

**микрoэконом
ика**

Рыночные структуры: Совершенная конкуренция



1. Рыночная структура. Типы рыночных структур
2. Совершенная конкуренция. Основные положения теории совершенной конкуренции. Спрос на продукт конкурентного продавца
3. Определение оптимального объема выпуска фирмы. Методы определения точки оптимума.
4. Предложение конкурентной фирмы.
5. Конкурентное равновесие фирмы в долгосрочном периоде.
6. Равновесие конкурентной отрасли . Приспособление отрасли к изменению спроса
7. Критерий оптимальности В.Парето и равновесие в условиях совершенной конкуренции

Рыночная структура – это совокупность отражающих отраслевые особенности признаков рыночной организации, обуславливающих способ установления цены и объема выпуска, а также определяющих характер взаимодействия фирм отрасли.

Совершенная конкуренция

Чистая монополия

Монополистическая конкуренция

Олигополия

Модель рынка, для которой характерна ценовая конкуренция между не способными повлиять на рыночное равновесие и рыночную цену производителям стандартизированной продукции.

Тип рыночной структуры, характеризующийся отсутствием конкуренции, что предполагает господство на закрытом входными барьерами рынке одной фирмы, выпускающей уникальный продукт и контролирующей цену

Тип рыночной структуры, в рамках которой продавцы дифференцируемой продукции конкурируют между собой за объемы продаж, а в качестве главного резерва достижения конкурентного преимущества на рынке выступает неценовая конкуренция

Тип рыночной структуры, в рамках которой несколько взаимозависимых и зачастую взаимодействующих фирм конкурируют между собой за долю рынка (объемы продаж)

Основные положения теории совершенной конкуренции.

Любая фирма отрасли не в состоянии воздействовать на рыночную цену производимого товара. Объем выпуска каждой фирмы составляет до 2% от общего объема. В условиях совершенной конкуренции каждая фирма воспринимает цену как внешний фактор, не зависящий от ее действий.

Здесь действует большое число фирм, каждая из которых является независимой по отношению к другим фирмам.

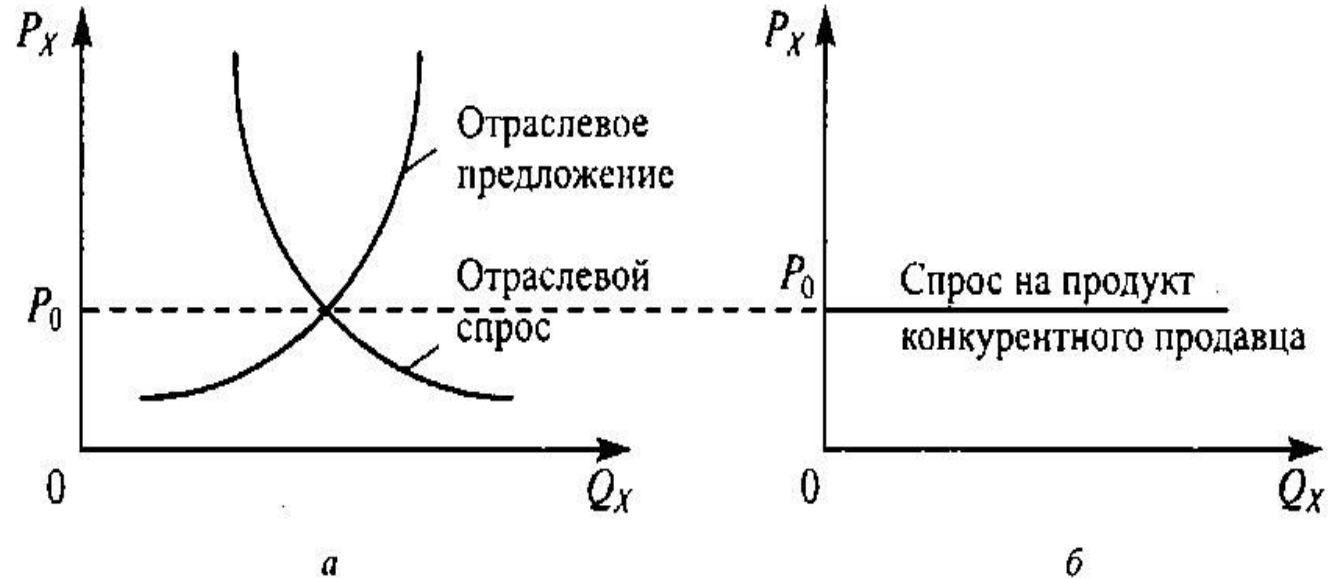
Фирмы отрасли производят один и тот же однородный продукт, так что покупателям безразлично, продукт какой фирмы выбрать

Отрасль является открытой для входа и выхода из нее любого количества фирм.

Осуществляется равный доступ ко всей имеющейся информации.

