

Рыночное

1 Основные признаки совершенной конкуренции.
Совершенно конкурентная фирма

2 Краткосрочное равновесие фирмы в условиях совершенной конкуренции. Принцип максимизации прибыли

3 Равновесие фирмы – совершенного конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах. Кривая рыночного предложения совершенно конкурентно фирмы

Конкуренция — соперничество между субъектами рынка за лучшие условия производства, реализации и приобретения товаров.

Конкуренция между производителями и продавцами, одной стороны, и покупателями — с другой, является инструментом стихийного регулирования рыночных цен.

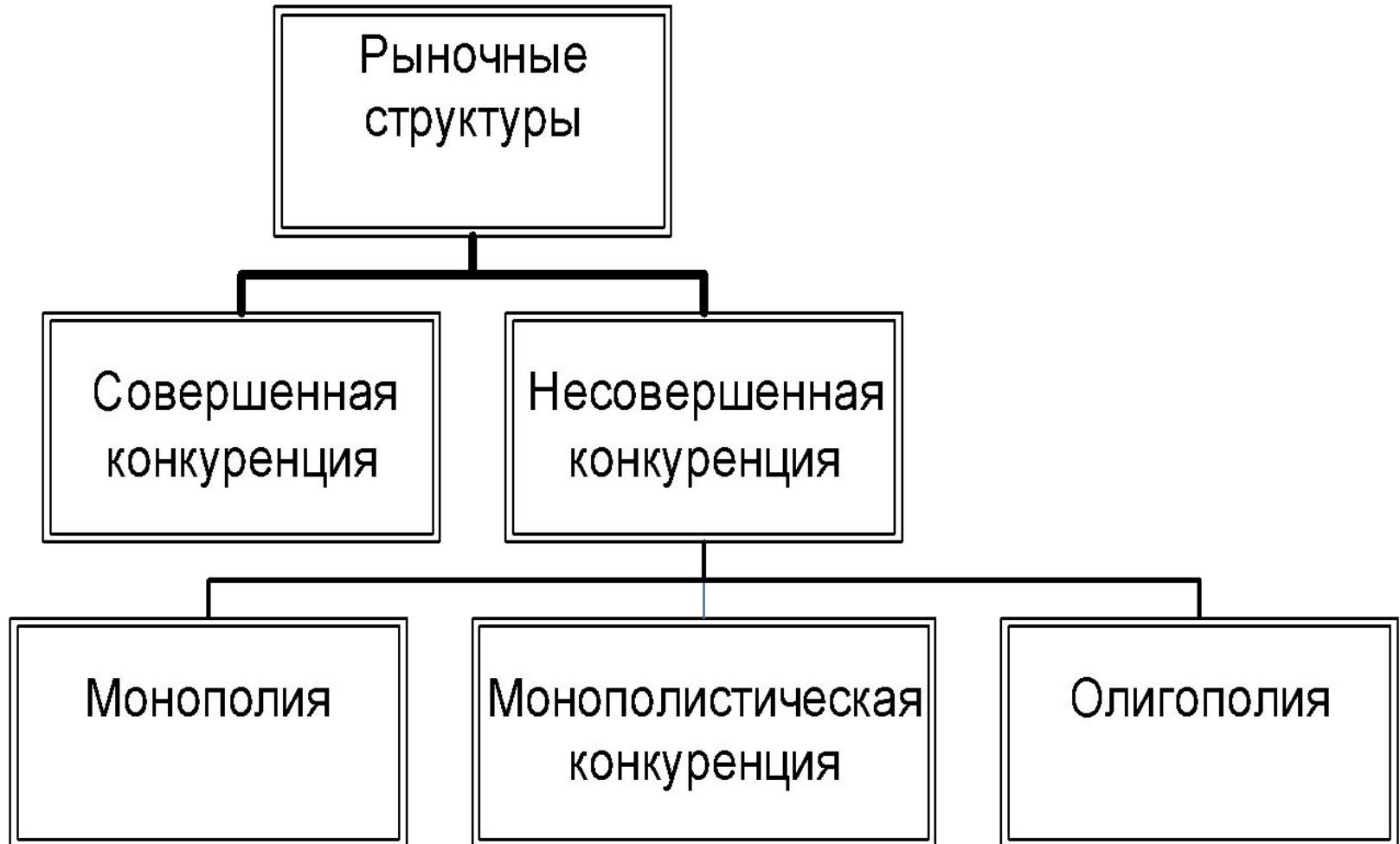
Конкуренция между покупателями — это соперничество за право приобретения товаров на дефицитном рынке.

Конкуренция между производителями может существовать в форме внутри- и межотраслевой конкуренции.

Межотраслевая конкуренция — соперничество между производителями, а также продавцами, занятыми в разных отраслях производственной или торговой деятельности.

Внутриотраслевая конкуренция — соперничество между субъектами, занятыми производством и реализацией одинаковой или взаимозаменяемой продукции.

Рыночная структура – совокупность множества специфических признаков и черт, отражающих особенности организации и функционирования того или иного отраслевого рынка.



