

Презентация на тему:

Равновесие фирмы в условиях
совершенной конкуренции в
краткосрочном периоде

Исполнитель: ФИО

СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦИИ

1. ПОНЯТИЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ
2. РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ, ЕЁ ФАКТОРЫ
3. ПРИЗНАКИ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ
4. СРАВНЕНИЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ С ПРОЧИМИ ТИПАМИ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР
5. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ
6. ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА В МОДЕЛИ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ
7. МЕТОД СОВОКУПНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ:
8. МЕТОД СОВОКУПНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ
9. МЕТОД СОВОКУПНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ:
10. МЕТОД СОВОКУПНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ:
11. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
12. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: КРАТКОСРОЧНАЯ КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
13. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: ДОПРЕДЕЛЬНАЯ ФИРМА СО СВЕРХПРИБЫЛЬЮ
14. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: ДОПРЕДЕЛЬНАЯ ФИРМА С НОРМАЛЬНОЙ ПРИБЫЛЬЮ
15. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: ПРЕДЕЛЬНАЯ ФИРМА И ТОЧКА ЗАКРЫТИЯ
16. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: ЗАПРЕДЕЛЬНАЯ ФИРМА И ПРЕКРАЩЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА
17. ВЫВОДЫ

1. ПОНЯТИЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Конкуренция (от лат. concurrentia столкновение, состязание) – это процесс борьбы фирм за платежеспособный спрос.

Основы концепции совершенной конкуренции – классическая английская политэкономия (А. Смит, Д. Рикардо, Дж. С. Милль и др.

Развитие концепции – марксистская политэкономия и неоклассическое направление (А. Маршалл, Л. Вальрас, Ф. Эджуорт, А. Курно, Дж. Робинсон, Э. Чемберлин.

Совершенная (чистая или свободная) конкуренция – это такая форма организации рынка (тип рыночной структуры), при которой исключены все виды соперничества как между продавцами, так и между покупателями; модель конкуренции, которая предполагает, что каждая отдельная фирма или каждый отдельный покупатель на рынке не имеют рыночной власти над уровнем формирующейся на рынке цены.

Рыночная власть – способность производителя или потребителя оказывать влияние на ситуацию на рынке, в первую очередь на рыночную цену.

Рыночная власть производителя – наличие или отсутствие у производителя возможности влиять на отраслевую (рыночную) цену производимой продукции за счет изменения объема выпуска.

Факторы рыночной власти производителя:

- доля данной фирмы в общеотраслевом предложении;
- степень ценовой эластичности спроса на продукцию фирмы;
- наличие у данного товара заменителей;
- особенности взаимодействия фирм в отрасли, которые могут послужить причиной возникновения у них рыночной власти.

3. ПРИЗНАКИ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

1. Однородность (гомогенность, стандартизированность, недифференцированность) продукции.
2. Малость и множественность рыночных субъектов.
3. Свобода входа на рынок и выхода с него.
4. Совершенная информированность рыночных субъектов.
5. Равенство возможностей каждого из покупателей.

4. СРАВНЕНИЕ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ С ПРОЧИМИ ТИПАМИ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

Таблица 1 – Рынок совершенной конкуренции в сравнении с прочими типами рыночных структур

Признак рыночной структуры	Тип рыночной структуры			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Однородность продукции	Однородная	Дифференцированная	Однородная или дифференцированная	Не имеющая близких заменителей
Количество покупателей	Очень много	Много	Много	Различное (до одного)
Количество продавцов	Очень много	Много	Мало	Один
Размер фирм	Малый	Малый или средний	Большой, средний или малый	Различный (чаще большой)
Рыночные барьеры	Отсутствуют	Низкие	Высокие	Практически непреодолимые
Доступ к рыночной информации	Свободный	Свободный	Ограничен	Блокирован
Ценовая конкуренция	Да	Ограниченная	Ограниченная	Нет
Неценовая конкуренция	Нет	Да	Да	Нет
Контроль над ценами	Нет (принимают цену)	Ограничен	Значительный	Полный (назначают цену)
Примеры рынков	Рынки сельскохозяйственной продукции, фондовые биржи, форекс (международный валютный рынок)	Рынки промышленности, фармацевтической промышленности, обуви	пищевой Автомобильный рынок, рынок сотовой связи, бытовой техники, металлов	Местные телефонные компании, предприятия ЖКХ, метрополитен

5. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ

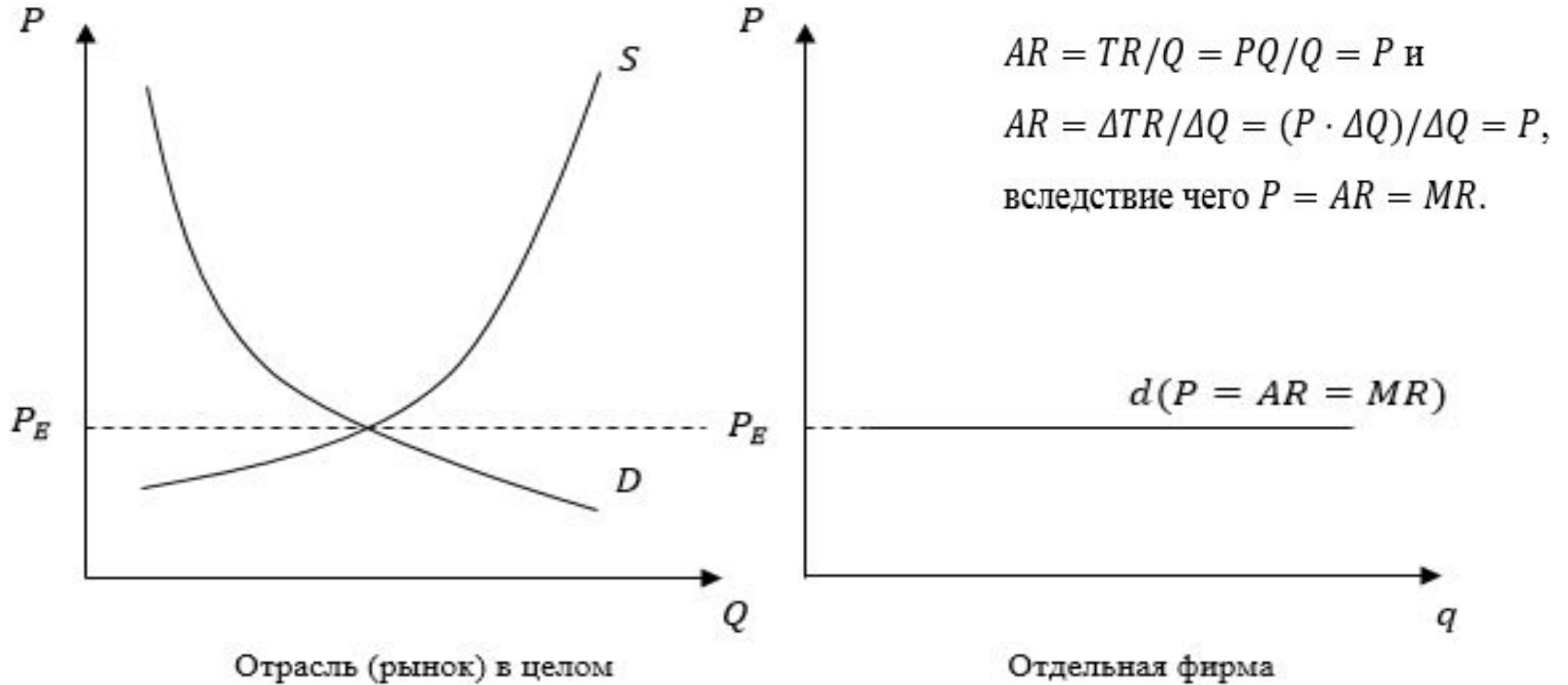


Рисунок 1 – Спрос на продукцию совершенно конкурентной фирмы и отраслевое равновесие

6. ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА В МОДЕЛИ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Краткосрочный период – это период времени, в течение которого фирма не способна изменить объем использования хотя бы одного из применяемых ею в производственном процессе факторов производства (производственных ресурсов).

Экономические ресурсы в коротком периоде:

- переменные – зависящие от объема выпуска продукции фирмой (труд),
- постоянные – не зависящие от объема выпуска продукции фирмой (капитал).

Цель деятельности фирмы:

- максимизация совокупной **экономической прибыли** – положительной разности между совокупными (общими или валовыми) доходами (т.е. выручкой) фирмы и ее совокупными (общими или валовыми) издержками (затратами), включая издержки упущенной выгоды (неявные или внутренние затраты);
- минимизация совокупных **экономических убытков** – отрицательной разности между совокупными (общими или валовыми) доходами (т.е. выручкой) фирмы и ее совокупными (общими или валовыми) издержками (затратами), включая издержки упущенной выгоды (неявные или внутренние затраты).

Подходы к определению объема производства, при котором совершенно конкурентная фирма добивается максимальных прибылей или минимальных убытков – оптимального объема производства:

- метод совокупных показателей – сравнение совокупного дохода и совокупных издержек;
- метод предельных показателей – сравнение предельного дохода и предельных издержек.

7. МЕТОД СОВОКУПНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: $TR > TC$

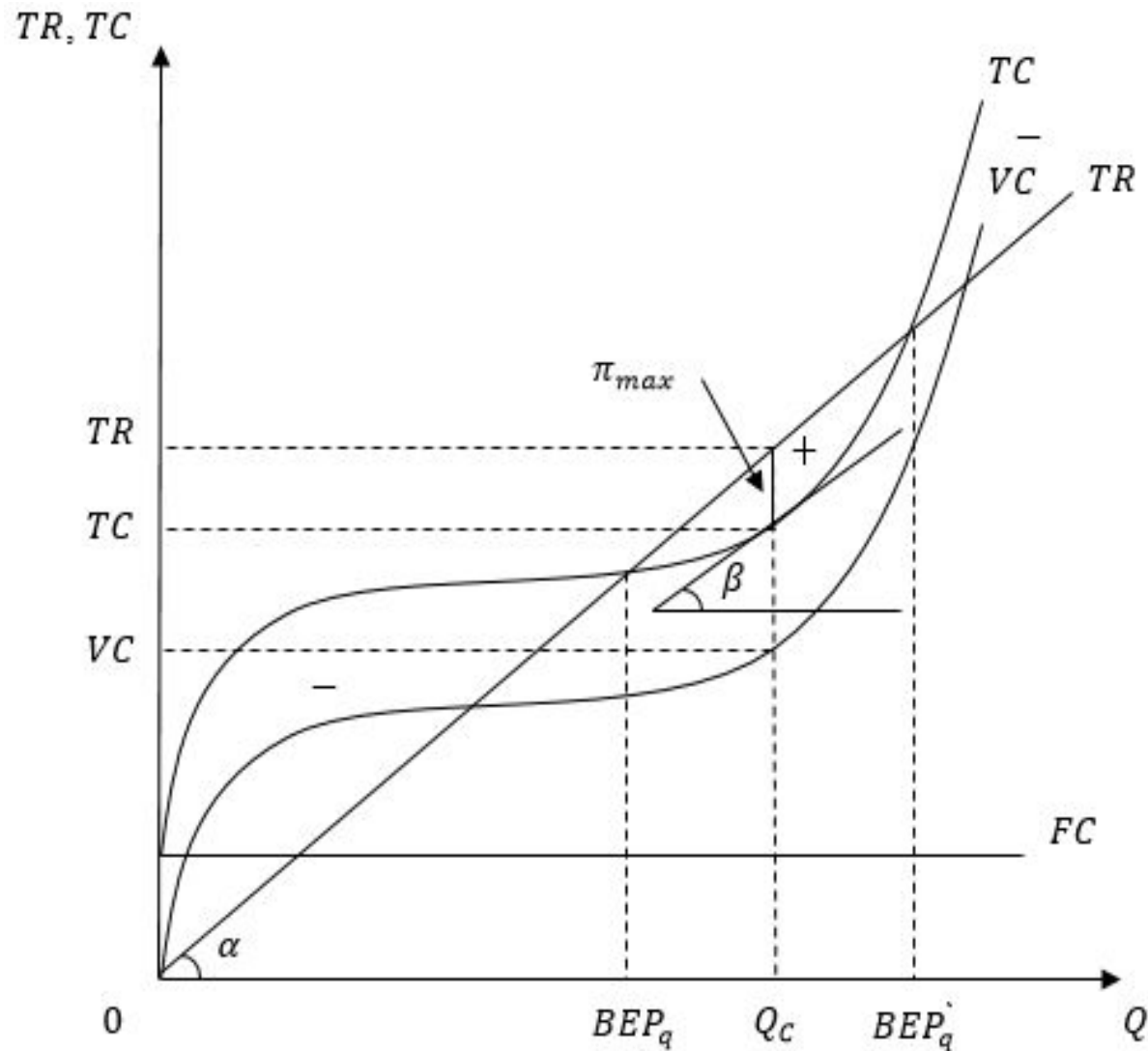


Рисунок 2 – Максимизация прибыли совершенно конкурентной фирмы методом совокупных показателей

