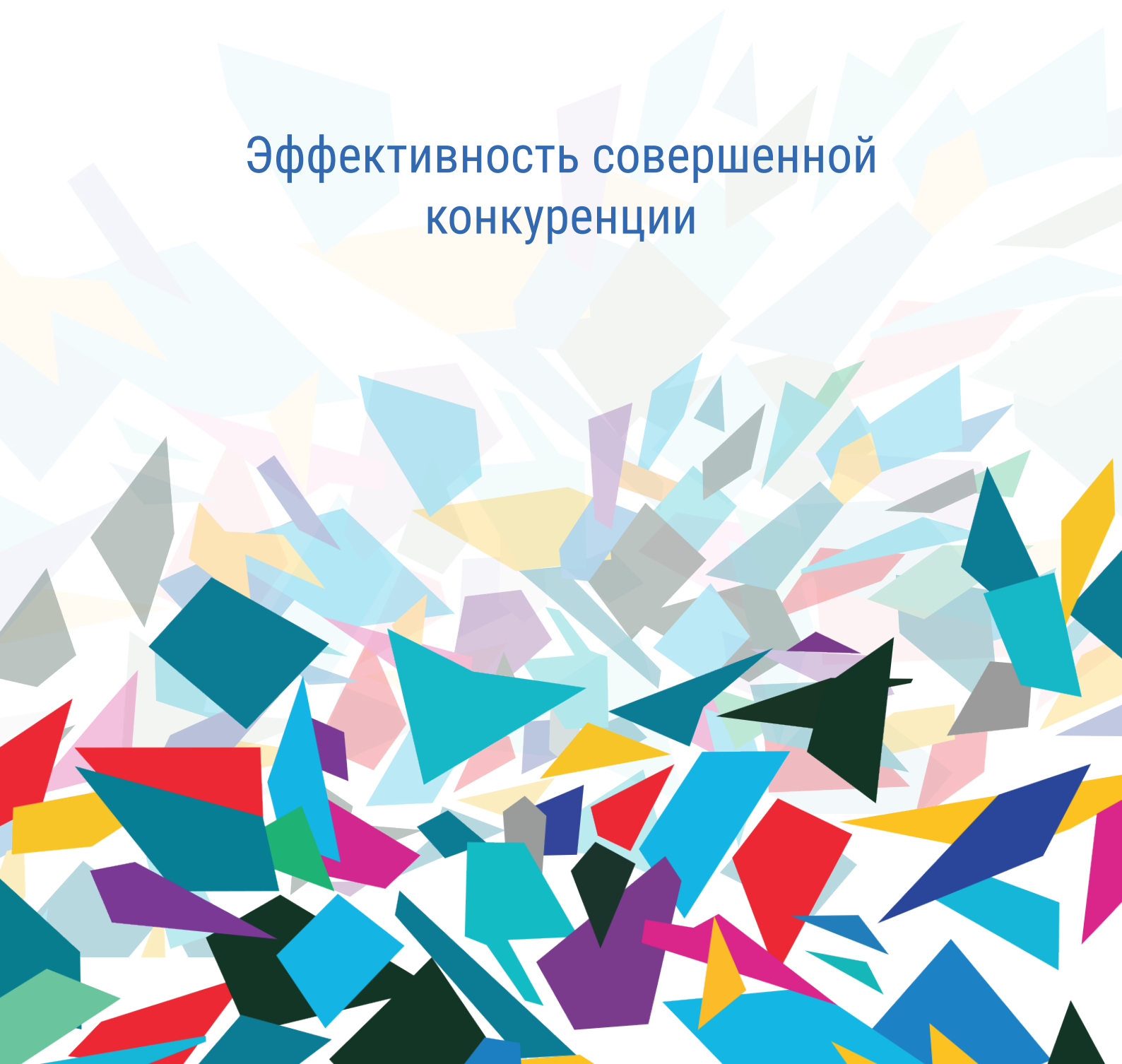


МИКРОЭКОНОМИКА

Эффективность совершенной конкуренции





Цели:

- Определить совершенную конкуренцию
- Объяснить, как фирмы принимают решение о выпуске, и почему иногда они закрываются и увольняют рабочих
- Объяснить, как определяется цена и количество выпуска на рынке совершенной конкуренции
- Объяснить, почему фирмы входят и покидают конкурентный рынок, и последствия входа и выхода
- Объяснить прогнозирование эффекта изменения спроса и технологического совершенствования
- Объяснить, почему совершенная конкуренция эффективна

Вопрос лекции:

1. Прогнозирование эффекта изменения спроса и технологического совершенствования
2. Почему совершенная конкуренция эффективна?