Типы рыночных структур:

- **совершенная конкуренция** — модель рынка, для которой характерна ценовая конкуренция между не способными повлиять на рыночное равновесие и рыночную цену производителям стандартизированной продукции. Рыночная структура, для которой не выполняется хотя бы одно из условий совершенной конкуренции, является рынком несовершенной конкуренции. Рынки несовершенной конкуренции, в свою очередь, представлены рынками чистой монополии, монополистической конкуренции, олигополистическими рынками;
- **чистая монополия** — тип рыночной структуры, характеризующийся отсутствием конкуренции, что предполагает господство на закрытом входными барьерами рынке одной фирмы, выпускающей уникальный продукт и контролирующей цену;
- **монополистическая конкуренция** — 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;
- **олигополия** — тип рыночной структуры, в рамках которой несколько взаимозависимых и зачастую взаимодействующих фирм конкурируют между собой за долю рынка (объемы продаж).

Таблица - Характеристика рыночных структур

Характеристика	Модели рынка			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм в отрасли	Очень много (более 100)	Много (10-100)	Олигополия (2-10)	одна
Характер продукции	Стандартизированный товар	Дифференцированный продукт	Дифференцированный или стандартизированный продукт	Уникальный
Условия вступления в отрасль	Входные барьеры отсутствуют	Сравнительно легкие	Отдельные препятствия	Вход в отрасль блокирован
Контроль над рыночной ценой	Отсутствует	Некоторый, но в узких рамках	Ограниченный зависимостью, но значительный в случае сговора фирм и картелизации отрасли	Значительный, монополист диктует цены
Наличие неценовой конкуренции	отсутствует	Главный резерв для повышения выручки и получения экономической прибыли	Типична, особенно для отраслей производящих дифференцированный продукт	Нетипична. Может прибегнуть к рекламе в рамках мероприятий по связям с общественностью

Основные признаки
совершенной
конкуренции.
Совершенно
конкурентная фирма

Совершенная, свободная или чистая конкуренция — экономическая модель, идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения, т.е. это такой тип рыночной структуры, где рыночное поведение продавцов и покупателей заключается в приспособлении к равновесному состоянию рыночных условий.

Признаки совершенной конкуренции:

- бесконечное множество равноценных продавцов и покупателей
- однородность и делимость продаваемой продукции
- отсутствие барьеров для входа или выхода с рынка
- высокая мобильность факторов производства
- равный и полный доступ всех участников к информации (цены товаров)

Модель совершенно конкурентной фирмы строится на следующих допущениях:

фирма является «ценополучателем»;

существует свобода входа в отрасль для новых фирм (понятие свободного входа применимо к долгосрочному периоду времени). Следствием этого допущения является признание полной мобильности факторов производства в долгосрочном периоде, т.к. существует возможность свободного перелива капиталов из отрасли в отрасль;

поскольку фирмы производят идентичную продукцию (однородную), то реклама не нужна и не используется;

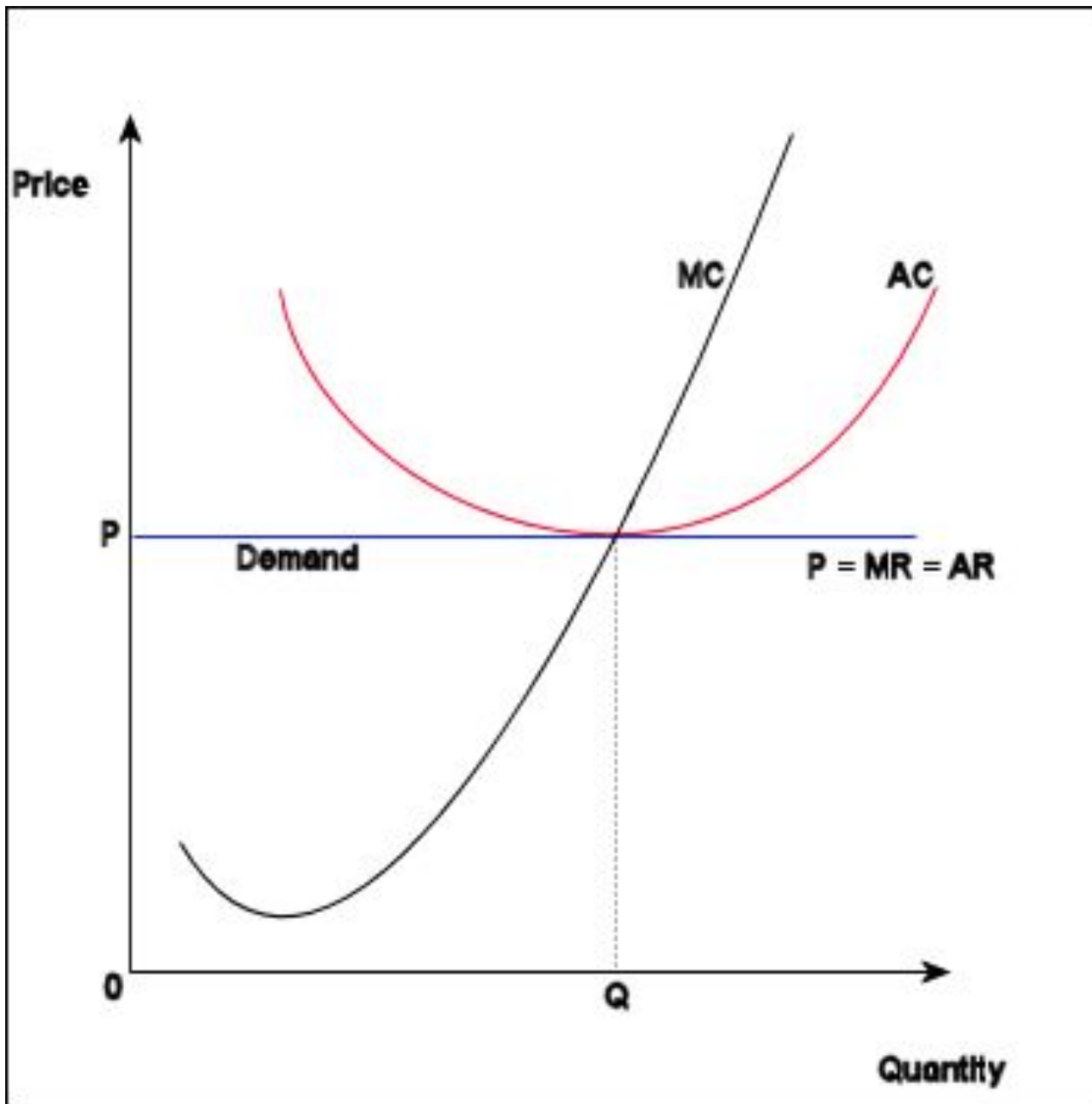
производители и потребители обладают совершенными знаниями о рынке. Производители полностью осведомлены о ценах, издержках конкурентов, а потребители – о ценах, качестве продукта.