TR – кривая совокупного дохода фирмы,
 TC , VC и FC – кривые совокупных, переменных и постоянных издержек, соответственно,
 Q_c – оптимальный выпуск совершенно конкурентной фирмы,
 BEP_q и BEP'_q – критические объемы выпуска в точках безубыточности фирмы
 $Q < BEP_q$ и $Q > BEP'_q \rightarrow TC > TR$ – отрицательная экономическая прибыль (убытки).
 $BEP_q < Q < BEP'_q \rightarrow TR > TC$ – положительная экономическая прибыль.

Оптимальный объем производства фирмы-совершенно конкурента в краткосрочном периоде Q_c :

$$tg \alpha = tg \beta.$$

Прибыль:

$$\pi = TR - TC,$$

где π – совокупная прибыль (убытки);

TR – совокупный доход;

TC – совокупные издержки.

8. МЕТОД СОВОКУПНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ

Точка безубыточности (критический объем производства) – это объем производства и реализации продукции, при котором расходы оказываются полностью компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать положительную экономическую прибыль.

Точка безубыточности в натуральном выражении

$$BEP_q = FC / (P - AVC),$$

где BEP_q – точка безубыточности в натуральном выражении;

FC – постоянные издержки;

P – цена;

AVC – средние переменные издержки.

Точка безубыточности в денежном выражении
(через совокупный доход)

$$BEP_{TR} = (TR \cdot FC) / (TR - VC),$$

где BEP_{TR} – точка безубыточности в денежном выражении;

TR – выручка от продаж;

FC – постоянные издержки;

VC – переменные издержки.

Точка безубыточности в денежном выражении
(через предельный (маргинальный) доход)

$$BEP_{TR} = FC / k_{MR},$$

где BEP_{TR} – точка безубыточности в денежном выражении;

FC – постоянные издержки;

k_{MR} – коэффициент маргинального дохода.

Коэффициент маргинального дохода

$$k_{MR} = MR / TR,$$

где k_{MR} – коэффициент маргинального дохода;

MR – предельный (маргинальный) доход;

TR – выручка от продаж.

9. МЕТОД СОВОКУПНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: $VC < TR < TC$

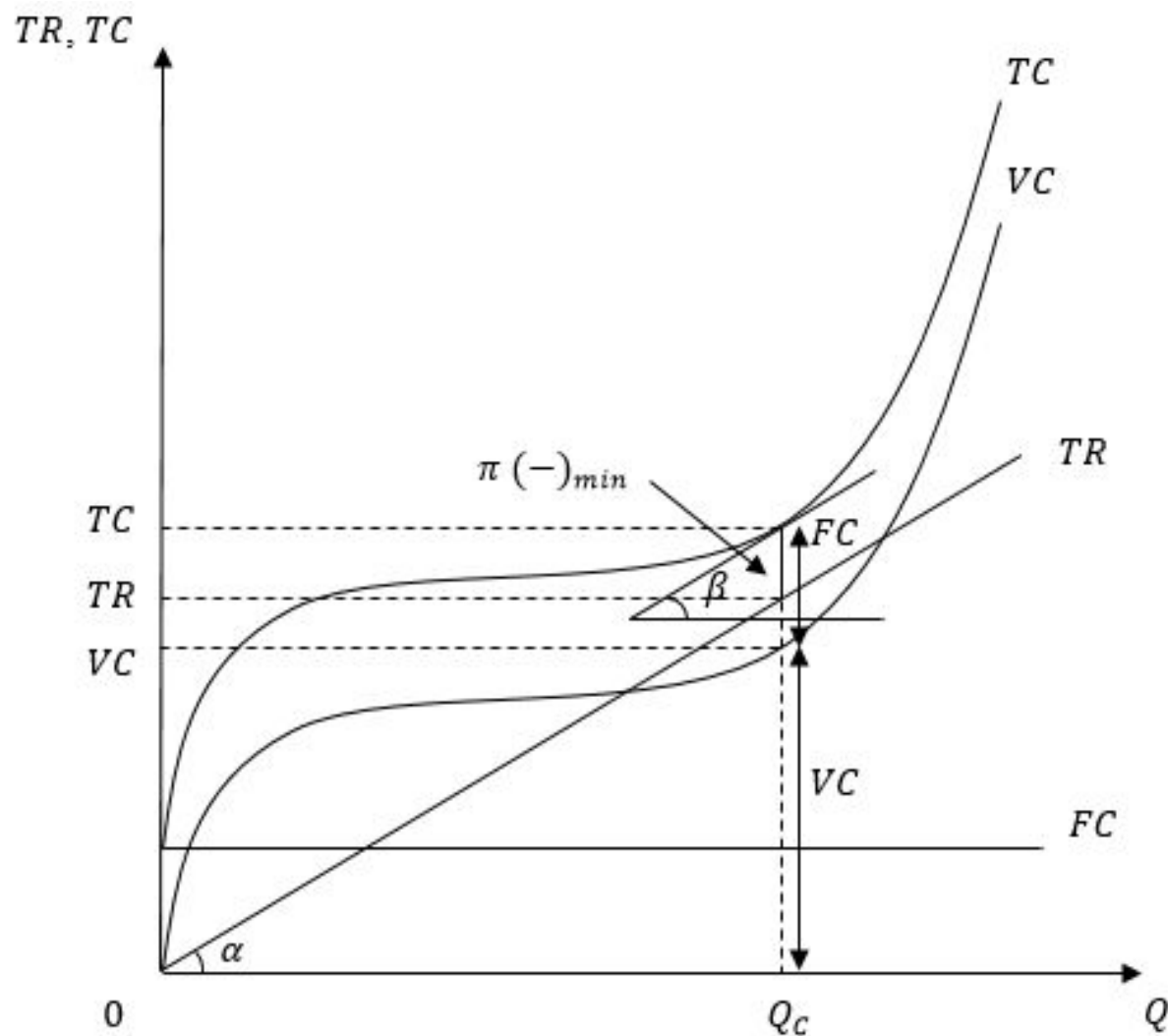


Рисунок 3 – Операционная прибыль и минимизация убытков совершенно конкурентной фирмы методом совокупных показателей

$TR < TC$ – фирма несет убытки.

