

КОНКУРЕНЦИЯ - ЭТО ЦЕНТРАЛИЗОВАННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, ОСУЩЕСТВЛЯЕМОЕ МНОЖЕСТВОМ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ИНДИВИДУУМОВ

ФРИДРИХ ХАЙЕК,
АВСТРИЙСКИЙ ЭКОНОМИСТ



Раздел 4. Конкуренция и конкурентное поведение фирмы

Тема 4.1 Рыночные структуры: определяющие признаки и типология. Поведение фирм в условиях совершенной конкуренции

ПЛАН ЛЕКЦИИ:

- 1. Рыночная конкуренция: содержание и механизм действия**
- 2. Рыночные структуры и рыночная власть**
- 3. Совершенная конкуренция: рынок равных возможностей**
- 4. Краткосрочное и долгосрочное равновесие конкурентного рынка**

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ:

- ✘ 1. Концентрация производства и ее историческая динамика.
- ✘ 2. Экономический смысл конкуренции.
- ✘ 3. Источники рыночной власти в экономике современной России.
- ✘ 4. Особенности спроса и предложения на продукт совершенно конкурентной фирмы.
- ✘ 5. Экономическая эффективность совершенно конкурентного рынка.

1. РЫНОЧНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: СОДЕРЖАНИЕ И МЕХАНИЗМ ДЕЙСТВИЯ

Конкуренция - важнейший элемент рынка, главный механизм развития современной ЭКОНОМИКИ.

Эффективность функционирования рынка тем выше, чем активнее конкуренция и чем лучше условия для её проявления.

Конкуренция - это «душа рынка».



-
- ✘ В научной литературе выделяют два различных понимания термина **«конкуренция»**:
 - ✘ 1. Конкуренция как способ взаимодействия на рынке.
 - ✘ 2. Конкуренция как характеристика рыночной структуры.

Конкуренция (от латинского *concurrentia* - столкновение, состязание) как способ взаимодействия - это соперничество, экономическая борьба, состязательность между продавцами - производителями за право получения максимальной прибыли и между покупателями при покупке товаров за большую выгоду.

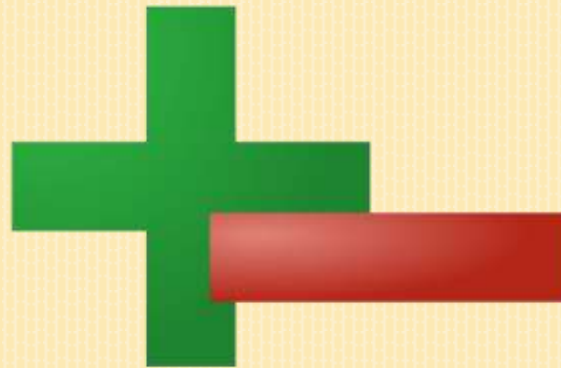


-
- × Конкуренция как характеристика рыночной структуры: в этом случае конкуренция рассматривается как состояние рынка, которое задается его структурными параметрами и одновременно предписывает определенный тип конкурентного поведения продавцов.
 - × Конкуренция может трактоваться и как соперничество за доступ к редким ресурсам.

-
- ✘ Сфера конкурентного взаимодействия включает **три формы соперничества**:
 - ✘ 1. Между покупателем и продавцом.
 - ✘ 2. Между покупателями.
 - ✘ 3. Между продавцами.
 - ✘ **Специфичность микроэкономического анализа состоит в том, что конкуренция рассматривается как статичное явление, и при анализе рыночных структур ограничиваются исследованием соперничества между продавцами.**

Позитивные явления конкуренции: *снижение издержек; быстрое внедрение НТП; гибкое приспособление к спросу; высокое качество продукции; препятствие к завышению цен.*

Негативные явления конкуренции: *разорение многих субъектов рыночной экономики; анархия и кризис производства; чрезмерная эксплуатация ресурсов; экологические нарушения.*



Основные условия возникновения конкуренции:

1

- *полная хозяйственная (экономическая) обособленность каждого товаропроизводителя*

2

- *полная зависимость товаропроизводителя от конъюнктуры рынка*

3

- *противостояние всем другим товаропроизводителям в борьбе за покупательский спрос*

Функция конкуренции:

1. Размещения (аллокационная) -

направляет ограниченные ресурсы в те отрасли и виды деятельности на продукцию и услуги которых имеется спрос.

2. Инновационная - стимулирует внедрение достижений науки и техники, выпуск **НОВЫХ ВИДОВ** продукции и услуг, **НОВЫХ** технологий, повышение качества продукции и услуг, и т.д.