Ограничения, связанные с издержками:

1) Все фирмы, участвующие в рыночных отношениях, имеют доступ к одной и той же технологии и знают, где им следует покупать необходимые виды ресурсов по одинаковым ценам. Эти условия связаны с однородностью выпускаемой продукции и равным доступом к информации, которой пользуются все фирмы. В результате кривые долгосрочных и краткосрочных издержек идентичны у всех фирм.

2) Резервы экономики, обусловленной увеличением масштабов производства, истощаются при достаточно малых объемах выпуска продукции по сравнению с тем же объемом спроса, который предъявляется рынком при преобладающем уровне цены. Поэтому рынок создает достаточное пространство для множества фирм, осуществляющих производство с минимальными долгосрочными издержками. Без такого допущения невозможно рыночное сосуществование большого количества мелких фирм, каждая из которых невелика по сравнению с размерами целого рынка.

3) Фирмы, покидающие рынок, могут беспрепятственно покрыть все свои неявные (имплицитные) постоянные издержки путем продажи собственных предприятий и оборудования другим фирмам. Это допущение – часть требования, обеспечивающего свободу входа и выхода с рынка.



краткосрочное
равновесие фирмы
в условиях
совершенной
конкуренции.
Принцип
максимизации
прибыли

Принцип сопоставления валового дохода с валовыми издержками.

Прибыль фирмы будет максимальна при таком объеме производства, когда валовой доход превышает валовые издержки на максимальную величину. Фирма будет минимизировать свои убытки, производя такой объем продукции, при котором валовые издержки превышают валовой доход на наименьшую величину. Однако, если нет производства, при котором валовой доход превышает переменные издержки, фирма будет минимизировать убытки в краткосрочном периоде путем закрытия