Операционная прибыль – прибыль, полученная предприятием от основной деятельности и представляющая собой разность между его выручкой и переменными издержками:

$$\pi_{op} = TR - VC,$$

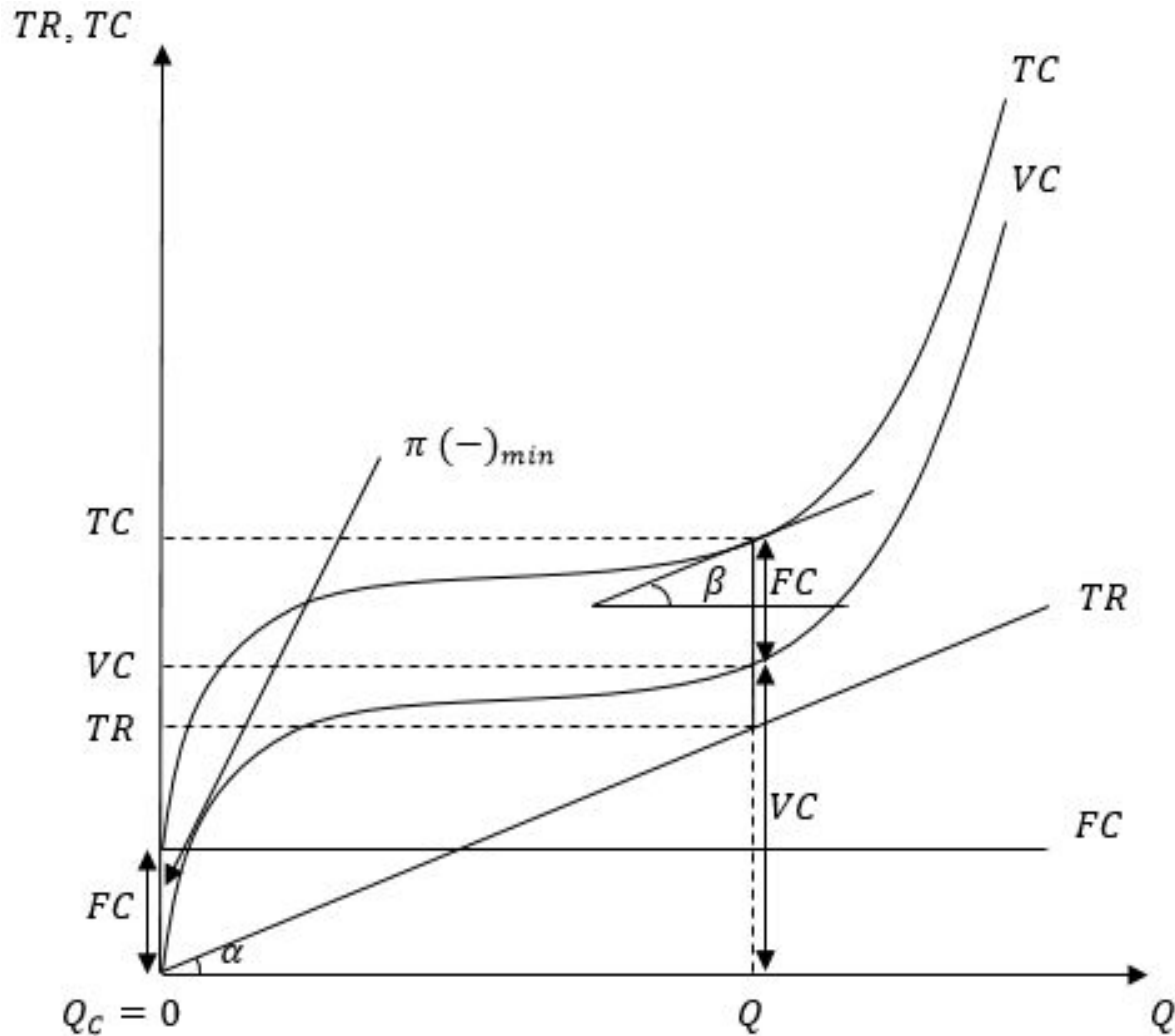
где π_{op} – операционная прибыль (убытки);

TR – совокупный доход;

VC – переменные издержки.

При Q_c $TR > VC$ – положительная операционная прибыль $\rightarrow Q_c$ – оптимальный объем производства.

10. МЕТОД СОВОКУПНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: $TR < VC < TC$



При Q :

$TR < TC$ — фирма несет убытки;

$TR < VC$ — операционная прибыль отрицательна.

При $Q_c = 0$ $\pi = FC$ — убытки минимальны $\rightarrow Q_c$ — оптимальный объем производства.