3. Распределительная функция -

создает условия для получения доходов и прибыли наиболее успешным предприятиям и приводит к банкротству предприятия, чья продукция и услуги невостребованные.

4. Контрольная функция - инструмент (средство), которое препятствует возникновению и существованию устойчивой монопольной власти на рынке.

Виды конкуренции:

1. По методам осуществления



Ценовая конкуренция предполагает продажу товаров по более низким ценам, чем у конкурентов. Снижение цены теоретически возможно либо за счет снижения издержек производства, либо за счет уменьшения прибыли.



Неценовая конкуренция основана на предложении товаров более высокого качества, с большей надежностью и сроками службы, на использовании методов рекламы и других способов стимулирования сбыта.

2. ПО ОТРАСЛЕВОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ

1

- Внутриотраслевая конкуренция -- конкуренция между предпринимателями, производящими однородные товары, за лучшие условия производства и сбыта, за получение сверхприбыли.

2

- Межотраслевая конкуренция -- это конкуренция между предпринимателями, занятыми в различных отраслях производства, из-за выгодного приложения капитала, перераспределения прибыли.

3. ПО СТЕПЕНИ СВОБОДЫ

свободная

- **Совершенная конкуренция** - свобода от какой бы то ни было регламентации: свободный доступ к факторам производства, свободное ценообразование и др.

монополистическая

- **Монополистическая конкуренция** - имеют возможности влиять на условия реализации товаров.

2. РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ И РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ

- ✦ Конкуренция анализируется относительно отраслевых рынков, представляющих собой группу фирм, реализующих взаимозаменяемые блага для удовлетворения одной и той же потребности.
- ✦ Каждый отраслевой рынок характеризуется особым типом его организации, которая определяется комбинацией присущих рынку признаков.

× **Признаки рыночной структуры**

- × **1. Количество продавцов и покупателей.**
- × **2. Размер контролируемых отдельными субъектами долей рынка.**
- × **3. Степень дифференциации продукта.**
- × **4. Наличие отраслевых барьеров для входа на рынок и выхода из него.**
- × **5. Степень полноты информации.**
- × **6. Характер взаимодействия фирм.**
- × **7. Степень контроля над ценами.**

-
- ✘ В зависимости от комбинации признаков формируются разные **типы рыночных структур**, которые различаются по степени конкурентности:
 - ✘ 1. Совершенная конкуренция.
 - ✘ 2. Монополистическая конкуренция.
 - ✘ 3. Олигополия.
 - ✘ 4. Чистая монополия.

Типы рыночных структур	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Количество фирм	неограниченно большое	много	несколько	одна
Тип продукта	однородный	дифференцированный	однородный дифференцированный	уникальный
Рыночная власть	отсутствует	небольшая	высокая	максимальная
Барьеры	отсутствуют	невысокие	высокие	непреодолимые

-
- × Другие виды конкуренции:
 - × Монопсония - присутствует единственный покупатель, который предъявляет спрос на однородный продукт многих продавцов.
 - × Олигопсония - тип рыночной структуры, где множеству продавцов противостоит ограниченное число покупателей.
 - × Двусторонняя монополия - тип рыночной структуры, где монополисту со стороны предложения противостоит монополист со стороны спроса.
 - × Состязательный (квазиконкурентный) рынок - рынок, который характеризуется монопольными признаками, но действует как конкурентный.

-
- × Приведем примеры классификационных признаков рыночных структур:
 - × **1.Количество фирм в отрасли** - одна, несколько, много.
 - × Степень концентрации производства в отрасли оценивается с помощью коэффициента Херфиндаля-Хиршмана:
 - ×
 - × $H = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$,
 - × где S_1, S_2, \dots, S_n – удельные веса производства фирм отрасли.
 - × Так, если действует одна фирма, то $H=100\%^2=10000$.

-
- ✘ **Степени концентрации рынка с использованием индекса Н:**
 - ✘ - рынки с высокой степенью концентрации ($H > 1800$, $CR3 > 80\%$);
 - ✘ - рынки с умеренной концентрацией ($1000 < H < 1800$, $45 < CR3 < 80\%$);
 - ✘ - рынки с низкой степенью концентрации ($H < 1000$, $CR3 < 45\%$).
-
- ✘ **Для российской высокомонополизированной экономики характерны несколько другие критерии:**
 - ✘ - рынки с высокой степенью концентрации ($H > 2000$, $CR3 > 70\%$);
 - ✘ - рынки с умеренной концентрацией ($1000 < H < 2000$, $45 < CR3 < 70\%$);
 - ✘ - рынки с низкой степенью концентрации ($H < 1000$, $CR3 < 45\%$).