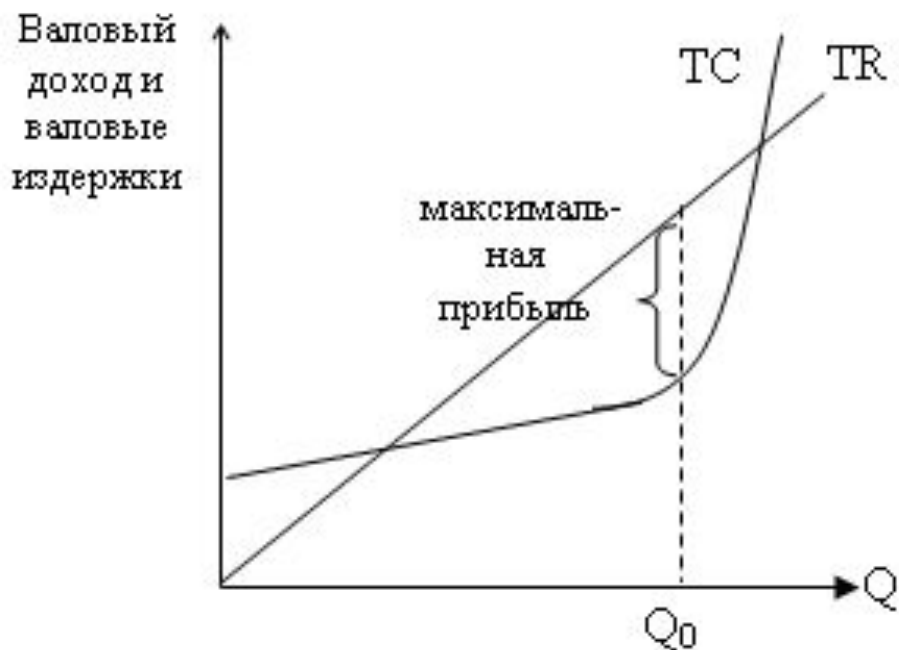


Рис. *Случай максимизации прибыли*

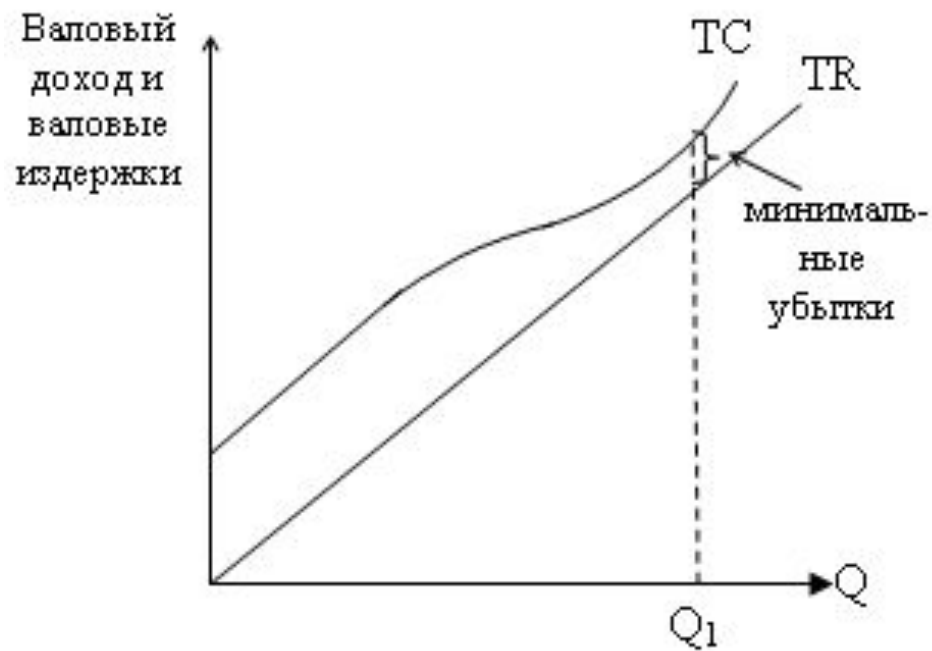


Рис. *Случай минимизации убытков*

Q_0 – объем производства, максимизирующий прибыль Q_1 – объем производства, минимизирующий убытки

II. Принцип сопоставления предельного дохода и предельных издержек.

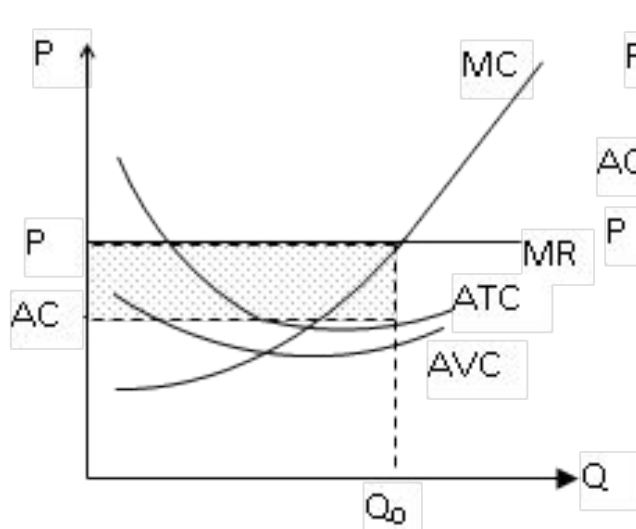


Рис. Случай

максимизации прибыли

$P - AC$ – прибыль на единицу продукции; заштрихованный прямоугольник – совокупная максимальная прибыль

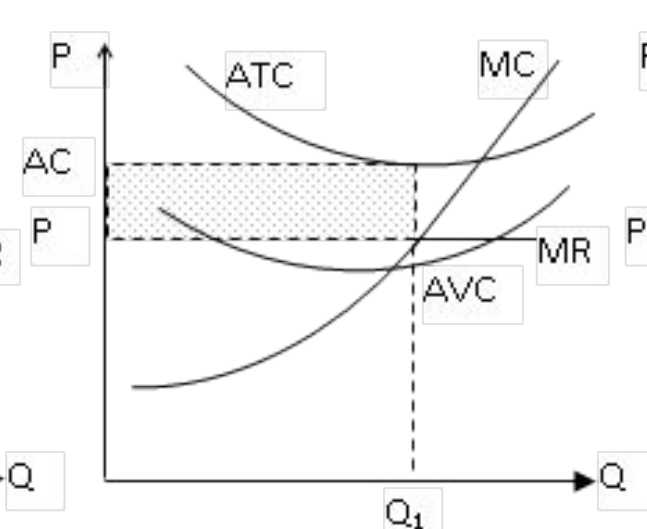


Рис. Случай минимизации

убытков

$AC - P$ – убытки на единицу продукции; заштрихованный прямоугольник – совокупные убытки

