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 оптиума.
- 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

<u>Рыночная структура</u> — это совокупность отражающих отраслевые особенности признаков рыночной организации, обусловливающих способ установления цены и объема выпуска, а также определяющих характер взаимодействия фирм отрасли.

Типы рыночных структур

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.

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

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.

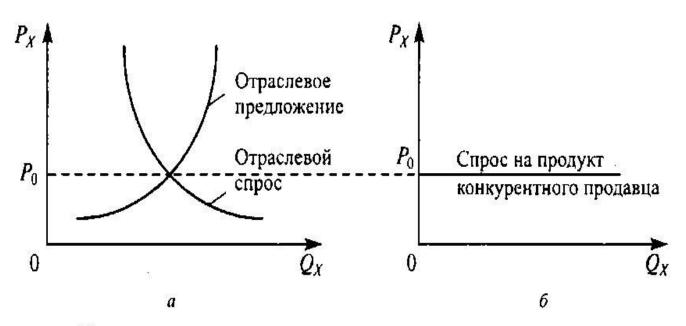
Фирмы отрасли производят один и тот же однородный продукт, так что покупателям безразлично, продукт какой фирмы выбрать

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

Осуществляется равный доступ ко всей имеющейся информации.

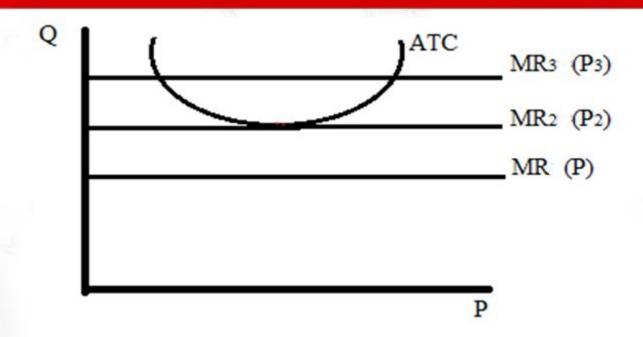
Спрос на продукт конкурентного продавца

Производитель вынужден продавать СВОЮ продукцию установленной цене, рынком, т. е. по Р₀. Цена будет постоянна постольку, поскольку обычные изменения в объеме выпуска фирмы отдельной незначительны ПО сравнению всей производством отрасли.



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

Определение оптимального объема выпуска фирмы

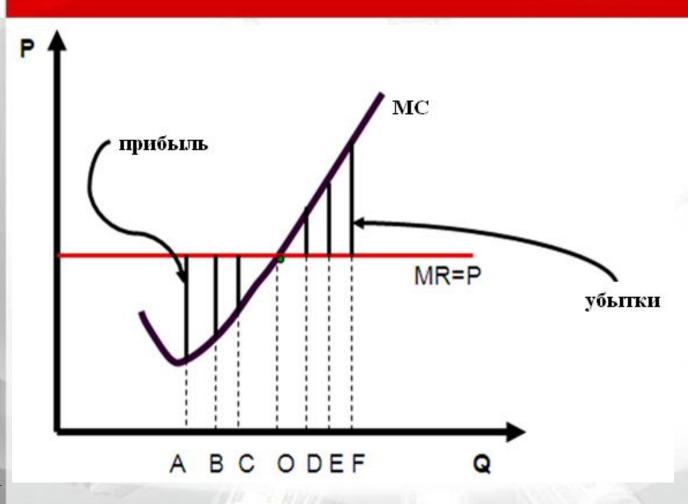


Существует два взаимосвязанных метода определения точки оптимума:



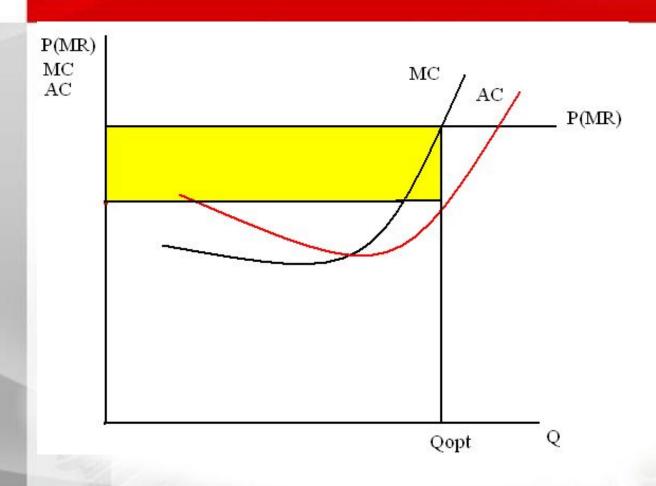
Правило MR =MC

- 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



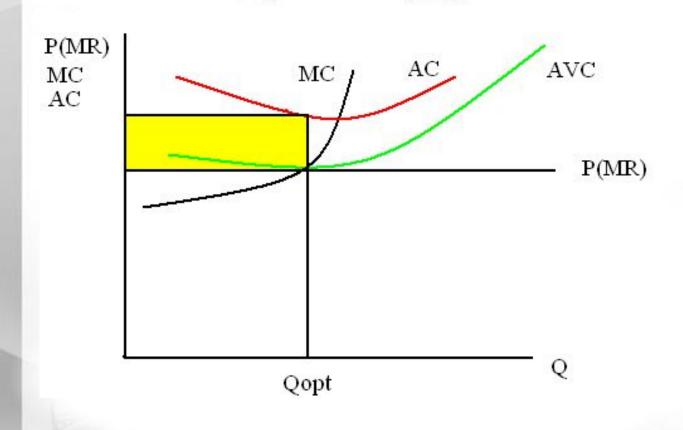
Оптимизация объема в условиях максимизации прибыли

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



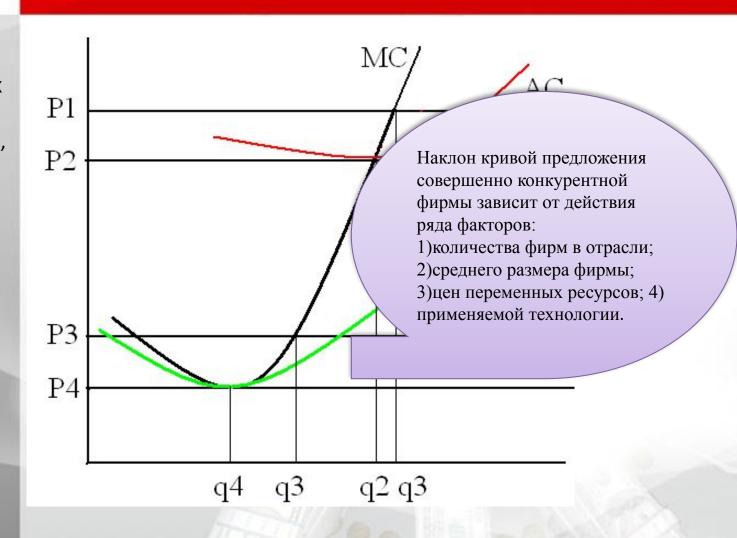
Оптимизация объема производства в условиях минимизации убытков

При P(MR) < MC фирма минимизирует убытки



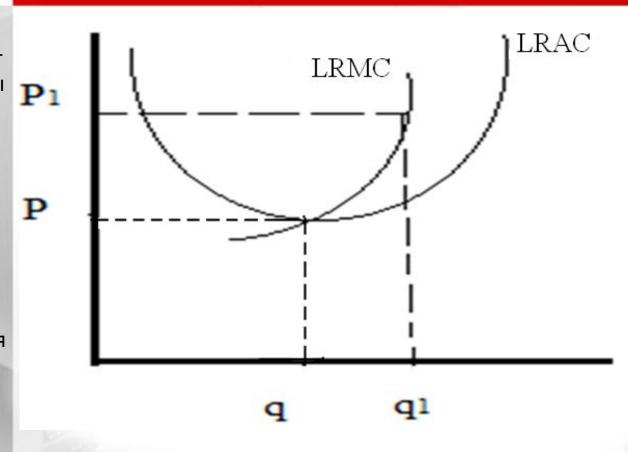
Предложение конкурентной фирмы в краткосрочном периоде