Рисунок 4 — Прекращение производства совершенно конкурентной фирмой в краткосрочном периоде

11. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

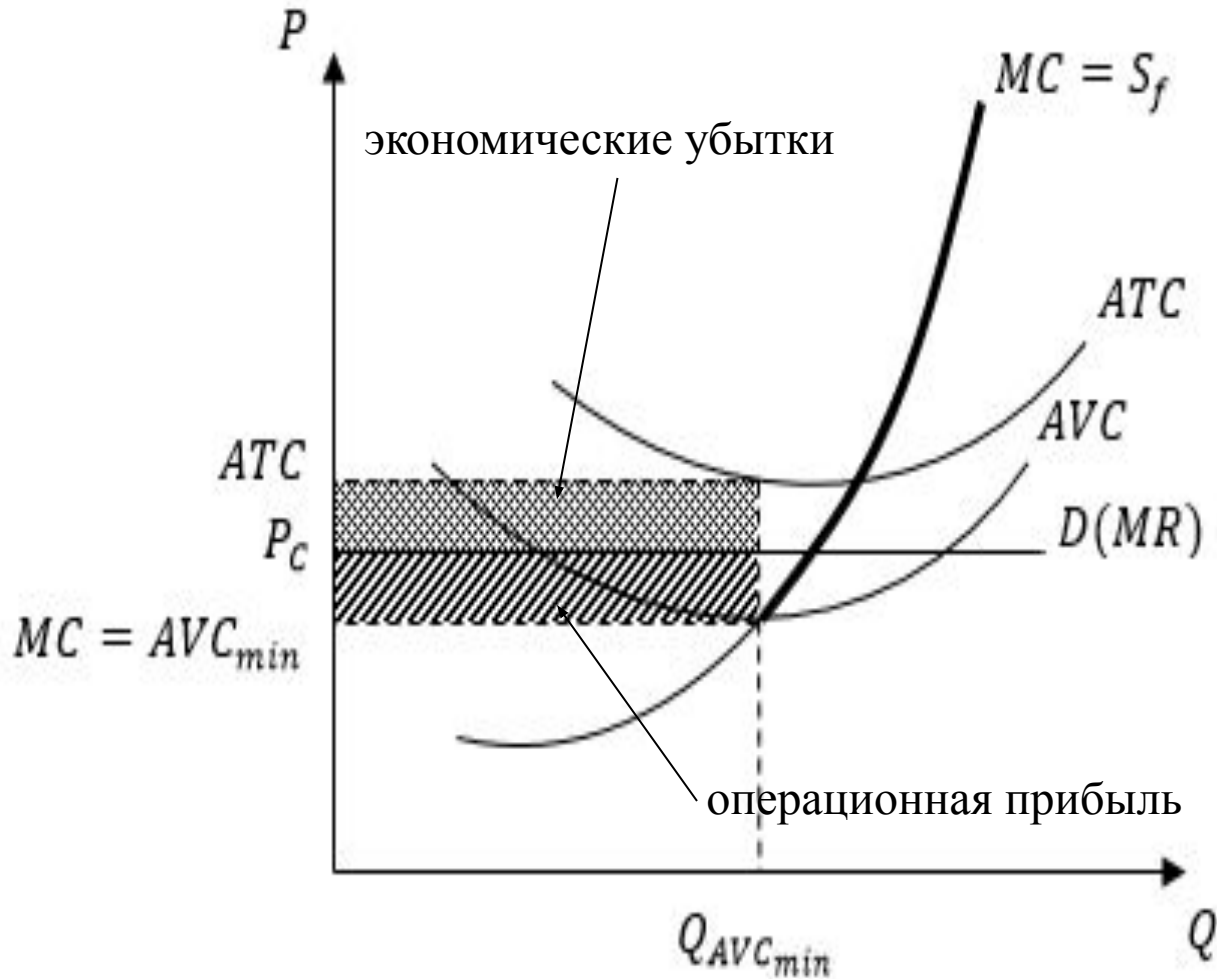


Рисунок 5 – Операционная прибыль и индивидуальная кривая предложения фирмы-совершенного конкурента в краткосрочном периоде

Правило максимизации прибыли – предельные издержки должны быть равны равновесной рыночной цене продукции:

$$P_c = MR = MC,$$

где P_c – рыночная цена;

MR – предельный доход;

MC – предельные издержки фирмы.

$P_c > ATC_{min}$ – максимизация экономической прибыли;

$P_c < ATC_{min}$ – минимизация экономических убытков.

Правило минимизации издержек: фирма продолжает производство до тех пор, пока цена превышает минимальные средние переменные издержки ($P_c > AVC_{min}$) и безусловно прекращает его в краткосрочном периоде, если рыночная цена опускается до уровня, не позволяющего покрывать хотя бы постоянные затраты выпуска продукции, т.е. ниже уровня минимальных средних переменных затрат ($P_c < AVC_{min}$).

12. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: КРАТКОСРОЧНАЯ КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Краткосрочная кривая предложения фирмы (индивидуальная кривая предложения) S_f – это часть краткосрочной кривой предельных затрат MC_{SR} , лежащая выше минимума средних переменных издержек AVC_{min}

Кривая краткосрочного рыночного (отраслевого) предложения S_{SR} – кривая, определяемая методом горизонтального суммирования и являющаяся краткосрочной кривой предельных затрат отдельной фирмы MC_{SR} , умноженной на число фирм (при предположении, что фирмы полностью идентичны между собой):

$$S_{SR} = \sum S_f = n \cdot MC_{SR},$$

где n – число фирм в отрасли.