Участники рынка	Выручка, млн.руб.	Прибыль до налогов, млн.руб.	Рыночная власть	Доля на рынке, %
«Orimi»	3303	991	0,30	30,7
«May»	1747	472	0,27	15,4
«Unilever»	1962	491	0,25	10,5
«SDS Foods»	1850	407	0,22	9,8
«Akbar»	528	95	0,18	4,1
«Авалон»	531,5	90	0,17	3,9
«Grand Steuart»	352	53	0,15	2,7

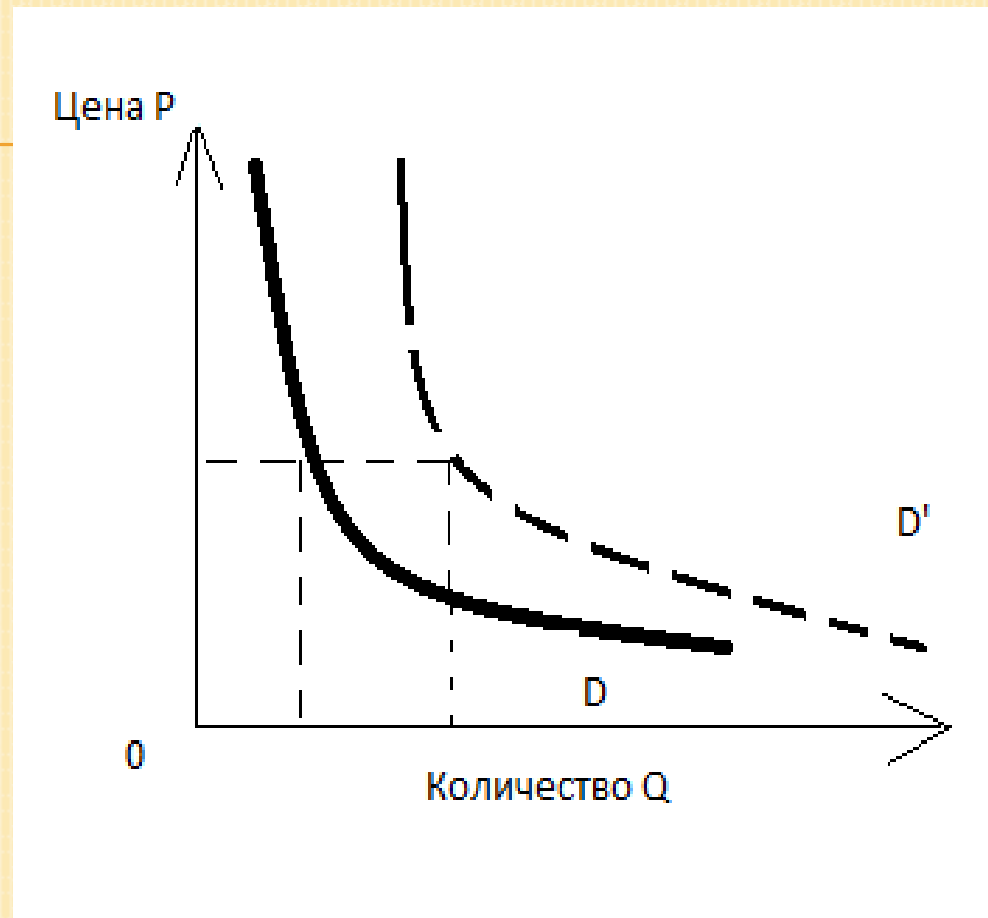
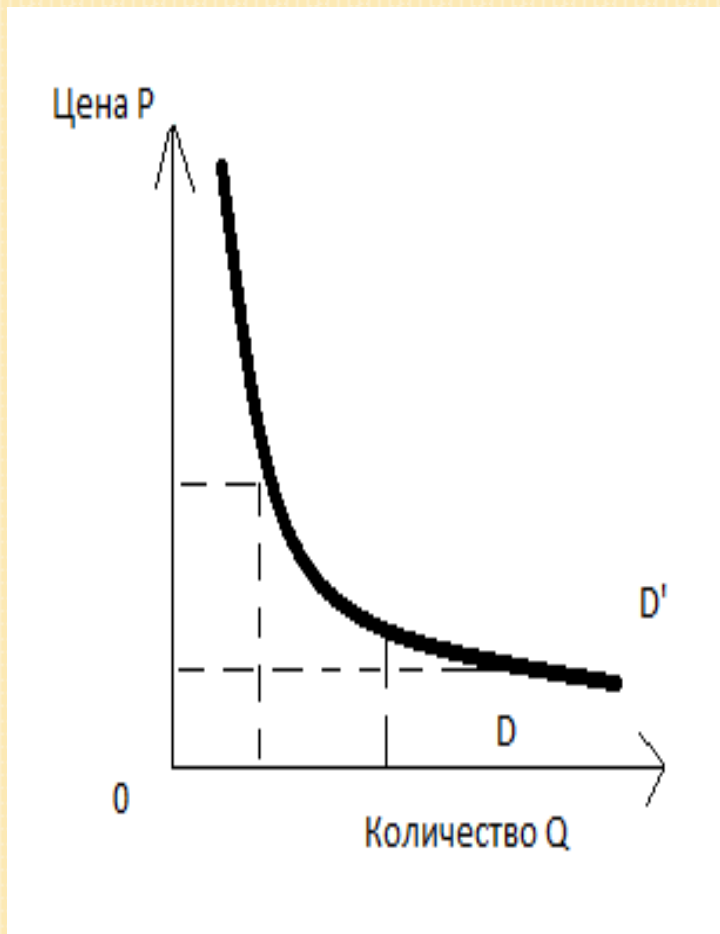
3. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: РЫНОК РАВНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

