

Каҳҳаров Махмуджон Мамаджонович, доцент

Наманганский инженерно-технологический институт

СОВРЕМЕННАЯ И ТИПОВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА

Аннотация: Рассмотрены решения типовых многозаводских структур рынка основано на определении числа фирм и их адресов в параметрическом пространстве рынка, как решений, максимизирующих соответствующую целевую функцию. Фирмы в выборе адресов придерживаются кооперативной стратегии – занимают оптимальные для структуры адреса.

Ключевые слова: функция средних издержек, экономика, минимальный эффективный размер.

Kaharov Mahmudjon Mamadzhonovich, Associate Professor

Namangan Institute of Engineering and Technology

MODERN AND TYPICAL MARKET STRUCTURE

Abstract: The solutions of typical multi-factory market structures are considered based on the determination of the number of firms and their addresses in the parametric space of the market, as solutions that maximize the corresponding objective function. Firms in the choice of addresses adhere to a cooperative strategy - they occupy the addresses that are optimal for the structure.

Keywords: average cost function, economics, minimum effective size.

При фиксированных адресах потенциальные субрынки в зависимости от уровня цен могут иметь общие участки, которые обеспечивают замещение продуктов при отсутствии одного из них. При подобных ценах граничный покупатель получает ненулевой выигрыш. Поскольку фирмы максимизируют прибыль, они заинтересованы в перераспределении излишков путем квази-кооперативного ценового поведения, то есть фирмы будут, не сговариваясь, повышать цены до тех пор, пока «приверженцы к марке» еще не покидают рынок, а у граничного покупателя положительный излишек. Принятый тип поведения фирм, кооперативного по адресам и квази-кооперативного по ценам, обеспечивает много методических преимуществ.

Во-первых, снят вопрос «краевых эффектов» в «городе» Хотеллинга, параметры продуктов ограничены на отрезке, что не мешает рассматривать отрезок любой длины, и нет необходимости привлекать экзотические пространства типа окружности и бесконечной прямой. Во-вторых, можно включать в анализ «институциональные особенности» или цели равновесной структуры при обслуживании полного рынка, например, монополия соответствует цели модернизации и конкурентоспособности отрасли, или укрупнения налоговой базы, а монополистическая конкуренция наиболее «справедливо» приближает товары первой необходимости к покупателям. Различным структурам соответствует разные оптимальные размеры фирм. В третьих, подход конкретизирует (в вопросе выбора адресов) проблему управления или самоуправления структуры предложения, при этом, наряду с кооперативным поведением фирм, сохранена классическая предпосылка о том, что отдельная фирма стремится к максимизации прибыли (даже в случае структуры общественного плановика), что объясняет стимулы квази-кооперативного поведения по ценам. В четвертых, гипотеза о симметричных предположительных вариациях цен конкурентов (квазикооперация по ценам) позволяет объяснить не только «молчаливое соглашение» фирм, но также динамику роста цен при свободном входе и поэтапном заполнении рынка монополистической конкуренции. Необходимость сравнения решений типовых многозаводских рыночных структур в диссертации с решениями Салопа (1979) возникла в связи с совпадением числа фирм и благосостояния при структурах монополии и общественного плановика, несмотря на различия в ценообразовании. Рассматривая случаи монополии и конкуренции, Салоп (1979) моделировал долгосрочное равновесие Чемберлина при касании функции средних издержек (АС) ломаной кривой спроса на монопольном, соответственно, конкурентном участке. Оптимальное число фирм *при* максимизации общественного благосостояния Салоп определял из условия равенства цены средним издержкам. Поэтому прибыль фирм в его моделях во всех трех случаях равна нулю. При конкуренции Салопа оптимальное число