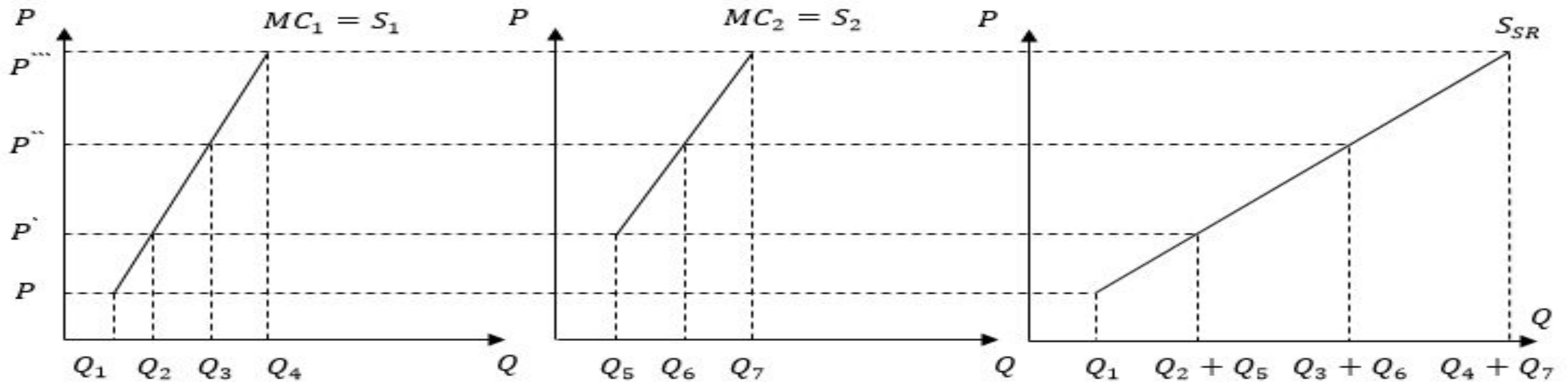
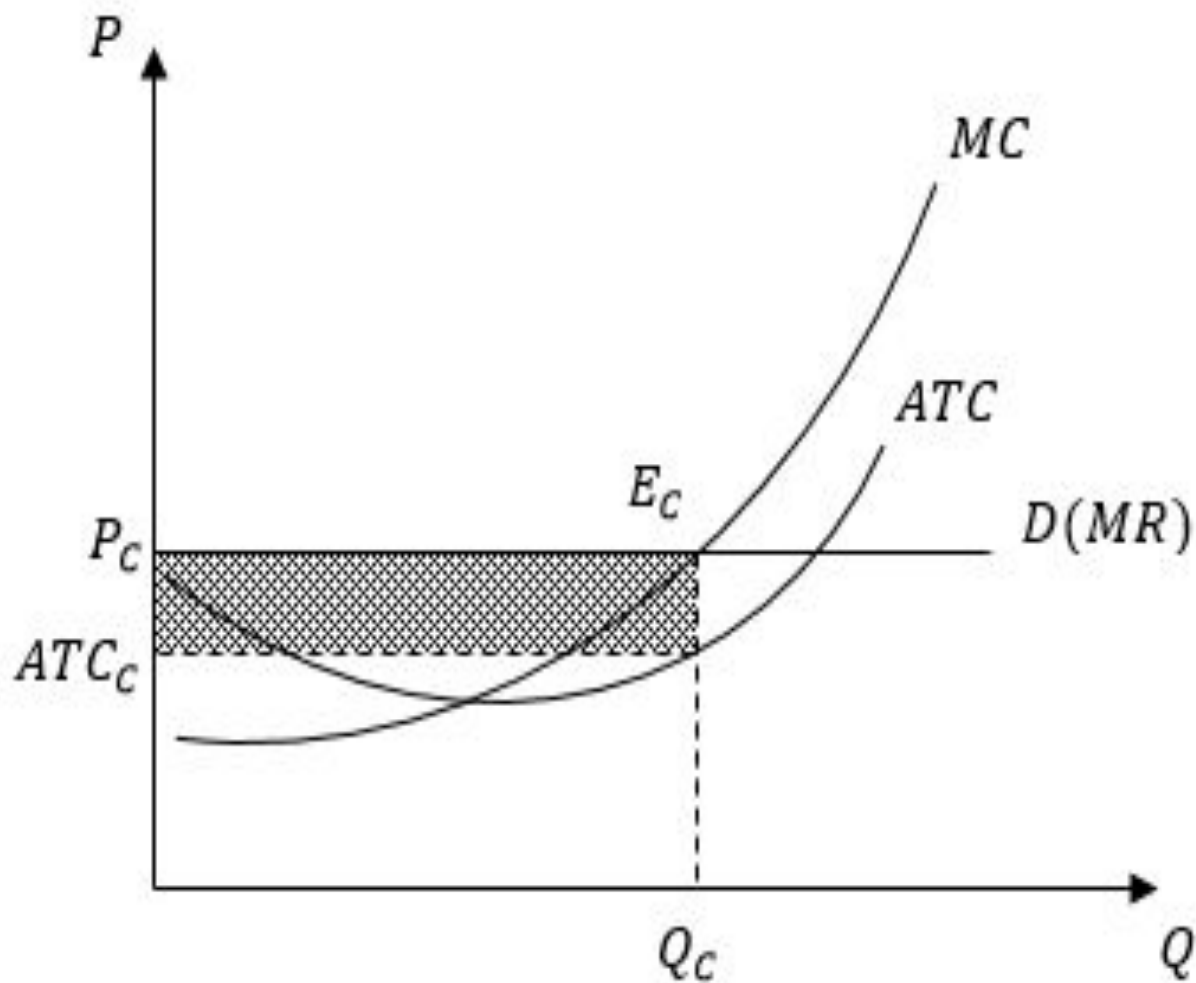


Рисунок 6 – Кривая рыночного (отраслевого) предложения в условиях совершенной конкуренции в краткосрочном периоде

13. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: ДОПРЕДЕЛЬНАЯ ФИРМА СО СВЕРХПРИБЫЛЬЮ



$P_c > ATC_{min} \rightarrow Q_c$ – оптимальный объем производства, положительная экономическая прибыль (сверхприбыль).

π_{max} – площадь прямоугольника между уровнем цены и кривой средних общих издержек ATC (затемненная область):

$$\pi = PQ - Q \cdot ATC = Q \cdot (P - ATC),$$

где π – совокупная прибыль (убытки);