- ✘ В микроэкономическом анализе типология конкуренции опирается на выделение **двух признаков**:
 - ✘ 1. Природы движущих сил конкуренции.
 - ✘ 2. Эффективности выполнения функциональной роли.
- ✘ Поскольку и то и другое связано с рыночной властью, то наличие или отсутствие рыночной власти рассматривается как критерий определения типа конкуренции.
- ✘ Выделяют два типа конкуренции: совершенную и несовершенную конкуренцию.

Совершенная (чистая) конкуренция - это рыночная ситуация, когда многочисленные, независимо действующие производители продают идентичную (стандартизированную) продукцию, причем ни один из них не в состоянии контролировать рыночную цену.

× **Признаки совершенной конкуренции:**

- × 1. Продукция однородна.
- × 2. Число экономических субъектов неограниченно.
- × 3. Свобода входа и выхода на рынке.
- × 4. Совершенное знание всех субъектов рынка.
- × 5. Присутствует только ценовая конкуренция и разница в ценах - единственная причина предпочтения той или иной фирмы (рисунок 1).



**РИСУНОК 1 - ЦЕНОВАЯ И НЕЦЕНОВАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ**

-
- ✘ Все характеристики модели совершенной конкуренции являются настолько строгими, что практически нет реальных рынков, которые бы соответствовали им полностью.
 - ✘ *Тем не менее, модель совершенной конкуренции является крайне важным элементом экономического анализа.*

-
- ✘ Достоинства совершенной конкуренции:
 - ✘ 1. Производство осуществляется максимально эффективно.
 - ✘ 2. Распределение ресурсов происходит в оптимальном режиме.
 - ✘ 3. Безубыточность и устойчивость предприятий.

-
- × Недостатки совершенной конкуренции:
 - × 1. Неспособность применять высокопроизводительную технику.
 - × 2. Неспособность к НИОКР.
 - × 3. Неспособность производить общественные блага.

 - × Совершенный конкурент является на рынке ценополучателем и кривая его индивидуального спроса абсолютно эластична по цене (рисунок 2):