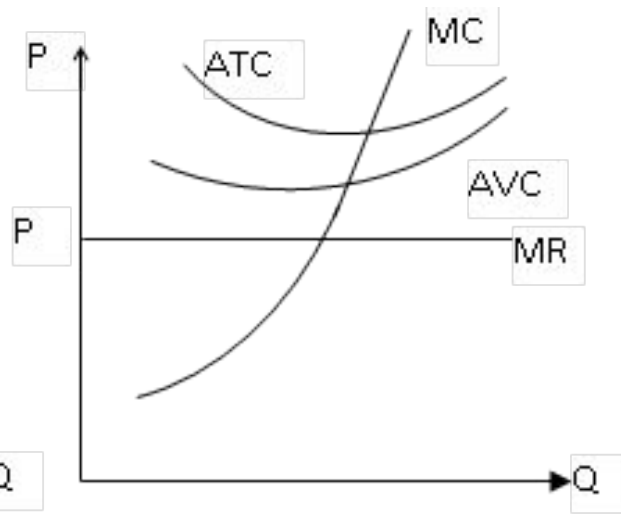


Рис. Случай закрытия

Если цена P не покрывает минимального значения средних переменных издержек, то фирме следует закрыться

Правило 1: фирма должна прекратить производство, если суммарная выручка от продажи любого объема ее продукции не превосходит переменных издержек производства, т.е. $TR < TVC$, или: фирма достигает точки своего «бегства», если цена товара меньше средних переменных затрат ($P < AVC$).

Правило 2: чтобы добиться максимальной прибыли, фирма должна производить такой объем продукции, при котором $MR = MC$

Экономические решения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде

	Принцип сопоставления валового дохода и валовых издержек	Принцип сопоставления предельного дохода и предельных издержек
Следует ли фирме производить?	Да, если $TR > TC$, или если TC превышает TR на некоторую величину, меньшую, чем совокупные постоянные издержки	Да, если P равна или выше, чем минимум средних переменных издержек
Какое количество продукции должно быть произведено, чтобы максимизировать прибыль?	Производить в тех случаях, когда превышение TR над TC максимально или когда превышение TC над TR минимально (и меньше, чем совокупные постоянные издержки)	Производить в тех случаях, когда MR или P (цена) равны MC
Принесет ли производство экономические прибыли?	Да, если $TR > TC$ Нет, если $TC > TR$	Да, если цена P превышает средние общие издержки ($P > ATC$) Нет, если $ATC > P$

кривая предложения фирмы в краткосрочном периоде имеет восходящий вид и совпадает с отрезком кривой предельных издержек, который лежит выше точки минимума средних переменных издержек.