Спрос на продукт конкурентного продавца

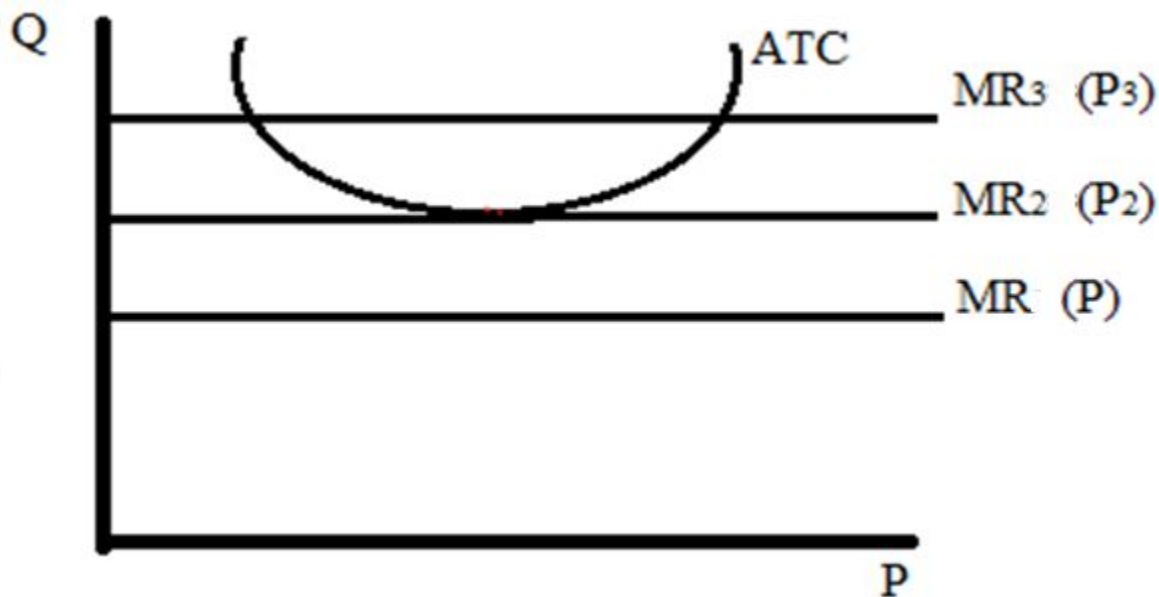
Производитель вынужден продавать свою продукцию по цене, установленной рынком, т. е. по P_0 . Цена будет постоянна постольку, поскольку обычные изменения в объеме выпуска отдельной фирмы незначительны по сравнению с производством всей отрасли.



Спрос на продукт конкурентного продавца и ситуация на отраслевом рынке: а — отраслевой рынок; б — отдельная фирма

Определение оптимального объема выпуска фирмы

При $MR(P)$ -убыток
 $MR_2(P_2)$ -
безубыточность
 $MR_3(P_3)$ -прибыль



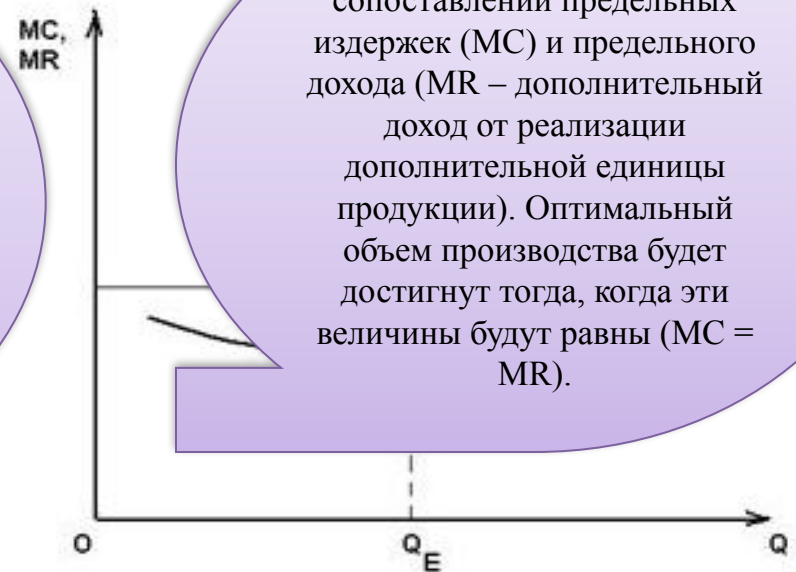
Существует два взаимосвязанных метода определения точки оптимума:

Метод совокупных издержек — совокупного дохода.

Метод предельных издержек — предельного дохода.