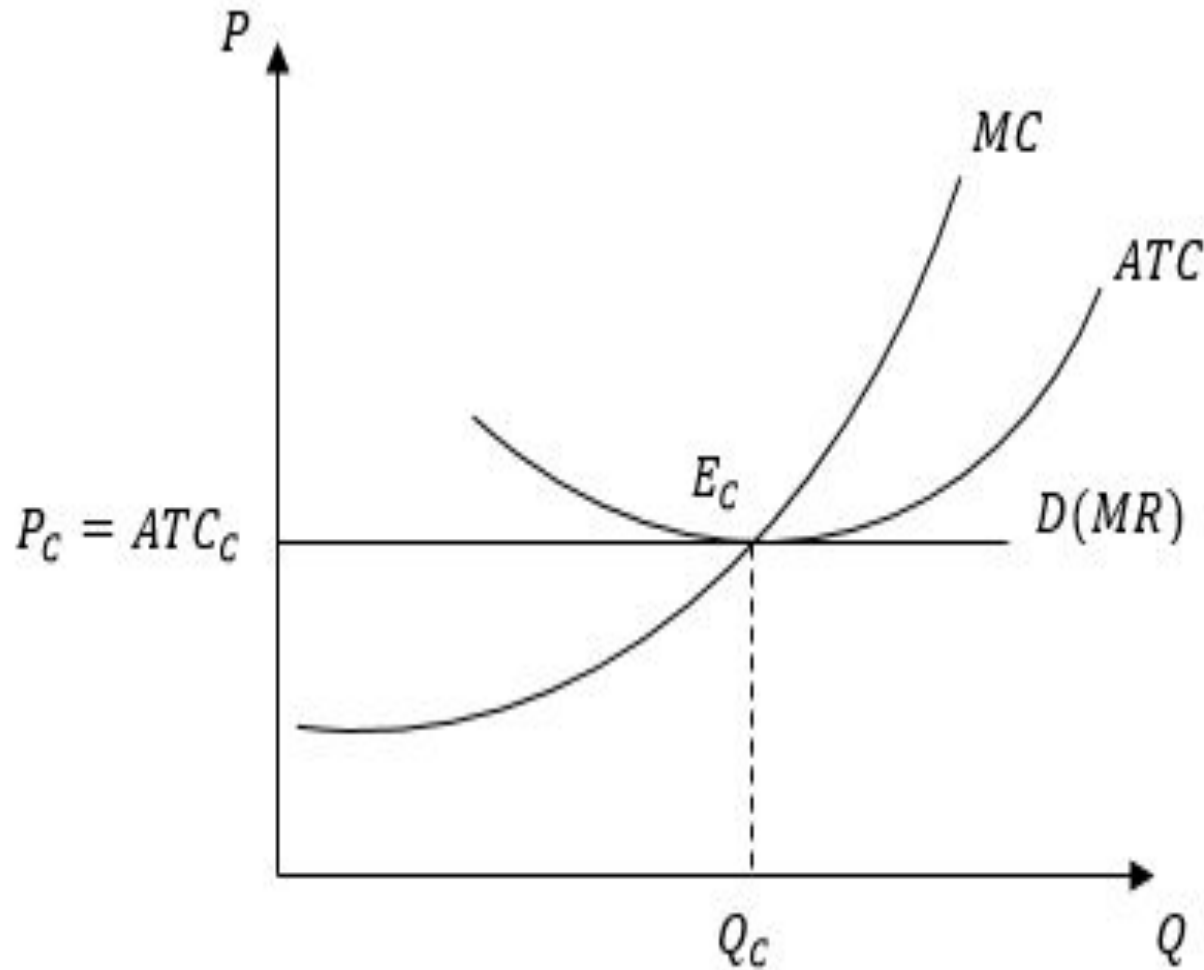
Q – объем производства;

P – цена;

ATC – средние совокупные издержки.

Рисунок 7 – Максимизация прибыли фирмой-совершенным конкурентом (допредельная фирма со сверхприбылью)

14. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: ДОПРЕДЕЛЬНАЯ ФИРМА С НОРМАЛЬНОЙ ПРИБЫЛЬЮ

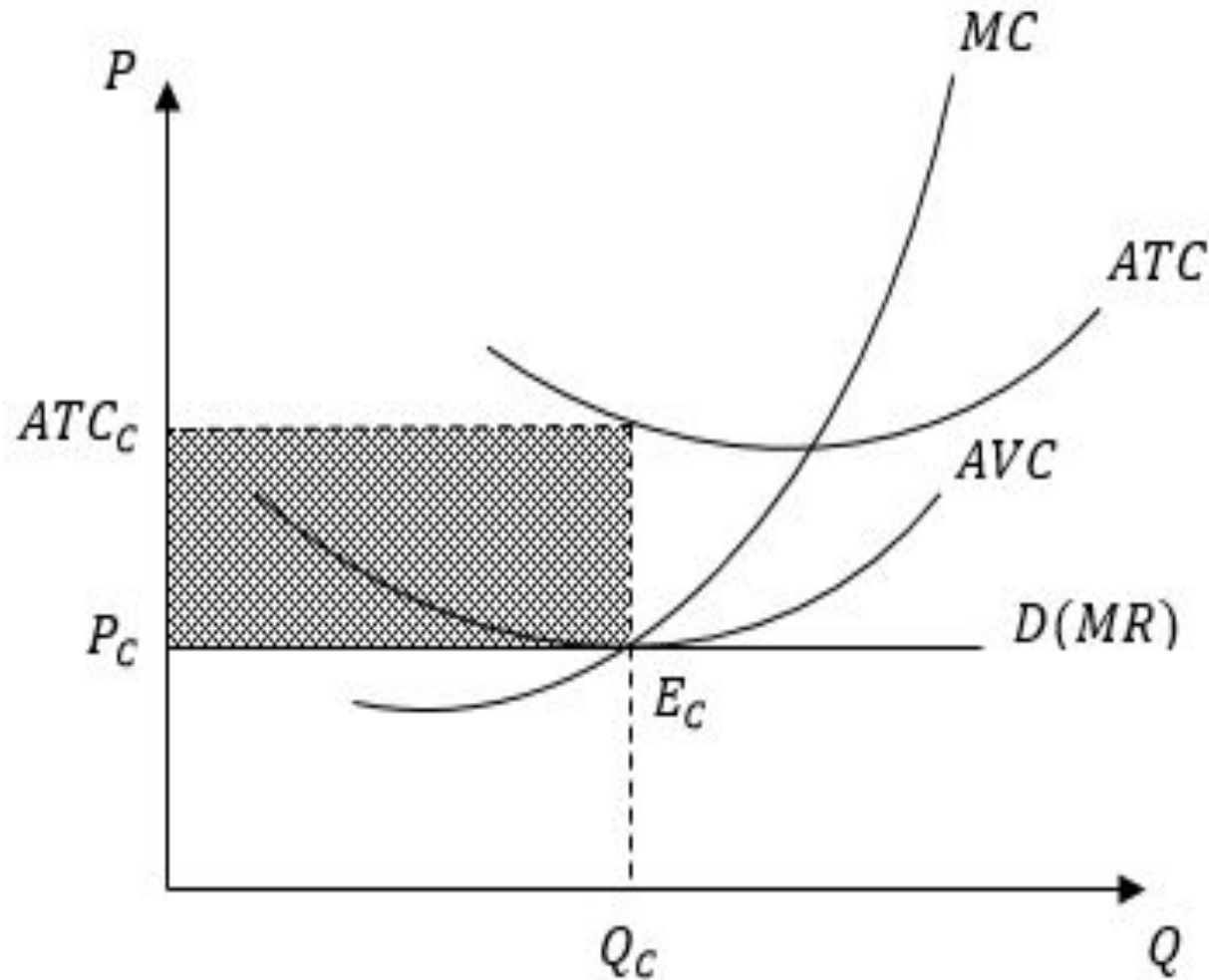


$P_c = ATC_{min} \rightarrow Q_c$ – оптимальный объем производства, нулевая (нормальная) экономическая прибыль.