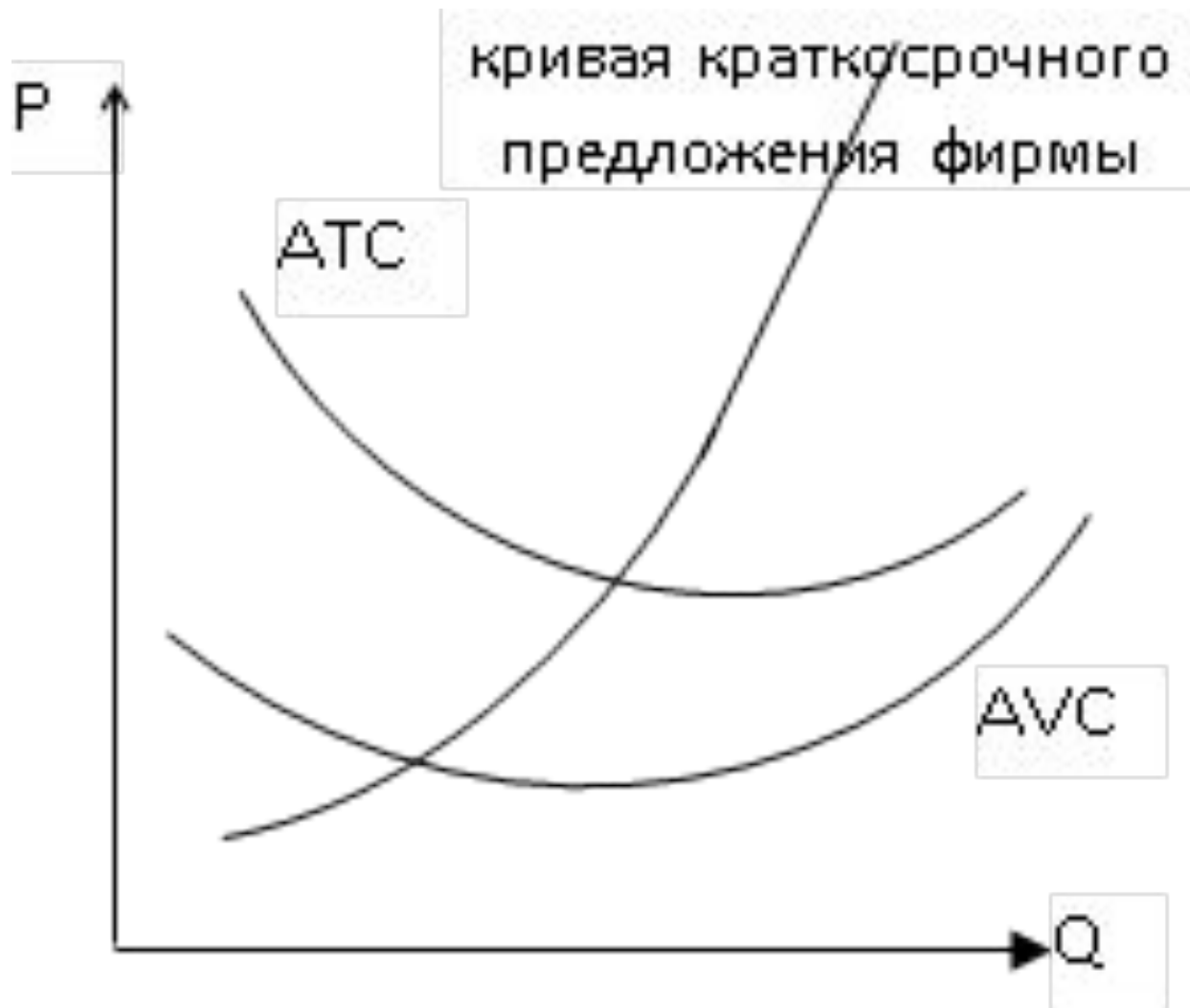


Рис. Краткосрочное предложение фирмы

Отраслевое предложение можно получить путем горизонтального суммирования кривых индивидуального предложения совершенно конкурентных фирм.

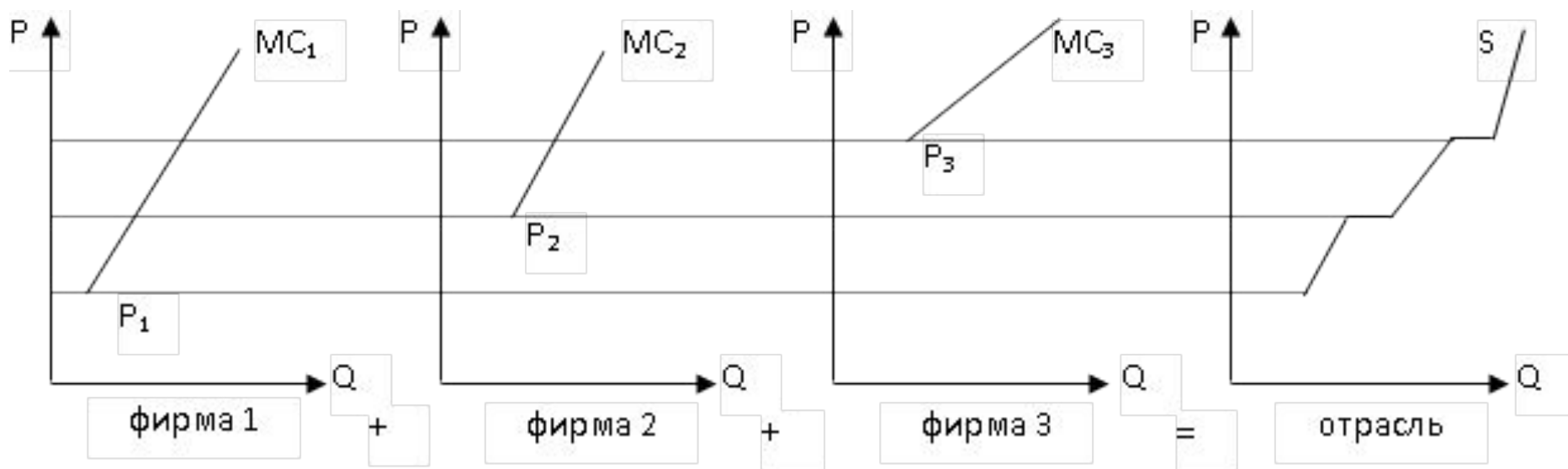


Рис. Построение кривой рыночного предложения

Кривая предложения отрасли поднимается вверх и имеет изломы при цене P_2 и P_3 , т.к. в этих точках вследствие вступления в отрасль очередной фирмы происходит увеличение отраслевого предложения.

Гравитационное равновесие фирмы –
совершенного
конкурента в
долгосрочном
периоде. Кривая
рыночного
предложения
совершенно
конкурентной фирмы