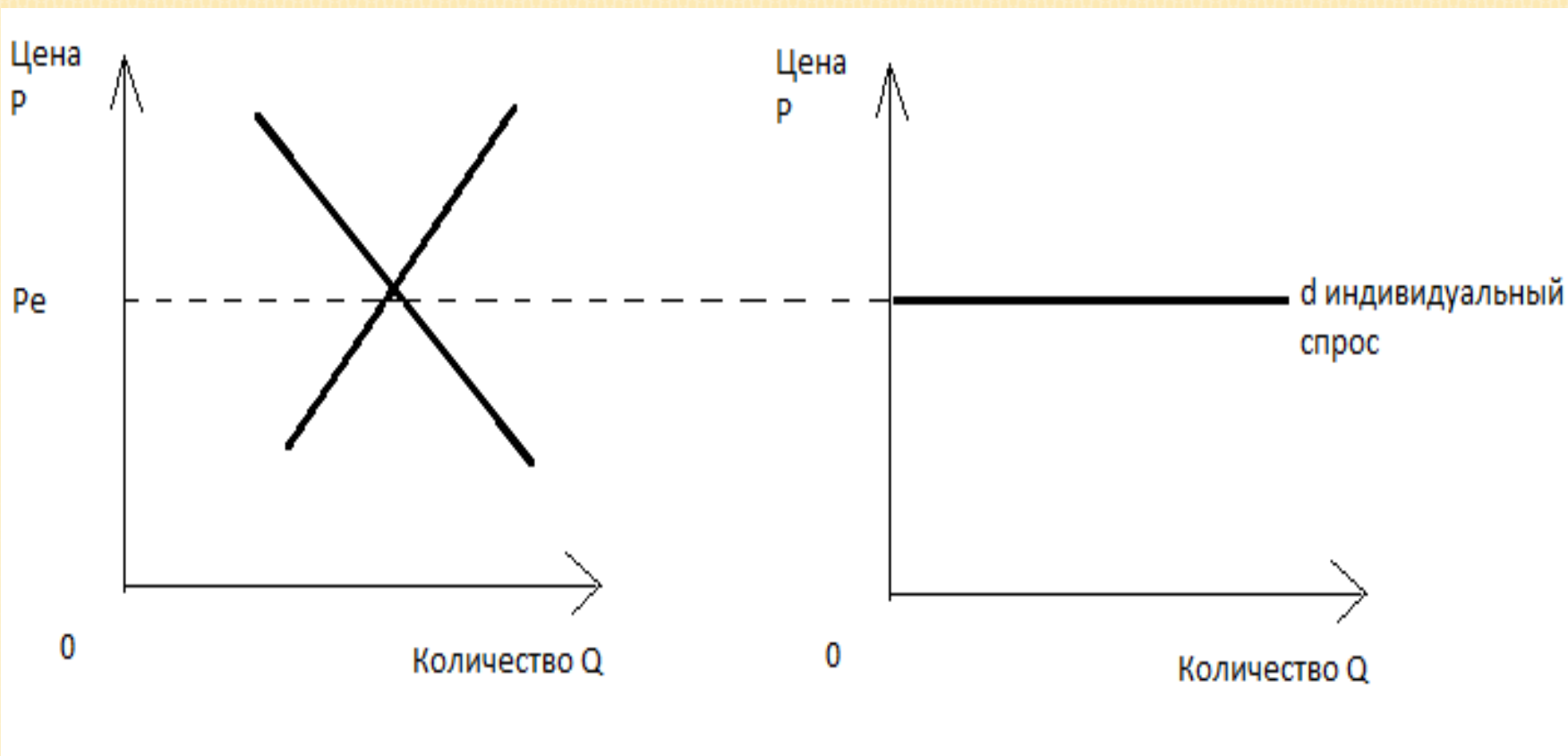


РИСУНОК 2 - КРИВАЯ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ КОНКУРЕНТНОЙ ФИРМЫ: РЫНОЧНЫЙ СПРОС И СПРОС НА ПРОДУКЦИЮ ОТДЕЛЬНОЙ ФИРМЫ

ПОЯСНЕНИЯ К РИСУНКУ 2:

- ✘ Кривая рыночного спроса убывает, поскольку, чем больше продукта на рынке, тем по более низким ценам готовы его купить потребители.
- ✘ Кривая спроса d , с которой имеет дело **отдельная фирма**, представляет собой горизонтальную кривую, поскольку конкурентная фирма может продать дополнительное количество продукции без сокращения цены.

-
- ✘ В силу однородности продукции и наличия большого числа совершенных заменителей ни одна фирма не может продавать свой товар по цене, хоть немного превышающей цену равновесия P_e .
 - ✘ Вместе с тем у конкурентной фирмы нет необходимости продавать товар по цене ниже равновесной, поскольку объем ее продаж крайне мал по сравнению с совокупным рынком.