Нормальная прибыль – такой размер прибыли, который необходим для того, чтобы фирма осталась в данной отрасли; вмененная стоимость применения внутренних ресурсов фирмы, т.е. тот доход, который мог бы быть получен владельцами активов фирмы в том случае, когда данные активы использовались бы наилучшим из альтернативных способов их применения (соответствует среднему уровню прибыли в этой отрасли или в экономике в целом).

Рисунок 8 – Допредельная фирма с нормальной прибылью

15. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: ПРЕДЕЛЬНАЯ ФИРМА И ТОЧКА ЗАКРЫТИЯ

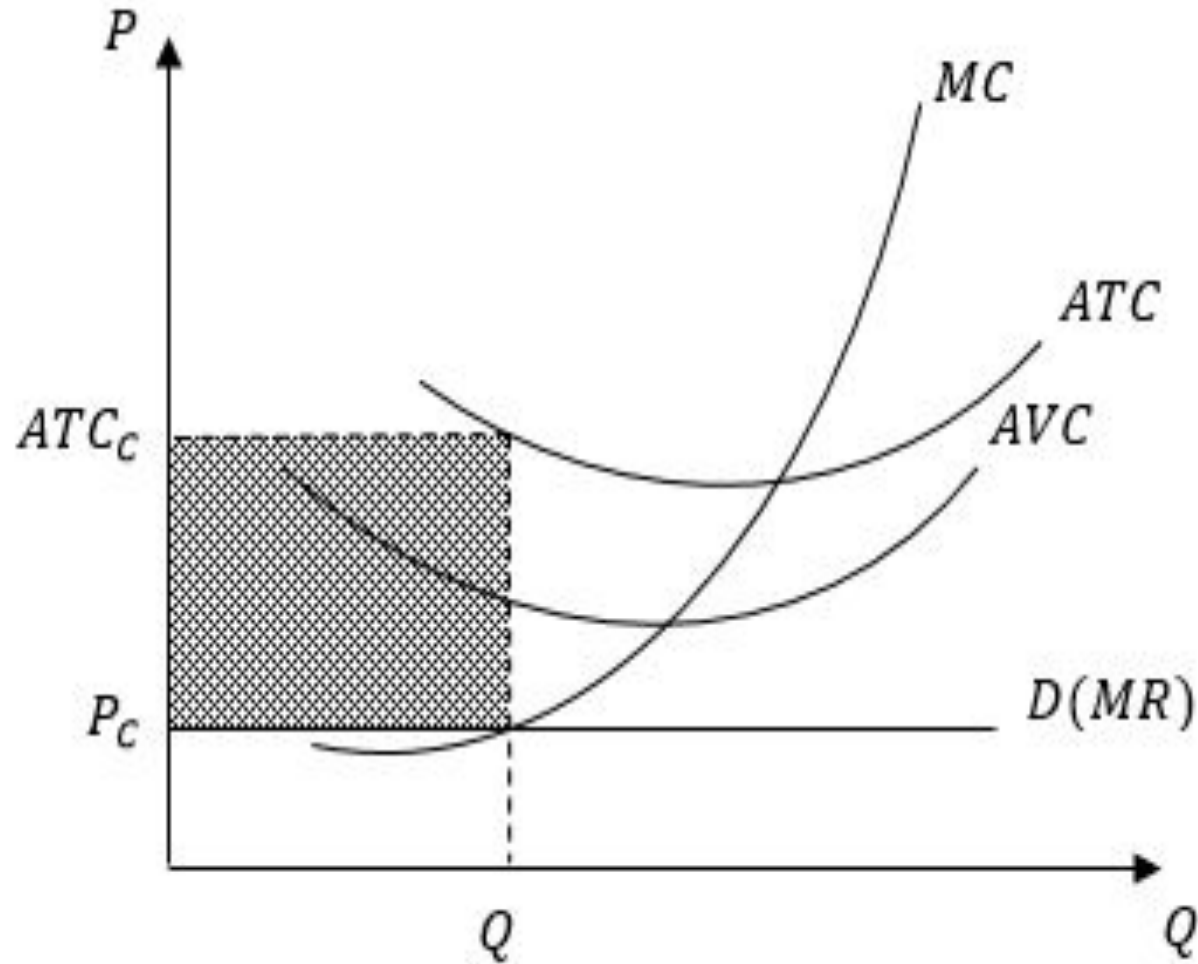


$P_c = AVC_{min} < ATC_{min} \rightarrow Q_c$ – оптимальный объем производства, отрицательная экономическая прибыль (убытки).

E_c – точка закрытия фирмы

Рисунок 9 – Предельная фирма

16. МЕТОД ПРЕДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ: ЗАПРЕДЕЛЬНАЯ ФИРМА И ПРЕКРАЩЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА



$P_c < AVC_{min} < ATC_{min} \rightarrow$ оптимальный выпуск — нулевой, фирма покидает отрасль.

Рисунок 10 – Запредельная фирма

17. ВЫВОДЫ

Таблица 2 – Экономические решения фирмы-совершенного конкурента в краткосрочном периоде

	Метод совокупных показателей	Метод предельных показателей
Следует ли фирме производить?		
Каков оптимальный (максимизирующий прибыль или минимизирующий убытки) объем производства продукции?		
Каков финансовый результат деятельности фирмы?		

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!