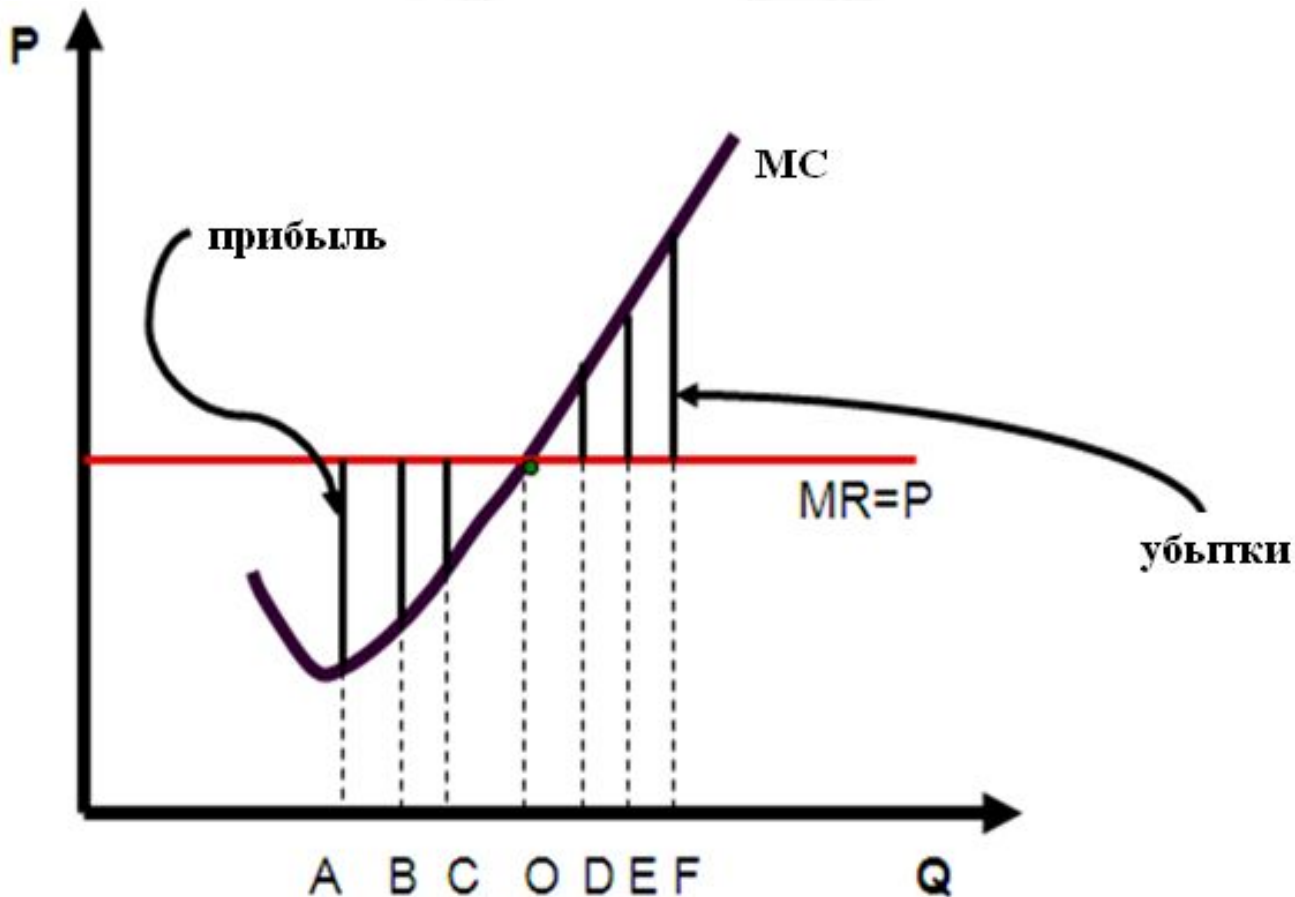


Данный метод состоит в сопоставлении общего дохода (TR) и общих издержек (TC). Согласно этому методу оптимальный объем производства достигается в тот момент, когда TR (суммарная выручка, $P \times Q$) максимально превышает TC