Основные понятия

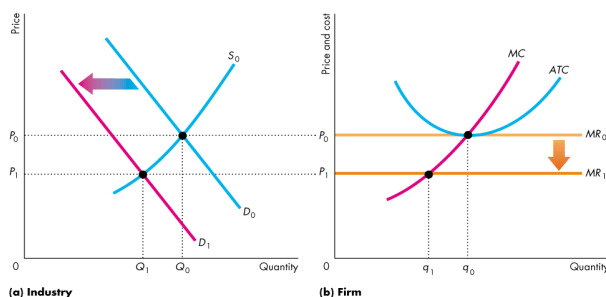
1. Изменение вкусов и совершенствование технологий

Постоянное изменение спроса

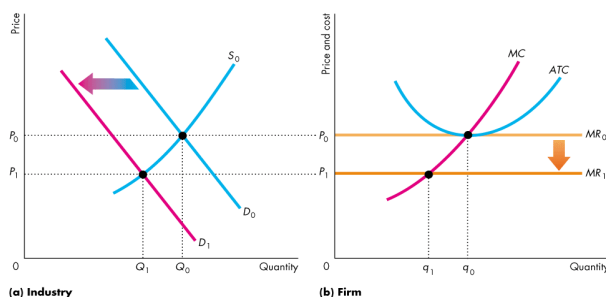
Постоянное уменьшение спроса сдвигает рыночную кривую спроса влево. Цена на рынке падает и количество спроса уменьшается.

Следующий рисунок показывает эффект постоянного уменьшения спроса, когда рынок находится в долгосрочном периоде.

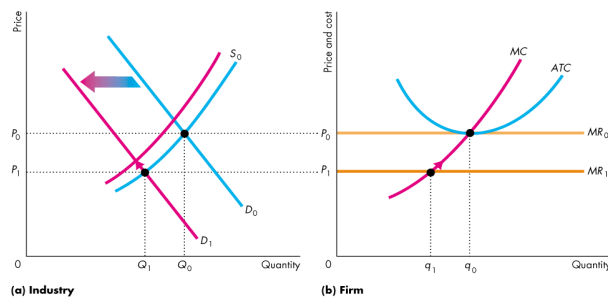
Уменьшение спроса сдвигает рыночную кривую спроса влево. Рыночная цена падает, и каждая фирма уменьшает количество выпуска.



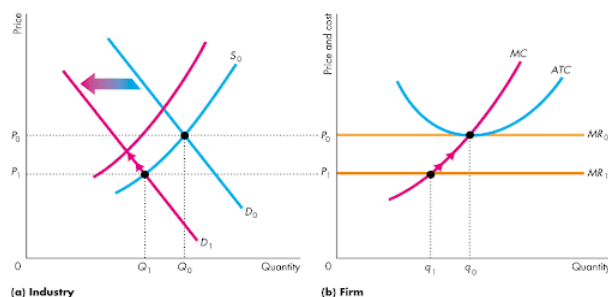
Теперь рыночная цена ниже минимума средних общих затрат каждой фирмы, поэтому фирмы несут экономические потери.



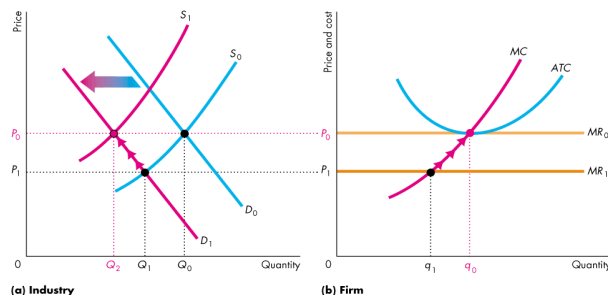
Экономические потери стимулируют фирмы уйти с рынка, что уменьшает рыночное предложение, и цены на рынке начинают расти.