-
- ✘ Поскольку решения отдельной фирмы не влияют на рыночную цену ($P_e = \text{const}$), то кривая совокупного дохода фирмы TR будет возрастать прямо пропорционально объему производства.
 - ✘ **Совокупный доход, TR** - это общая величина дохода, полученного фирмой от реализации продукции:
 - ✘ $TR = P * Q$

-
- × Предельный и средний доход совершенно конкурентной фирмы определяется текущей рыночной ценой:

- × $AR = MR = P$

- × Напоминание:

- × Средний доход, AR - доход от реализации единицы продукции:

- × $AR = TR / Q$

- × Предельный доход, MR – добавочный доход от реализации дополнительной единицы выпуска:

- × $MR = \Delta TR / \Delta Q$

- ×

Объем выпуска, Q	Рыночная цена, P	Совокупный доход, $TR=P*Q$	Средний доход $AR=TR/Q$	Предельный доход $MR= \Delta TR / \Delta Q$
0	50	0	–	–
10	50	500	50	50
20	50	1000	50	50
30	50	1500	50	50
40	50	2000	50	50

4. КРАТКОСРОЧНОЕ И ДОЛГОСРОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ КОНКУРЕНТНОГО РЫНКА

- ✘ Согласно традиционным теориям фирмы и рынков, максимизация прибыли является основной целью фирмы.
- ✘ Поэтому конкурентная фирма должна выбрать такой объем поставляемой продукции, чтобы достичь максимальной прибыли за каждый период продаж.
- ✘

× Прибыль будет максимальной, если объем выпуска составляет наибольшую разницу между совокупными доходами **TR** и совокупными издержками **ТС**:

