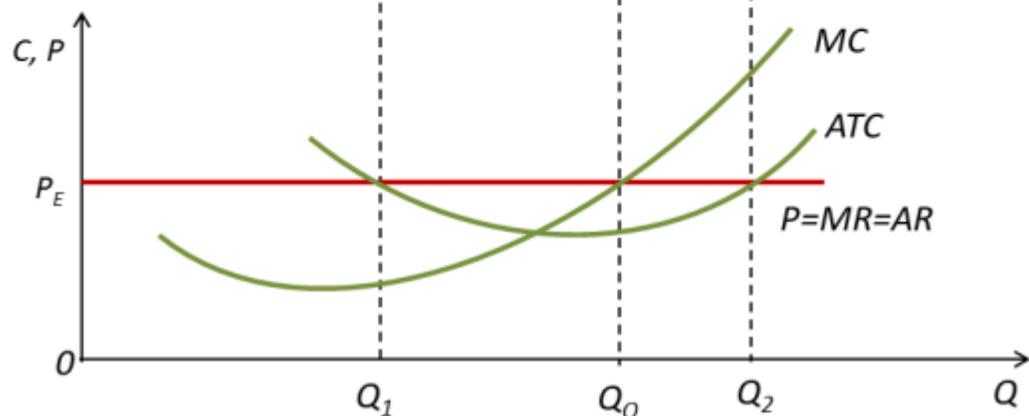
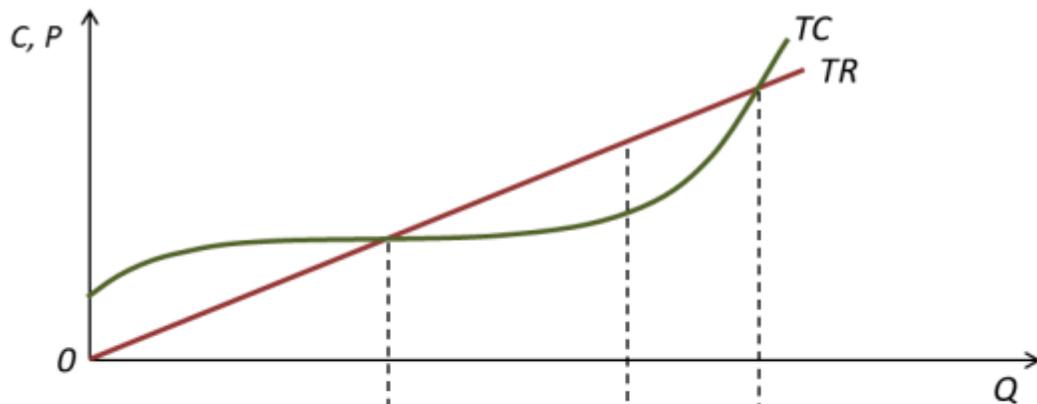


Правило максимизации прибыли фирмы

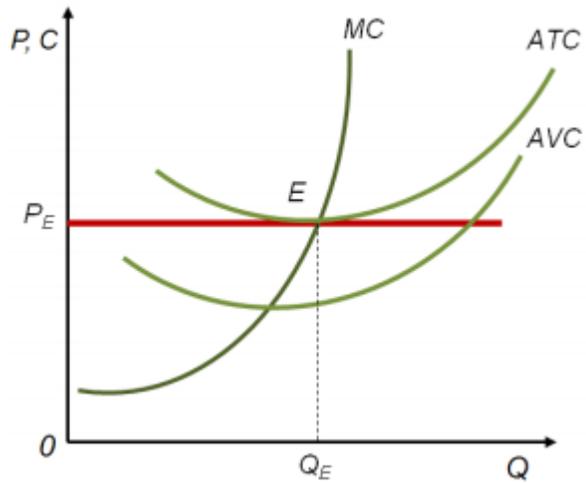
Совокупная прибыль фирмы достигает своего наибольшего значения при таком объёме производства, когда её предельные издержки равны её предельному доходу: $MC = MR$



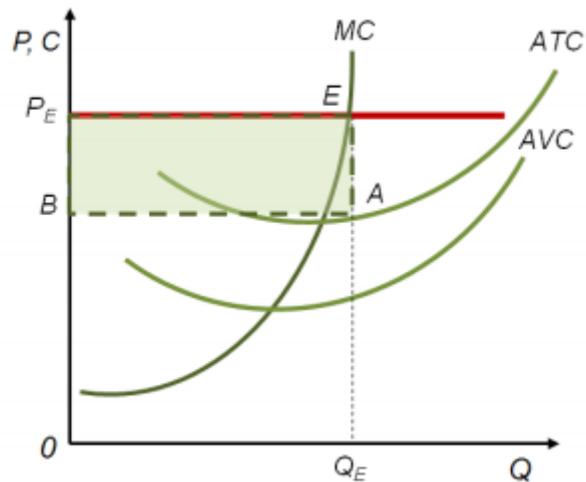
Правило максимизации прибыли для конкурентной фирмы: совокупная прибыль совершенно конкурентной фирмы достигает своего наибольшего значения при таком объёме производства, когда её предельные издержки равны рыночной цене: $MC = P$



При благоприятной конъюнктуре рынка фирмы стараются максимизировать свою прибыль, при неблагоприятной конъюнктуре - минимизировать убытки



Сопоставление средних совокупных издержек с рыночной ценой позволяет определить прибыльность производства. Если средние совокупные издержки фирмы равны рыночной цене, $ATC = P_E$, то фирма получает нулевую экономическую прибыль. Эта цена является для фирмы ценой безубыточности. Она позволяет фирме получать только нормальную прибыль



Если благоприятная рыночная конъюнктура и высокий спрос повышают рыночную цену так, что $ATC < P_E$, то фирма получает положительную экономическую прибыль в объёме, равном площади прямоугольника

При благоприятной конъюнктуре рынка фирмы стараются максимизировать свою прибыль, при неблагоприятной конъюнктуре - минимизировать убытки

если средние издержки превышают рыночную цену ($ATC > PE$), то фирма несёт убытки (имеет отрицательную экономическую прибыль). В этом случае задачу максимизации прибыли сменяет задача минимизации убытков и на повестку дня выносятся решение вопроса о продолжении или остановке производства продукции

Для выявления порога целесообразности продолжения производственной деятельности производится сравнение цены со средними переменными издержками. До тех пор, пока цена больше средних переменных издержек ($PE > AVC$), фирме следует продолжать производство, так как цена покрывает не только средние переменные издержки, но и часть постоянных издержек и сумма убытка будет меньше, чем сумма постоянных издержек

Но если рыночная конъюнктура такова, что цена оказывается ниже средних переменных издержек ($PE < AVC$), фирме следует уйти с рынка, так как её убытки превысят сумму постоянных издержек

Если цена равна средним переменным издержкам ($P = AVC$), то с позиции минимизации убытков фирме безразлично, продолжать или прекращать своё производство, так как величина убытков в обоих случаях будет равна сумме постоянных издержек. Чаще всего фирмы продолжают свою деятельность, чтобы не потерять покупателей и сохранить рабочие места