продуктов соответствует равновесию фирм по Нэшу-Курно. При нулевых предположительных вариациях цен фирме не выгодно отклоняться от равновесия. Дополнительный анализ показал, что покупатель, на границе двух локальных рынков, получает в модели Салопа ненулевой выигрыш. Если фирмы знают о существовании положительного излишка у маргинальных покупателей, то *в условиях симметричных предположительных вариаций* фирмы поддержат повышение цен, поскольку это не приводит к потере покупателей и повышает прибыль. Будем считать, что такая гипотеза ценового поведения больше соответствует цели максимизации прибыли на рынке дифференцированных продуктов, чем гипотеза нулевых предположительных вариаций. Однако если прибыль станет ненулевой, то в условиях конкуренции по Лешу будут входить новые фирмы. Результаты анализа показывают, что в этом случае число продуктов (фирм) будет значительно выше, чем в случае равновесия Нэша-Курно, а благосостояние значительно ниже. Анализ также показал, что фирмы Салопа при монополии и при максимизации общественного благосостояния не находятся в состоянии ценового равновесия по Нэшу-Курно, и существуют стимулы фирм к повышению цен, ведущему к равновесию Нэша-Курно. Кроме того, существует стимул к перераспределению излишка покупателя. Благосостояние при перераспределении не изменяется. Проведено моделирование экономии от масштаба с использованием специально подобранной функции средних издержек при заданном значении минимально эффективного размера (МЭР) выпуска (который варьируется). Результаты моделирования в условиях эндогенного спроса показали теоретически установленную Чемберлином неэффективность производства при несовершенной конкуренции. Показано, что, при прочих равных, неэффективность (в абсолютном и в относительном выражении) растет с ростом уровня МЭР, а также, что оптимальное количество вариантов продукта при монополистической конкуренции с ростом МЭР растет, а при монополии и общественном планировании убывает. Максимальное разнообразие продуктов может на порядок превышать

оптимальное число продуктов остальных рассмотренных структур. Благополучие растёт при увеличении величины МЭР при монополии и общественном планировании. При монополистической конкуренции уровень благополучия может быть на порядок ниже уровня благополучия для первых двух структур, что объясняется необходимостью покрытия фиксированных издержек значительного числа фирм при росте числа продуктов на рынке.

Заключение

Максимальное разнообразие продуктов может на порядок превышать оптимальное число продуктов остальных рассмотренных структур. Благополучие растёт при увеличении величины МЭР при монополии и общественном планировании. При монополистической конкуренции уровень благополучия может быть на порядок ниже уровня благополучия для первых двух структур, что объясняется необходимостью покрытия фиксированных издержек значительного числа фирм при росте числа продуктов на рынке

Литература

1. Шарипбаев Н.Ю., Каххаров М.М., Ражапов И.Т., Ёкуббаев А.А., Далиев А.А. Обучение на уроках английского языка школах республики Узбекистан // Экономика и социум.-2022.- №5(96)-2 (май, 2022).- URL: <http://www.iupr.ru> с.821-824
2. Шарипбаев Н.Ю., Шарипбаев Э.Ю., Махмудов Б.М., Дадабоев К.К., Аскарров Д.Б. Теоретические основы реализации и этапы педагогических технологий // Экономика и социум.-2022.- №5(96)-2 (май, 2022).- URL: <http://www.iupr.ru> с.825-828
3. Шарипбаев Н.Ю., Шарипбаев Э.Ю., Махмудов Б.М., Дадабоев К.К., Аскарров Д.Б. Преподавание английского языка в средних общеобразовательных учреждениях// Экономика и социум.-2022.- №5(96)-2 (май, 2022).- URL: <http://www.iupr.ru> с.829-832

4. Шарипбаев Н.Ю., Холбаев Д.Ж., Тулкинов М.Э., Тошмаматов Н.Т., Салойдинов С.К. Достижение личностных результатов учеников в школе// Экономика и социум.-2022.- №5(96)-2 (май, 2022).- URL: <http://www.iupr.ru> с.833-836
5. Шарипбаев Н.Ю., Кучкаров Б.Х., Эргашов А.К., Абдулхаев А.А., Муминжонов М.М. Творческая деятельность как основа развития // Экономика и социум.-2022.- №5(96)-2 (май, 2022).- URL: <http://www.iupr.ru> с.837-840