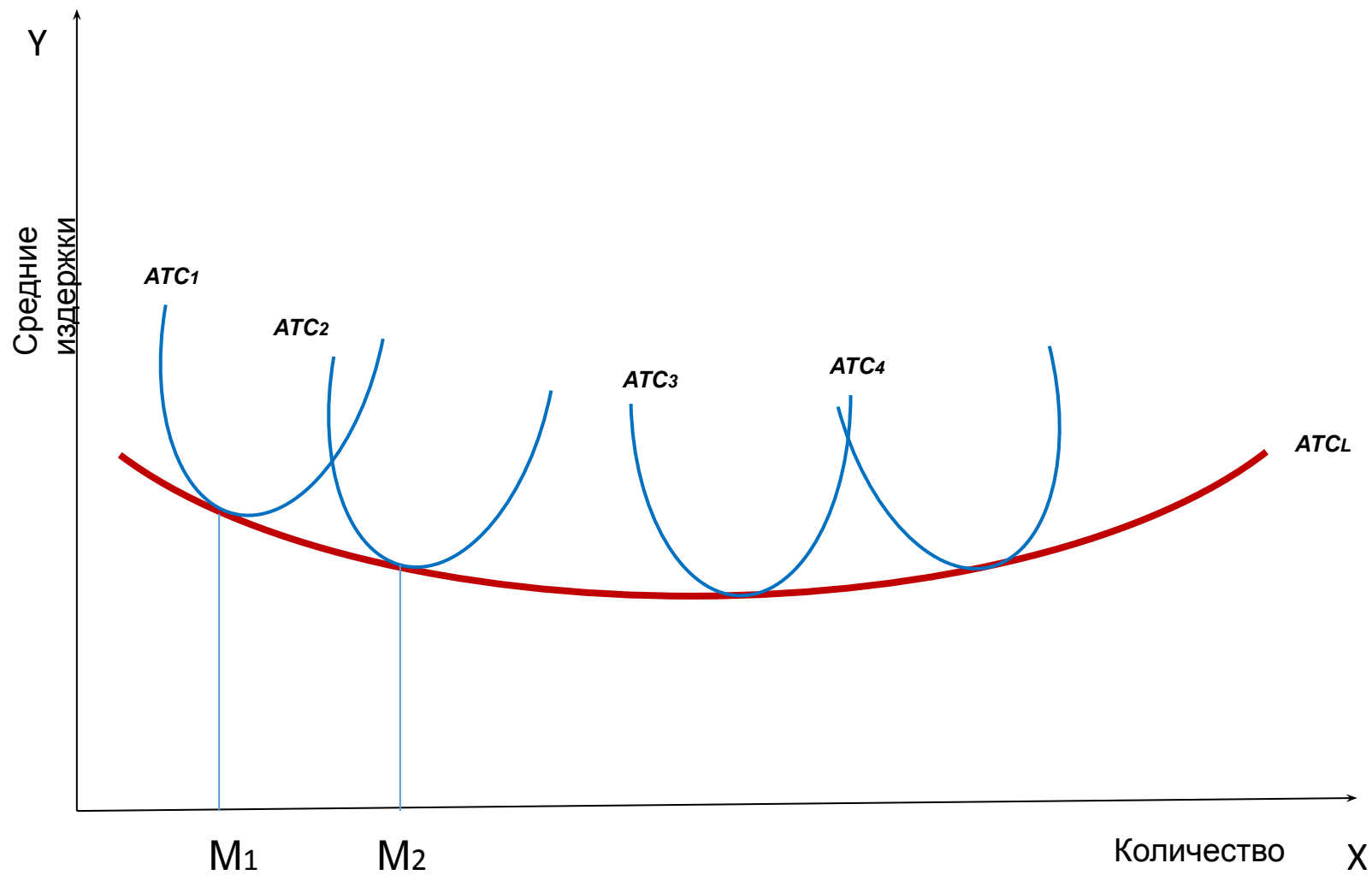


Рис. Минимизация издержек в долгосрочном периоде. Эффект масштаба.