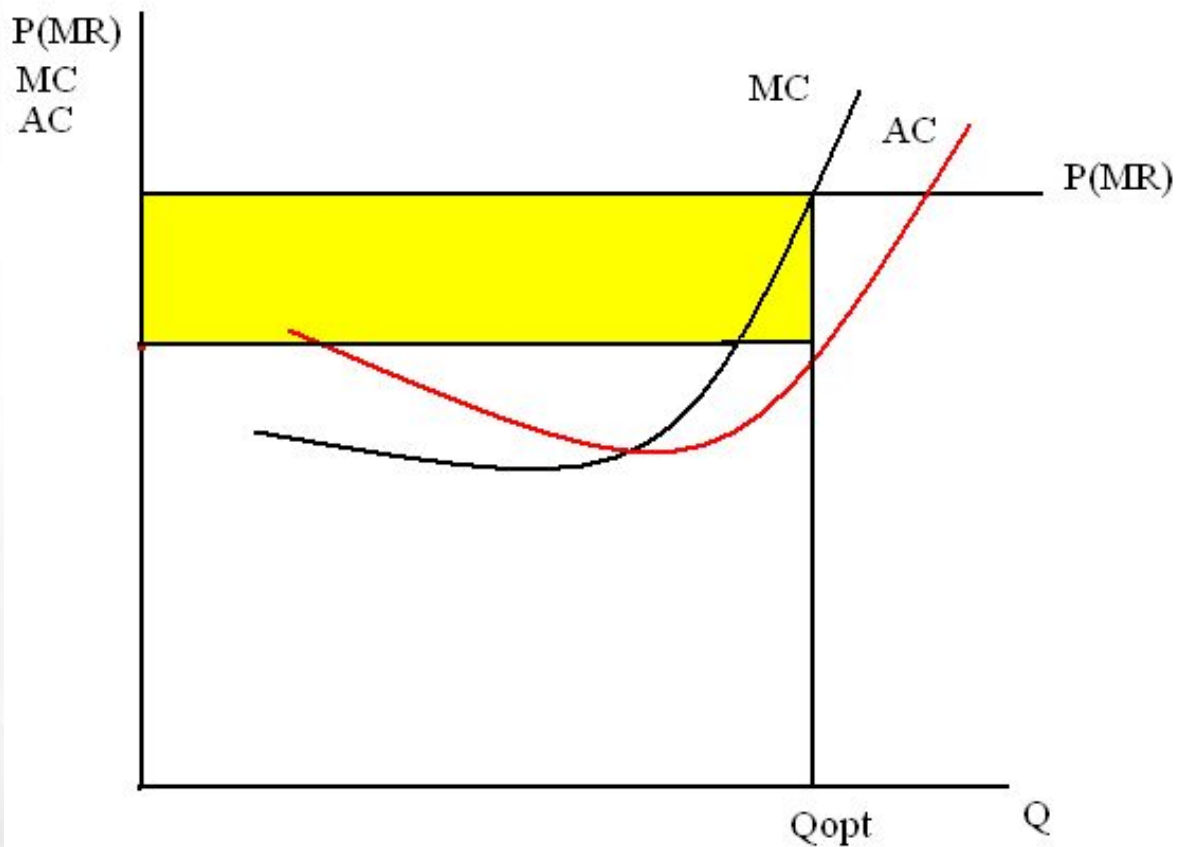
Данный метод заключается в сопоставлении предельных издержек (MC) и предельного дохода (MR – дополнительный доход от реализации дополнительной единицы продукции). Оптимальный объем производства будет достигнут тогда, когда эти величины будут равны ($MC = MR$).

- Максимизация прибыли (минимизация убытков) достигается при объеме производства, соответствующем точке, где $MR = MC$
- Если MR от каждой следующей единицы продукции превышает MC ($MR > MC$), то следует и дальше производить, чтобы «добирать» оставшуюся прибыль
- Если $MR < MC$, то дальнейшее производство будет увеличивать убытки
- Справедливо для всех типов рынка
- В условиях совершенной конкуренции: $P = MR = MC$, или $P = MC$, т.к. $MR = P$



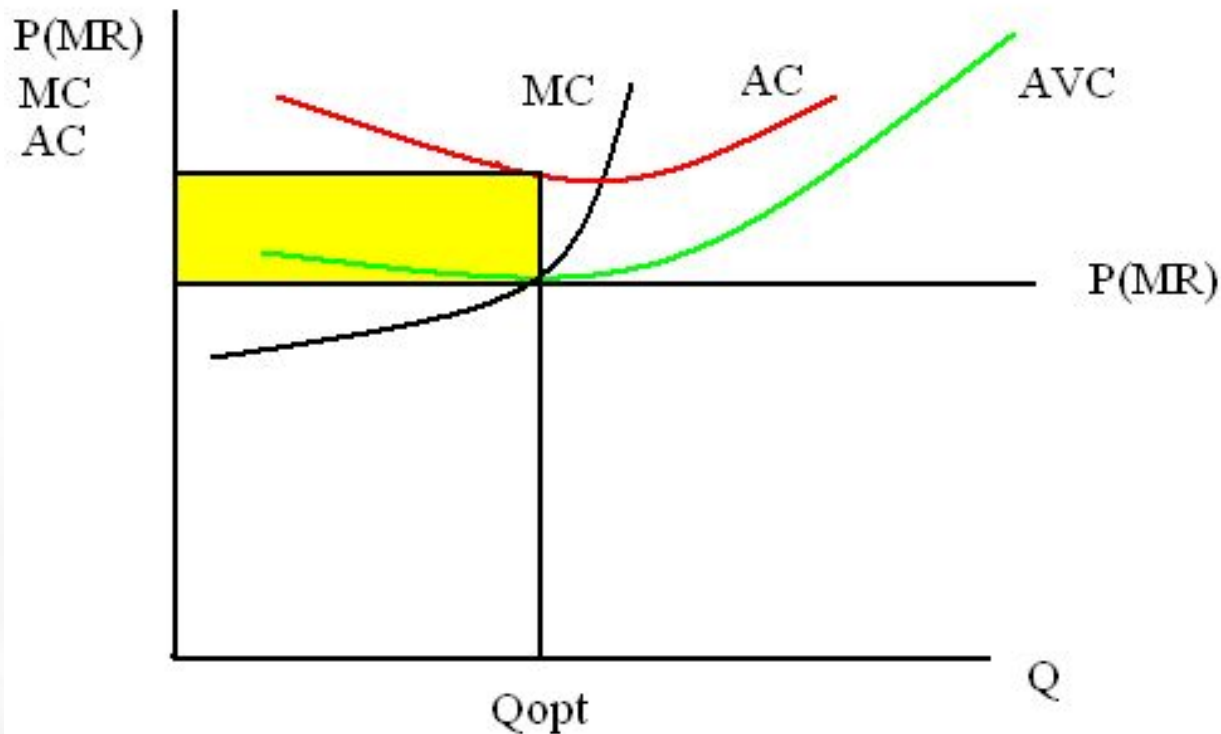
Оптимизация объема в условиях максимизации прибыли