Цена растет, но количество, произведенное всеми фирмами на рынке, продолжает уменьшаться, так как все больше фирм уходит с рынка, но каждая, оставшаяся на рынке фирма, старается увеличить выпуск.

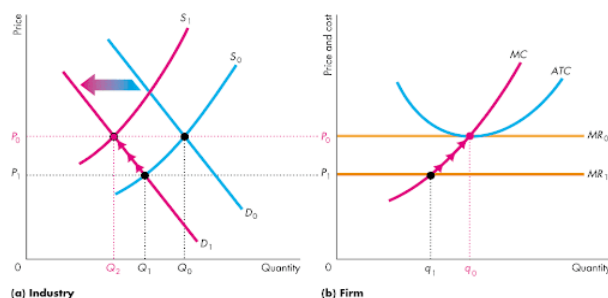


Новое равновесие на рынке наступает, когда цена вырастет до значения минимума средних общих затрат. Фирмы имеют нормальную – нулевую – прибыль и далее не уходят с рынка.



Основная разница между старым и новым равновесием в долгосрочном периоде – это количество фирм на рынке.

Меньше фирм остается на рынке, которые производят равновесное количество выпуска.



Постоянное увеличение спроса имеет противоположный эффект тому, что мы описали раньше и показанному на предыдущих рисунках.

Постоянное увеличение спроса сдвигает кривую спроса вправо. Цена растет и количество увеличивается.

Экономическая прибыль стимулирует вход на рынок, который сдвигает краткосрочную кривую предложения вправо.

По мере падения цен количество выпуска увеличивается.



С падающей ценой каждая фирма уменьшает свое предложение по мере движения по своей кривой предельных затрат MC (кривой предложения).

Новое долгосрочное равновесие возникает, когда цена достигнет значения минимума средних общих затрат.

Фирмы имеют нулевую прибыль, и у них нет стимула входить на рынок.

Основная разница между старым и новым равновесием в долгосрочном периоде – это количество фирм на рынке. В новом равновесии большее количество фирм производят равновесный выпуск.

Экстернальные экономия и дисэкономия

Изменение равновесной цены в долгосрочном периоде вследствие постоянного изменения спроса зависит от экстернальных экономик и дисэкономик.

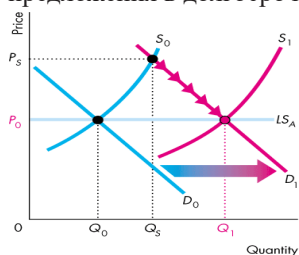
Экстернальные экономии – это факторы, внешние от контроля индивидуальной фирмой, которые уменьшают затраты фирм, по мере увеличения выпуска на рынке (в отрасли).

Экстернальные дисэкономии – это факторы, внешние от контроля индивидуальной фирмой, которые увеличивают затраты фирм по мере увеличения выпуска на рынке (в отрасли).

В отсутствие экстернальных экономик или дисэкономик, затраты фирмы остаются постоянными по мере увеличения выпуска.

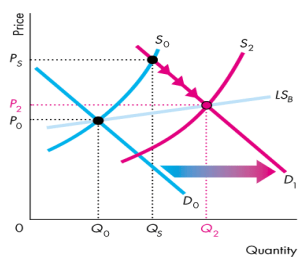
Долгосрочная кривая предложения (LS) показывает, как предложенное количество на рынке меняется по мере изменения цены после всех возможных случившихся регулирований, включая изменения размера завода каждой фирмы и количества фирм на рынке.

Следующие рисунки демонстрируют три возможных случая и показывают рыночные кривые предложения в долгосрочном периоде.



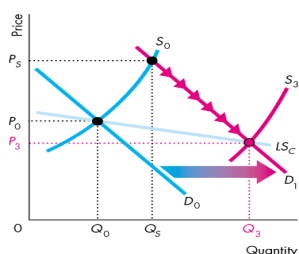
(a) Constant-cost industry

Рисунок (а) показывает, что в отсутствие экстернальных экономик или дисэкономик, увеличение спроса не меняет цену в долгосрочном периоде. Долгосрочная кривая предложения LSA - горизонтальна.