Долгосрочное равновесие фирмы достигается при условии: $LRMC = LRAC = P$

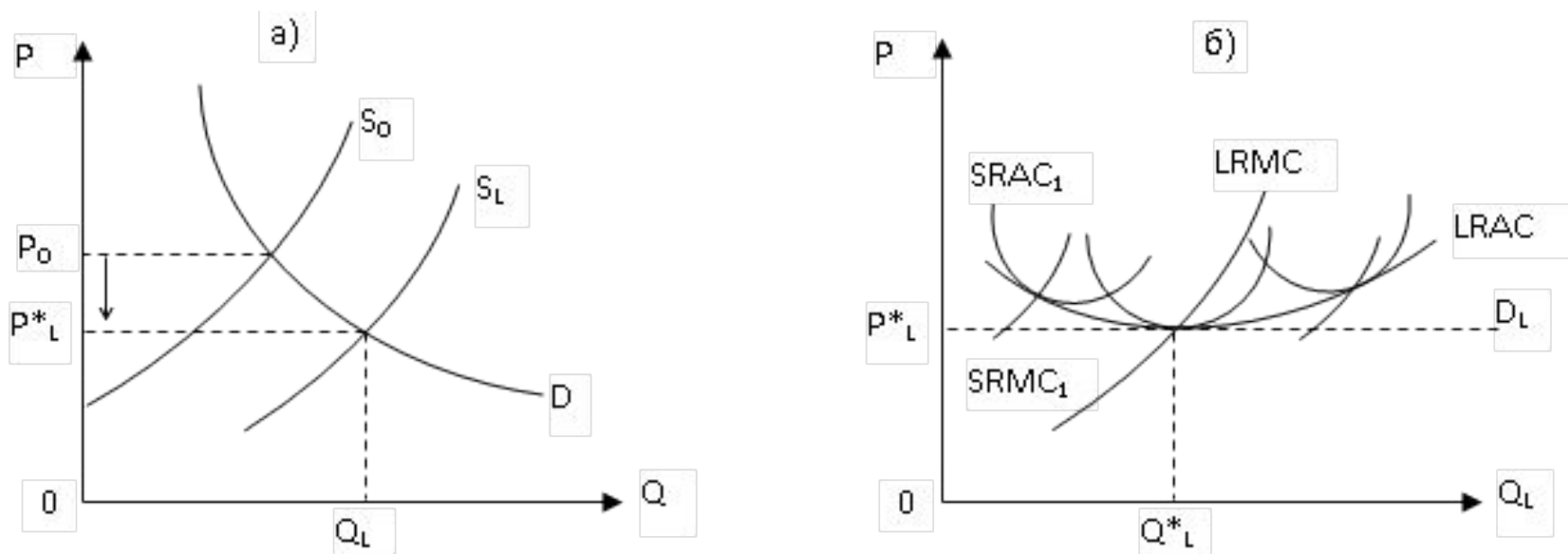
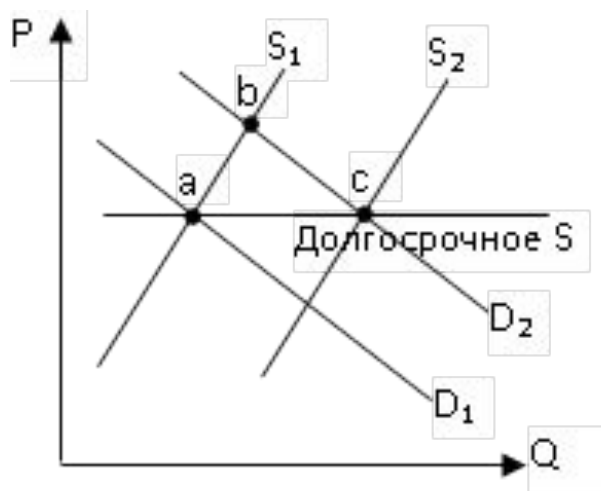


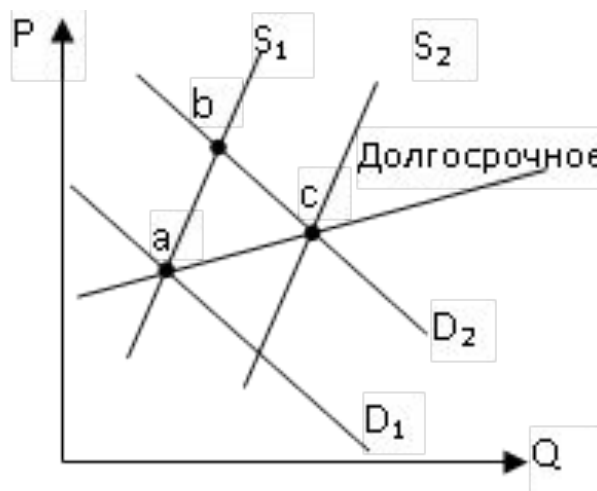
Рис. Равновесие конкурентной отрасли (а) и фирмы (б) в долгосрочном периоде

1. Фирмы работают эффективно при оптимальном использовании мощностей ($LRMC = LRAC$).
2. Объем выпуска оптимален ($LRMC = P$).
3. Общественные ресурсы распределены оптимально, т.к. предельные издержки равны спросу на продукт ($LRMC = P = D$).
4. Экономическая прибыль равна нулю; стимулов для перелива капиталов нет ($LRAC = P$).

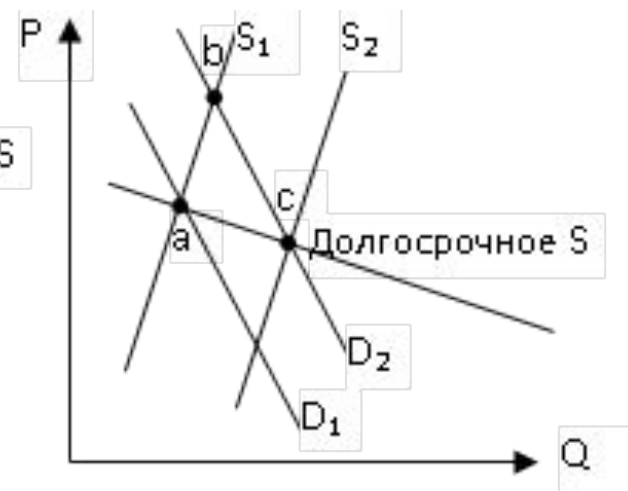
«Парадокс прибыли» – каждая фирма стремится к максимизации экономической прибыли, а отраслевое равновесие наступает, когда искомая прибыль равна нулю.



а) Постоянные отраслевые издержки



б) Увеличение отраслевых издержек: отрицательный эффект масштаба



в) Снижение отраслевых издержек: положительный эффект масштаба

Рис. Различные типы кривых предложения совершенно конкурентной отрасли в долгосрочном периоде

Долгосрочное предложение совершенно конкурентной отрасли зависит от изменения цен на ресурсы и может иметь вид абсолютно эластичной, восходящей и нисходящей кривой.