При $P(MR) > MC$
функция совокупной
прибыли будет расти и
фирма будет
увеличивать
предложение



Оптимизация объема производства в условиях минимизации убытков

При $P(MR) < MC$ фирма
минимизирует убытки



Предложение конкурентной фирмы в краткосрочном периоде

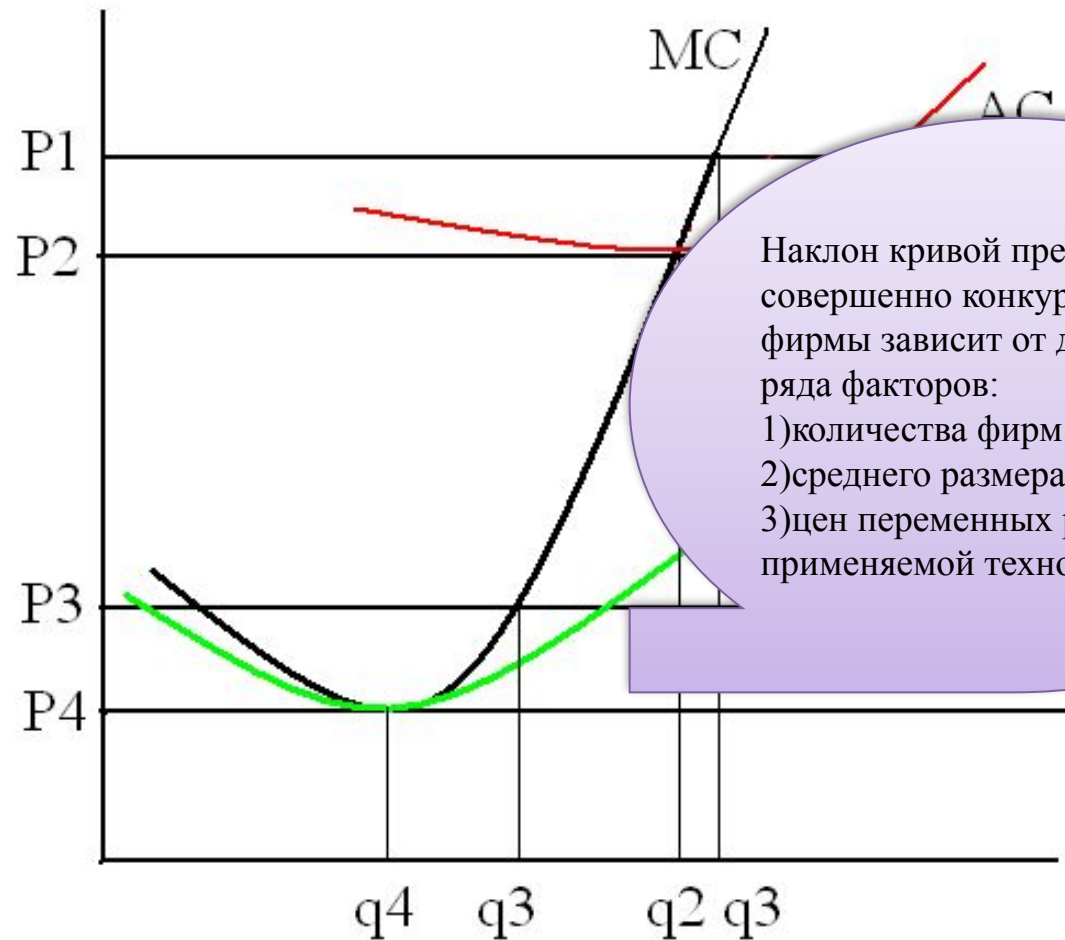
При изменении цен (P_1, P_2, P_3, P_4) фирма оказывается в разных ситуациях :

q_1 - получает прибыль, максимизирует её;

q_2 –безубыточность производства;