(b) Increasing-cost industry

Рисунок (б) показывает, что экстернальные дисэкономии присутствуют, и увеличение спроса увеличивает цену в долгосрочном периоде. Долгосрочная кривая предложения LSB имеет положительный наклон.



(c) Decreasing-cost industry

Рисунок (с) показывает, что экстернальные экономии присутствуют, и увеличение спроса понижает цену в долгосрочном периоде. Долгосрочная кривая предложения LSC имеет отрицательный наклон.

Изменение технологий

Новые технологии, которые уже открыты, снижают затраты.

Новая технология позволяет фирмам производить по низким средним затратам и снижать предельные затраты – кривые затрат фирмы сдвигаются вниз.



Фирмы, которые применяют новые технологии, имеют прибыль.

Фирмы с новыми технологиями входят на рынок, фирмы со старыми технологиями либо уходят с рынка либо адаптируют новые технологии.

Предложение на рынке увеличивается и кривая предложения сдвигается вправо.

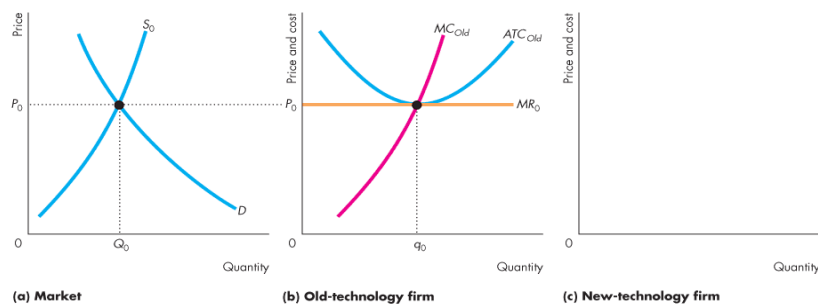
Цена падает и количество выпуска растет.

Наконец, наступает новое долгосрочное равновесие, в котором все фирмы используют новые технологии, цена равна минимуму средних общих затрат, и каждая фирма имеет нулевую экономическую прибыль.

Рисунок (а) показывает рынок.

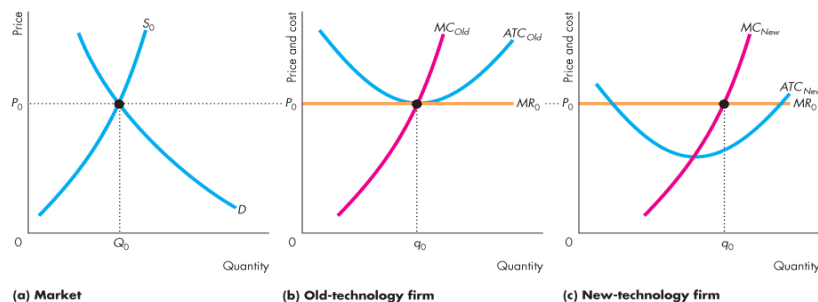
Рисунок (б) показывает фирму со старой технологией.

Фирмы имеют нулевую прибыль.



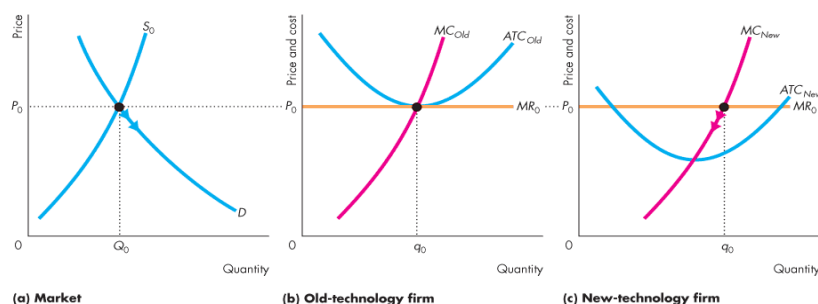
Когда новые технологии возможны, кривые ATC и MC сдвигаются вниз.

Фирмы, которые применяют новые технологии, имеют теперь прибыль.