× **$\Pi = TR - TC = \max$**

$$\Pi = TR - TC = \max$$

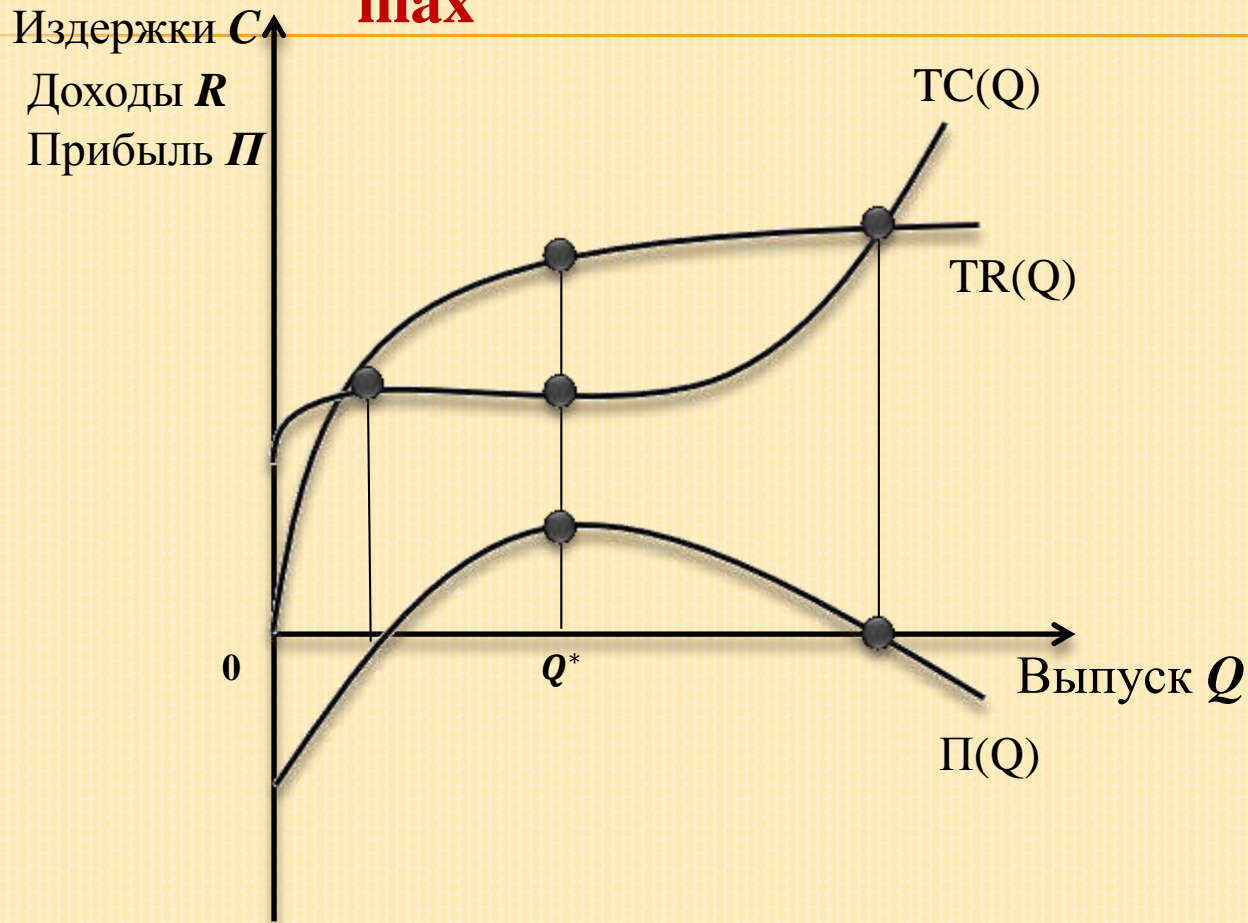


Рисунок 3 - Оптимальный объем выпуска в краткосрочном периоде

-
- ✘ Для любых рыночных структур действует правило:
 - ✘ Совокупная прибыль достигает своего наибольшего значения при таком выпуске, когда предельные издержки равны предельному доходу:
 - ✘ $MC=MR.$
 - ✘ В условиях совершенной конкуренции это правило несколько модифицируется.
 - ✘

-
- × Поскольку рыночная цена тождественна среднему и предельному продукту конкурентной фирмы
 - × $P=AR=MR$,
 - × то равенство предельных издержек и предельных доходов трансформируется в равенство предельных издержек и цены:
 - × $MC=P$.

-
- ✘ Итак, максимально прибыльное равновесие совершенно конкурентной фирмы - это такое положение фирмы, когда объем предлагаемых благ определяется равенством рыночной цены предельным издержкам и предельному доходу:

- ✘ $P = MC = MR$

-
- × Для оценки краткосрочной функции предложения конкурентной фирмы следует исходить как из условия равновесия
 - × $P=MC$,
 - × так и из условия целесообразности продолжения производства
 - × $P > \min AVC$.

-
- × Фирмы – конкуренты **будут наращивать производство** до того уровня, при котором цена сравнивается с предельными издержками
 $P=MC$.
 - × и прекратят производство, если цена будет ниже минимального значения средних переменных издержек:
 - × **$P < \min AVC$, (рисунок 4):**