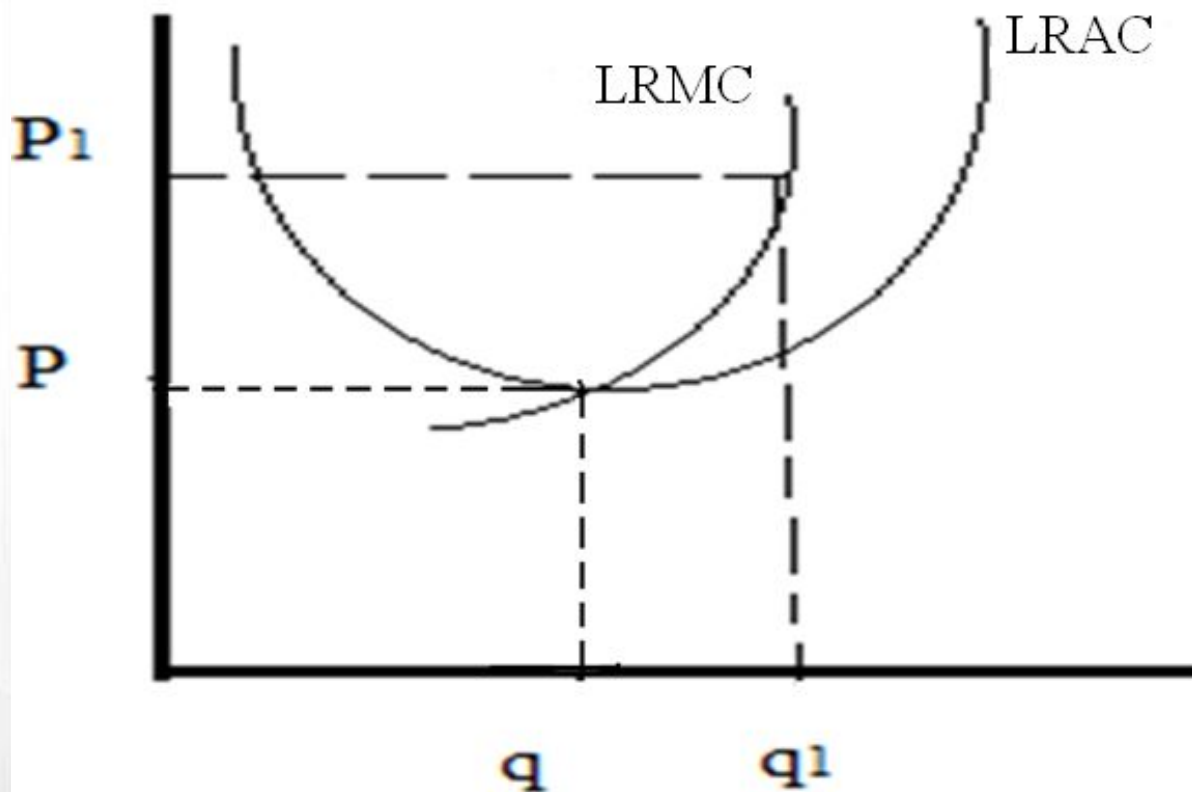
q_3 - получает убытки, минимизирует их;

q_4 - ликвидация фирмы



Предложение конкурентной фирмы в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде фирма может изменить все факторы и даже уйти из отрасли, а другие фирмы могут войти в нее. Именно последнее обстоятельство и определяет характер установления долгосрочного рыночного равновесия



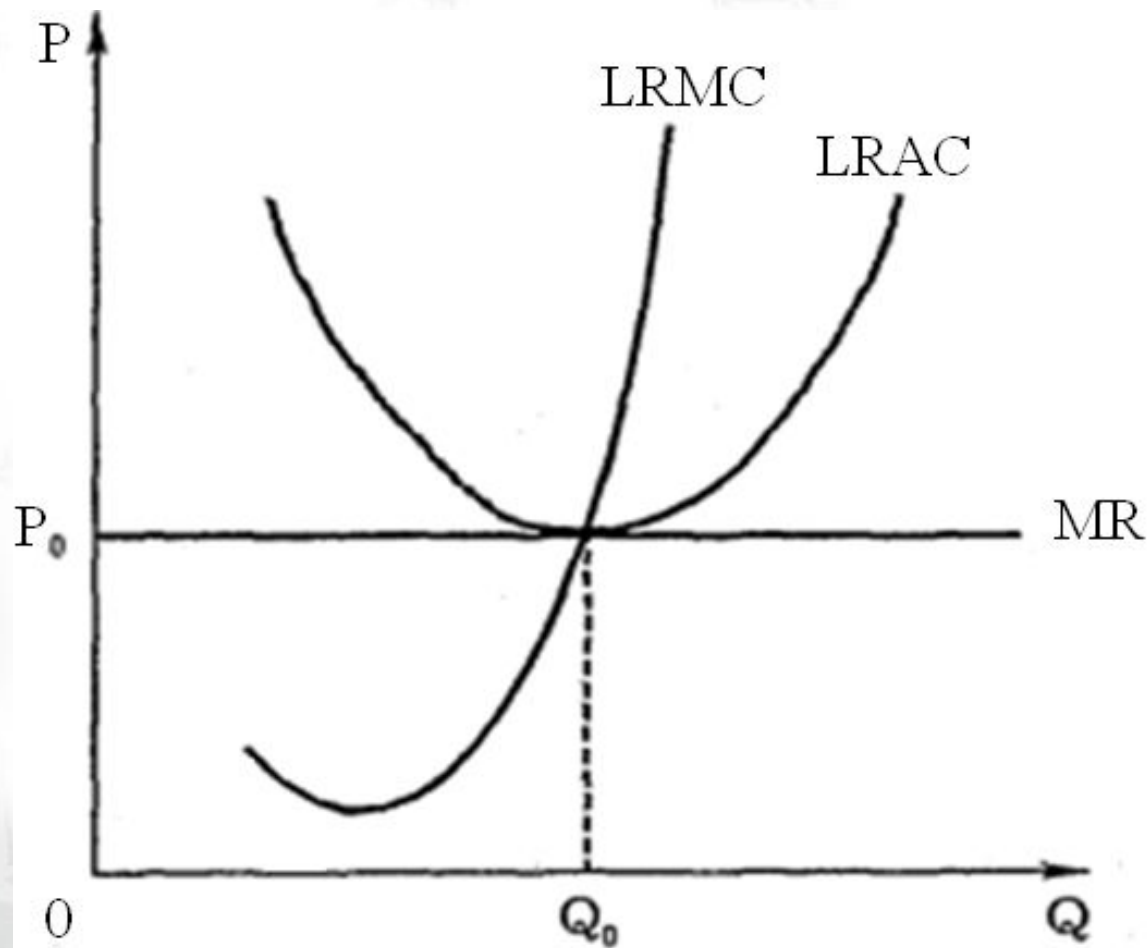
Показывает объем продукции, который будет выпущен при том или ином уровне цен (по определению)