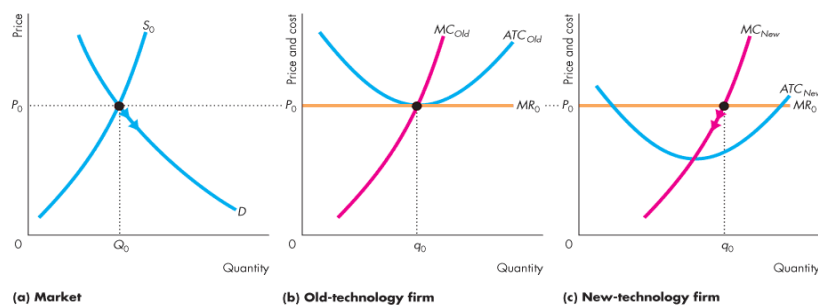
Экономическая прибыль стимулирует фирмы с новыми технологиями входить на рынок.

Рыночное предложение увеличивается и цена падает.

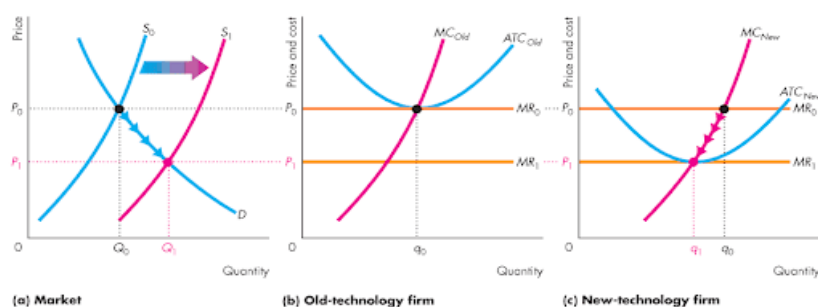


С низкой ценой фирмы со старыми технологиями несут потери.

Некоторые уходят с рынка; другие начинают внедрять новые технологии.



Наконец, все фирмы применяют новые технологии.
Предложение на рынке выросло, и фирмы имеют нулевую прибыль.



2. Конкуренция и эффективность

Эффективное использование ресурсов

Ресурсы используются эффективно, когда никто не может сделать лучше, не сделав для другого хуже.

Эта ситуация наступает когда предельные социальные выгоды (MSB) равны предельным социальным затратам (MSC):

$$MSB = MSC$$

Выборы, равновесие и эффективность

Мы можем описать эффективное использование ресурсов в терминах выбора потребителей, и когда фирмы скоординированы на рынке.

Выборы

Кривая спроса потребителей показывает лучшее размещение бюджета, когда цена меняется.

Поэтому потребители получают наибольшую отдачу от своих ресурсов во всех точках их кривых спроса.

Если нет экстерналий (внешних) выгод, рыночная кривая спроса является кривой предельной социальных выгоды MSB.

Кривая предложения конкурентной фирмы показывает, как выпуск, максимизирующий прибыль, меняется если меняется цена товара.

Поэтому фирмы имеют большую отдачу от своих ресурсов во всех точках вдоль кривой предложения.

Без экстерналий (внешних) затрат, рыночная кривая предложения является кривой предельных социальных затрат MSC.

Равновесие и эффективность

В конкурентном равновесии, ресурсы используются эффективно, т.е. запрашиваемое количество равно предполагаемому количеству, поэтому предельные социальные выгоды равны предельным социальным затратам.

Выгода от торговли для потребителей измеряется излишком потребителя.

Выгода от торговли для производителей измеряется излишком производителя.

Общая выгода от торговли измеряется общим излишком.

В долгосрочном равновесии общий излишек максимизируется.



Эффективность на рынке свитеров

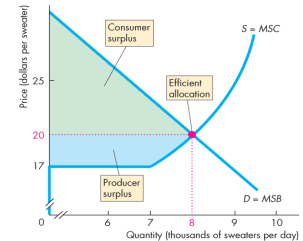
Вернемся к нашему примеру производства свитеров в день.

Следующие рисунки показывают эффективность производства конкурентной фирмы в применении к нашему примеру фирмы Campus Sweaters.

Рисунок (а) показывает рынок.

По рыночной кривой спроса $D = MSB$, потребители эффективны.

По рыночной кривой предложения $S = MSC$, производители эффективны.