При изменении цен (Р1,Р2,Р3,Р4) фирма оказывается в разных ситуациях: q1- получает прибыль, максимизирует её; q2 —безубыточность производства; q3- получает убытки, минимизирует их; q4- 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



Кривая предложения фирмы

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

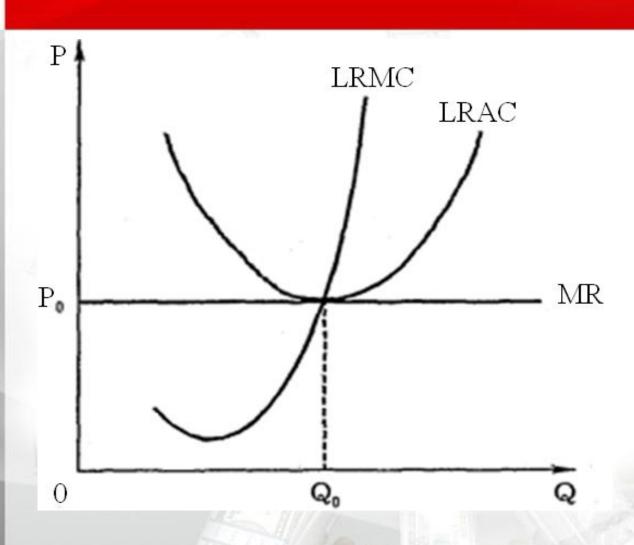
Кривая предельных издержек конкурентной фирмы в краткосрочном периоде будет одновременно ее кривой предложения для этого периода (при MC >AVC $_{min}$)

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

Конкурентное равновесие фирмы в долгосрочном периоде

Максимум прибыли достигается тогда, когда выполняется равенство:

$$MR = M = P = AC$$
.



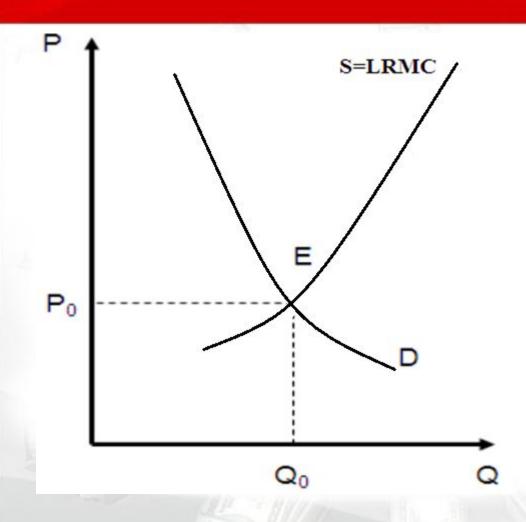
Приспособление отрасли к изменению спроса

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.

Равновесие конкурентной отрасли.

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



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.

Положение долгосрочного равновесия фирмы и отрасли

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).

Литература

- 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_konkurentn aya_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-dolgo srochnom-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 :
- а)Выручка должна превышать расходы;
- b)Рынок диктует определенный уровень цен;
- с)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:
- а) Рынка зерна;
- b) Рынка легких автомобилей;
- с) Рынка услуг преподавателей;
- d) Рынка карандашей.
- 5. К недостаткам рынка совершенной конкуренции относится:
- а)Низкий объем производства;
- b)Высокий уровень расходов на рекламу;
- с) Нестабильность цен;
- d)Низкий уровень расходов на НИОКР.

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

- 9. Краткосрочном периоде конкурентная фирма, максимизирующая прибыль или минимизирующая убытки, не будет продолжать производство, если: а)цена продукта ниже минимальных средних издержек
- b)средние постоянные издержки выше цены продукта
- с)общий доход не покрывает общих издержек фирмы
- d)цена продукта ниже предельных издержек
- е)цена продукта ниже минимума средних переменных издержек.
- 10. Не является условием совершенной конкуренции:
- а)свобода выхода с рынка
- b)свобода входа на рынок
- с)большое число продавцов и покупателей
- d)диверсификация (разнообразие) производства