Кривая предельных издержек конкурентной фирмы в краткосрочном периоде будет одновременно ее кривой предложения для этого периода (при $MC > AVC_{\min}$)

Интересы фирмы требуют довести производство до точки, где $MC = P$

Конкурентное равновесие фирмы в долгосрочном периоде

Максимум прибыли достигается тогда, когда выполняется равенство:
 $MR = M = P = AC$.

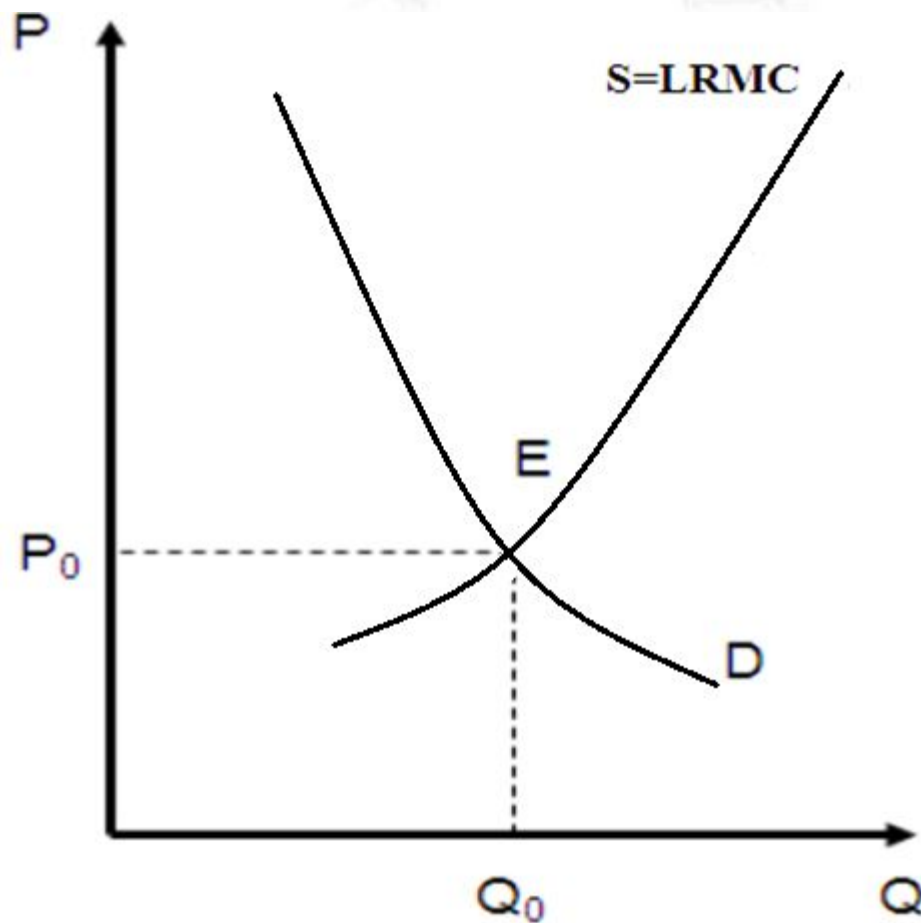


Приспособление отрасли к изменению спроса

При *увеличении спроса* на продукцию конкурентной отрасли, объем предлагаемых товаров в целом по отрасли увеличится, в то время как каждая отдельная фирма будет производить прежний объем продукции при прежнем уровне цены.

При *уменьшении спроса* на продукцию конкурентной отрасли, объем предлагаемых товаров в целом по отрасли сокращается, в то время как каждая отдельная фирма будет производить прежний объем продукции при прежнем уровне цены.