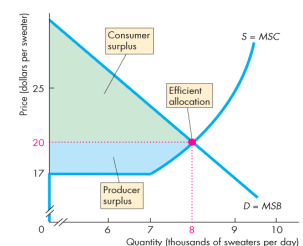


(a) The sweater market

В рыночном равновесии предельные социальные выгоды равны предельным социальным затратам, $MSB = MSC$.

Ресурсы размещены эффективно.

Общий излишек максимизируется.

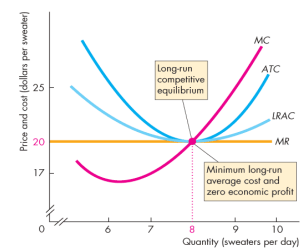


(a) The sweater market

На рисунке (b), фирма Campus Sweaters имеет нулевую экономическую прибыль.

Каждая фирма на рынке имеет размер завода, позволяющей ей производить при наименьших возможных средних общих затратах.

Потребители тоже довольны так как товары, произведенные при возможных наименьших затратах имеют цены, равные этим возможно низким затратам.

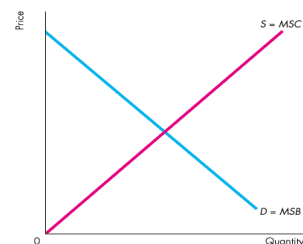


(b) Campus Sweaters

Рисунок (с) показывает рынок.

По рыночной кривой спроса $D = MSB$, потребители эффективны.

По рыночной кривой предложения $S = MSC$, производители эффективны.



(b) A market

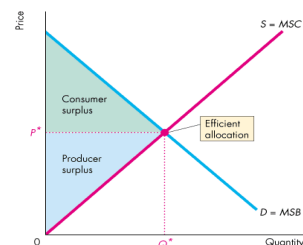
Количество Q^* и цена P^* являются конкурентными значениями равновесия.

$MSB = MSC$

Поэтому конкурентное равновесие эффективно.

Общий излишек равен сумме излишка потребителя и излишка производителя.

Общий излишек максимизируется.



(b) A market

Основные термины:

Равновесие в долгосрочном периоде, изменение спроса в долгосрочном периоде, изменение технологий



в долгосрочном периоде, экстерналии экономики, долгосрочная кривая предложения отрасли, кривая предельных социальных выгод, кривая предельных социальных затрат, эффективность совершенной конкуренции, излишек потребителя, излишек производителя.

Дополнительные ресурсы по теме лекции

1. Микроэкономика. Ким И. А. Учебник и практикум для академического бакалавриата, ISBN: 978-5-534-01637-6, 2018
2. Микроэкономика, Вечканов Г.С. «Питер», СПб, 2012
3. Экономика. Базовый курс. Учебное пособие для студентов неэкономических специальностей. Под ред. Исаева В. А., Савинского А. В. – М.: Издательство РУДН, 2011
4. Microeconomics & My Econ Lab, Student Access Code Card, 5/E, Jeffrey M. Perloff, University of California-Berkeley, Prentice Hall, 2009
5. Микроэкономика, Тарасевич Л. С., Гребенников П. И., Леусский А. И., 2006
6. Экономикс, изд-во «Республика», Москва, 2004, пер. с англ. Economics by C.R. McConnell and S.L. Brue, 16 edition, 2005
7. Principles of Microeconomics, 9/E. Karl E. Case, Ray C. Fair, Yale University, Prentice Hall, Copyright: 2010
8. Микроэкономика, Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд, 5-е издание Серия «Учебники для вузов», Перевели с английского С. Жильцов, А. Железниченко, 2002
9. Франк Р.Х. Микроэкономика и поведение. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 696 с.
10. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент: В 2-х т./Пер. с англ. под редакцией И. И. Елисеевой, В. Л. Тамбовцева. СПб.: Экономическая школа, 1999. Т.1.
11. Вэриан Х.Л. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход: Учебник для вузов /Пер. с англ. под. ред. Н. Д. Фроловой. – М.: ЮНИТИ, 1997.
12. Стенли Фишер, Рудигер Дорнбуш, Ричард Шмалензи: Экономика, Москва, Дело Лтд., 1995