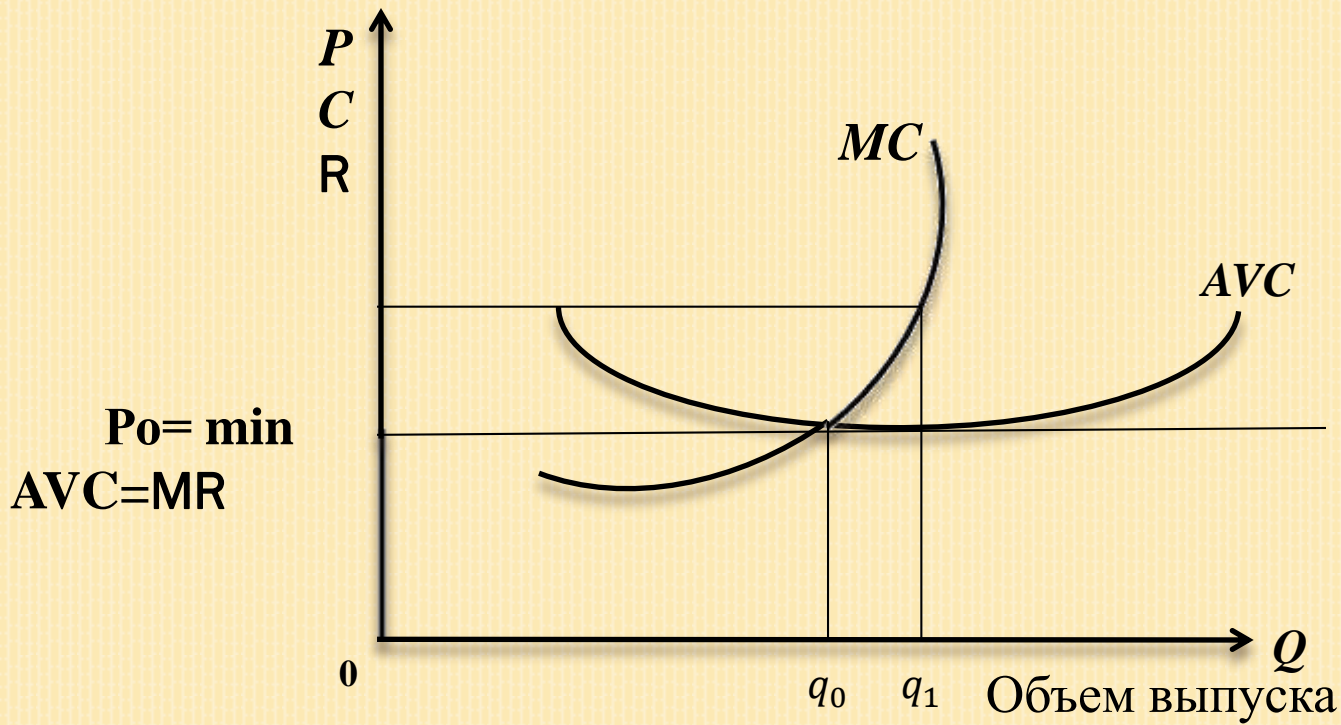


Рисунок 4 - Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде

-
- ✘ *Кривая индивидуального предложения конкурентной фирмы будет совпадать с кривой ее предельных издержек MC выше минимального уровня средних переменных издержек AVC .*
 - ✘ *При более низком, чем $\min AVC$ уровне рыночных цен, кривая предложения будет совпадать с осью цен.*

-
- ✘ В долгосрочном периоде все факторы производства являются переменными.
 - ✘ Для действующих на рынке фирм это предполагает:
 - ✘ -возможность изменения размеров производства ,
 - ✘ -внедрения новых технологий и модификации продукции.
 - ✘ По отрасли возможно изменение числа фирм – производителей.

-
- × **Конкурентное долгосрочное равновесие предполагает выполнение трех условий:**
 - × **1. Все действующие фирмы отрасли наилучшим образом используют имеющиеся ресурсы и максимизируют свою прибыль:**
 - × **$P=MC$.**
 - × **2. Ни у одной из фирм нет побудительных мотивов для входа-выхода из отрасли, поскольку все фирмы получают нулевую экономическую прибыль:**
 - × **$P=TR-TC=0$, или $P=ATC$.**

✘ 3. Цена на рынке такова, что совокупное предложение рынка соответствует совокупному спросу потребителей:

✘ $Q(S) = Q(D)$

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ:

- ✘ **1. Конкуренция-это соперничество, экономическая борьба между продавцами - производителями за право получения максимальной прибыли и между покупателями при покупке товаров за большую выгоду.**
- ✘ **2. Отраслевой рынок представляет собой группу фирм, реализующих взаимозаменяемые блага. Каждый отраслевой рынок характеризуется особым типом его организации, которая определяется комбинацией присущих рынку признаков.**
- ✘ **3. Существуют различные типы рыночных структур, которые различаются по степени конкурентности: совершенная конкуренция; монополистическая конкуренция; олигополия; чистая монополия., двусторонняя монополия, квазиконкурентный рынок.**

-
- ✘ **4. Совершенная конкуренция -это рыночная ситуация, когда многочисленные, независимо действующие производители продают идентичную (стандартизированную) продукцию, причем ни один из них не в состоянии контролировать рыночную цену.**
 - ✘ **5.Исходя из существующих в данный момент рыночных и технологических условий, фирма определяет оптимальный объем выпуска, т.е. объем, который обеспечивает фирме максимально возможную прибыль.**
 - ✘ **6.Максимально прибыльное равновесие совершенно конкурентной фирмы -это такое положение фирмы, когда объем предлагаемых благ определяется равенством рыночной цены предельным издержкам и предельному доходу.**

КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ:

- ×
- × **1. Когда экономисты используют понятие «отраслевой рынок», то они понимают под этим:**
- × А) группировку фирм, использующих одинаковые ресурсы;
- × Б) номенклатуру продукции, производимую отдельной отраслью;
- × В) группу фирм, производящих взаимодополняющие товары;
- × Г) группу фирм, производящих взаимозаменяемые товары;
- × Д) группу фирм с общими организационными признаками.
- ×
- × **2. Какая из нижеперечисленных характеристик используется экономистами для определения типа рыночной структуры:**
- × А) количество продавцов и характер распределения рынка между ними;
- × Б) степень однородности продукта, реализуемого фирмами;
- × В) характер взаимодействия участников рынка;
- × Г) высота отраслевых барьеров;
- × Д) все перечисленное.
- ×

-
- × **3. Конкуренция между автомобилестроительным и трубопроводным заводами на рынке труда является конкуренцией:**
 - × А) межотраслевой;
 - × Б) внутриотраслевой;
 - × В) ценовой;
 - × Г) неценовой.

 - × **4. Что характерно для модели совершенной конкуренции:**
 - × А) небольшая рыночная власть отдельной фирмы на рынке;
 - × Б) абсолютная неэластичность спроса на продукцию отдельно фирмы;
 - × В) наличие естественных барьеров на пути вхождения в рынок;
 - × Г) однородность продукции на рынке;
 - × Д) полная информированность экономических субъектов о рыночных условиях.