При $P_0 = LRMC$ достигается равновесие отрасли при совершенной конкуренции в долгосрочном периоде



Положение долгосрочного равновесия фирмы и отрасли

Положение долгосрочного равновесия фирмы и отрасли означает, что фирмы отрасли производят продукцию с минимальными долгосрочными средними издержками и не получают экономической прибыли.

Отсутствие экономической прибыли не означает, что фирмы не получают никакой прибыли.

Во-первых, функционирование на уровне минимальных LRAC позволяет фирме получать бухгалтерскую прибыль.

Во-вторых, имеющие более низкие издержки фирмы смогут получать даже экономическую прибыль, которая в этом случае выступает в форме «экономической ренты».

Критерий оптимальности В.Парето и равновесие в условиях совершенной конкуренции



(1848–1923),
итальянский
экономист и
социолог,
представитель
математической
школы в
экономике.

Любое конкурентное равновесие является оптимальным (прямая теорема);

Оптимум может быть достигнут конкурентным равновесием, что означает, что выбранный исходя из некоторых критериев оптимум наилучшим способом достигается через рыночный механизм (обратная теорема).

1. Курс экономической теории/ под.ред. Сидоровича А.В. -Учебное пособие.-2е изд.,-М.: Издательство «Дело и Сервис»,2001.-832с.
2. Совершенно конкурентная фирма в краткосрочном периоде [Электронный ресурс] // studme.org :Студми – Электрон.дан. URL:
http://studme.org/10240205/politekonomiya/sovershenno_konkurentnaya_firma_kratkosrochnom_periode (дата обращения: 15.05.2015). – Загл. с экрана.
3. Оптимальность по Парето [Электронный ресурс] //www.inventech.ru/ :Центр креативных технологий – Электрон. дан. URL: <http://www.inventech.ru/lib/micro/micro-0103> (дата обращения: 14.05.2015). – Загл. с экрана.
4. Равновесие конкурентной фирмы в долгосрочном периоде [Электронный ресурс] //3ys.ru// :Методичкус– Электрон.дан. URL: <http://3ys.ru/mikroekonomika/ravnovesie-konkurentnoj-firmy-v-dolgosrochnom-periode.html> (дата обращения: 14.05.2015). – Загл. с экрана.
5. Введение в экономку / под ред. Аллагулова Р.Х. –Учебное пособие-3-е изд., 2005.-177-179с.

Задачи и вопросы для обсуждения и контроля

1. Как вы думаете, какую рыночную структуру представляет собой большинство рынков в экономике России?
2. Назовите характерные черты совершенной конкуренции.
3. Рыночное ограничение деятельности конкурентной фирмы заключается в том, что :
 - a) Выручка должна превышать расходы;
 - b) Рынок диктует определенный уровень цен;
 - c) фирма не имеет полной информации о рыночной конъюнктуре;
 - d) Выручка должна быть не ниже расходов.
4. Ситуация , которая приближается к совершенной конкуренции скорее всего , будет характерна для:
 - a) Рынка зерна;
 - b) Рынка легких автомобилей;
 - c) Рынка услуг преподавателей;
 - d) Рынка карандашей.
5. К недостаткам рынка совершенной конкуренции относится:
 - a) Низкий объем производства;
 - b) Высокий уровень расходов на рекламу;
 - c) Нестабильность цен;
 - d) Низкий уровень расходов на НИОКР.

6. В условии совершенной конкуренции цена равна минимальным средним издержкам:
- a) В краткосрочном периоде;
 - b) В долгосрочном периоде;
 - d) всегда;
 - c) никогда.
7. Может ли фирма, действующая в условиях совершенной конкуренции и находящаяся в равновесии в долгосрочном периоде, иметь положительную прибыль?
- a) может, если цена товара превосходит средние издержки
 - b) не может, т.к. в этом случае все фирмы отрасли имеют нулевую прибыль
 - d) может, если она в состоянии снизить средние издержки
 - c) не может, поскольку в точке равновесия постоянные издержки превосходят переменные.
8. Понятие совершенной конкуренции предполагает, что:
- a) значительное число фирм в отрасли выпускают стандартные товары
 - b) имеется много покупателей, приобретающих этот товар по текущей цене
 - c) все продавцы и покупатели имеют полную информацию о рынке
 - d) имеет место свободный вход и выход на этот рынок
 - e) все предыдущие ответы верны.

9. Краткосрочном периоде конкурентная фирма, максимизирующая прибыль или минимизирующая убытки, не будет продолжать производство, если:

- a) цена продукта ниже минимальных средних издержек
- b) средние постоянные издержки выше цены продукта
- c) общий доход не покрывает общих издержек фирмы
- d) цена продукта ниже предельных издержек
- e) цена продукта ниже минимума средних переменных издержек.

10. Не является условием совершенной конкуренции:

- a) свобода выхода с рынка
- b) свобода входа на рынок
- c) большое число продавцов и покупателей
- d) диверсификация (разнообразие) производства