

# Механизм рынка совершенной конкуренции.

## Часть 1. Конкурентное предложение и издержки фирмы.

---

Издержки – это просто другое название конкурентных преимуществ.

*Франк Найт*



# Вопросы:

---

## **1. Конкурентное предложение и издержки производства:**

- альтернативные издержки фирмы (явные и неявные);
- невозвратные издержки;
- бухгалтерские и экономические издержки;
- бухгалтерская и экономическая прибыль;
- издержки и нормальная прибыль;
- постоянные и переменные издержки;
- валовые, предельные, средние издержки.

## **2. Издержки фирмы в краткосрочном и долгосрочном периоде.**

## **3. Эффект масштаба и издержки фирмы.**

*Издержки производства не оказывали бы влияние на конкурентную цену, если бы не могли влиять на предложение.*

*Джон Стюарт Милль*

**Издержки в экономике** – затраты, связанные с производством товаров:

- редкость ресурсов;
- возможность **альтернативного использования** ресурсов;
- отказ от возможности производства альтернативных товаров и услуг.





## Условия определения альтернативных издержек (упущенной выгоды):

---

- Функционирование отрегулированной системы прав собственности.
- Все производимые блага должны обладать возможностью продаваться и покупаться.
- Все рынки должны быть совершенно конкурентными.

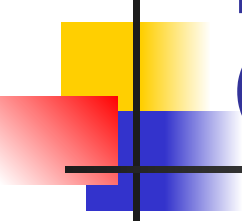


# Явные издержки

денежные расходы фирмы на оплату покупаемых ресурсов (издержки в виде денежных платежей **сторонним поставщикам, не принадлежащим к числу владельцев данной фирмы**, – собственникам ресурсов, используемых в производстве)

**Трудовые услуги**  
**Сырье**  
**Материалы**  
**Топливо**  
**Транспортные услуги**  
**Энергия**

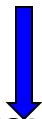




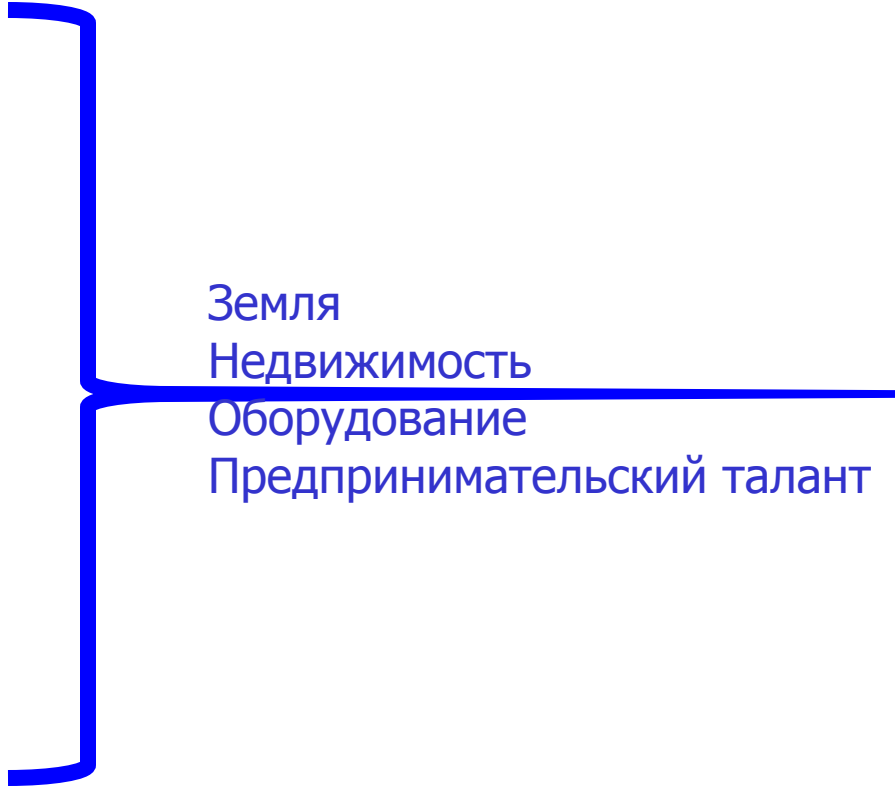
# Неявные издержки (скрытые, условно-расчетные)

---

затраты собственных (принадлежащих фирме) и самостоятельно используемых ресурсов (потерянный доход от альтернативной эксплуатации)



определяются стоимостью ресурсов, находящихся в собственности данной фирмы



- Земля
- Недвижимость
- Оборудование
- Предпринимательский талант

# Невозвратные издержки («утопленные затраты»)

- необратимые постоянные затраты, которые несет фирма в процессе хозяйственной деятельности;
- расходы на факторы, не имеющие альтернативного применения;
- постоянны – не меняются с изменением фирмой объема производства;
- нельзя вернуть, сократив или прекратив производство.

Одноразовые затраты:

- приобретение лицензии;
- рекламная вывеска фирмы;
- затраты на регистрацию предприятия.

# Виды прибыли в зависимости от издержек



**Экономическая  
прибыль**

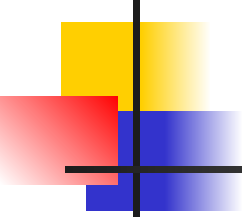
Валовой доход  
(выручка от реализации)

— Явные издержки —

Неявные,  
альтернативные издержки,  
в т.ч. нормальная прибыль

**Бухгалтерская  
прибыль**





---

**Бухгалтерская прибыль** – разница между доходами фирмы и явными издержками.



# Экономическая прибыль – разница между бухгалтерской прибылью и величиной неявных издержек:

- является критерием эффективности предприятия;
- доход, остающийся сверх суммы, необходимой для покрытия временных затрат;
- лежит в основе принятия управленческих решений в бизнесе.



**Убытки фирмы** – «отрицательная прибыль», получаемая в случае, если сумма явных и неявных издержек превышает выручку.

# Нормальная прибыль – равенство общей выручки и суммы (явных + неявных) издержек

- минимальный доход предпринимателя, необходимый для пребывания в равновесии;
- вознаграждение за выполнение предпринимательских функций.

уровень прибыли, необходимый и достаточный для того, чтобы ресурсы, задействованные в производстве конкретного продукта, не были пущены на другие цели





# Издержки производства

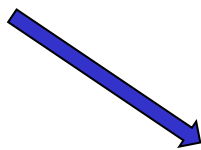
---

## **Явные издержки (ЕС)**

– денежные выплаты поставщикам факторов производства (основная часть затрат фирмы)



**Бухгалтерская прибыль** (разница между общей выручкой фирмы и явными издержками)



## **Неявные –**

альтернативные издержки использования ресурсов, принадлежащих самой фирме.



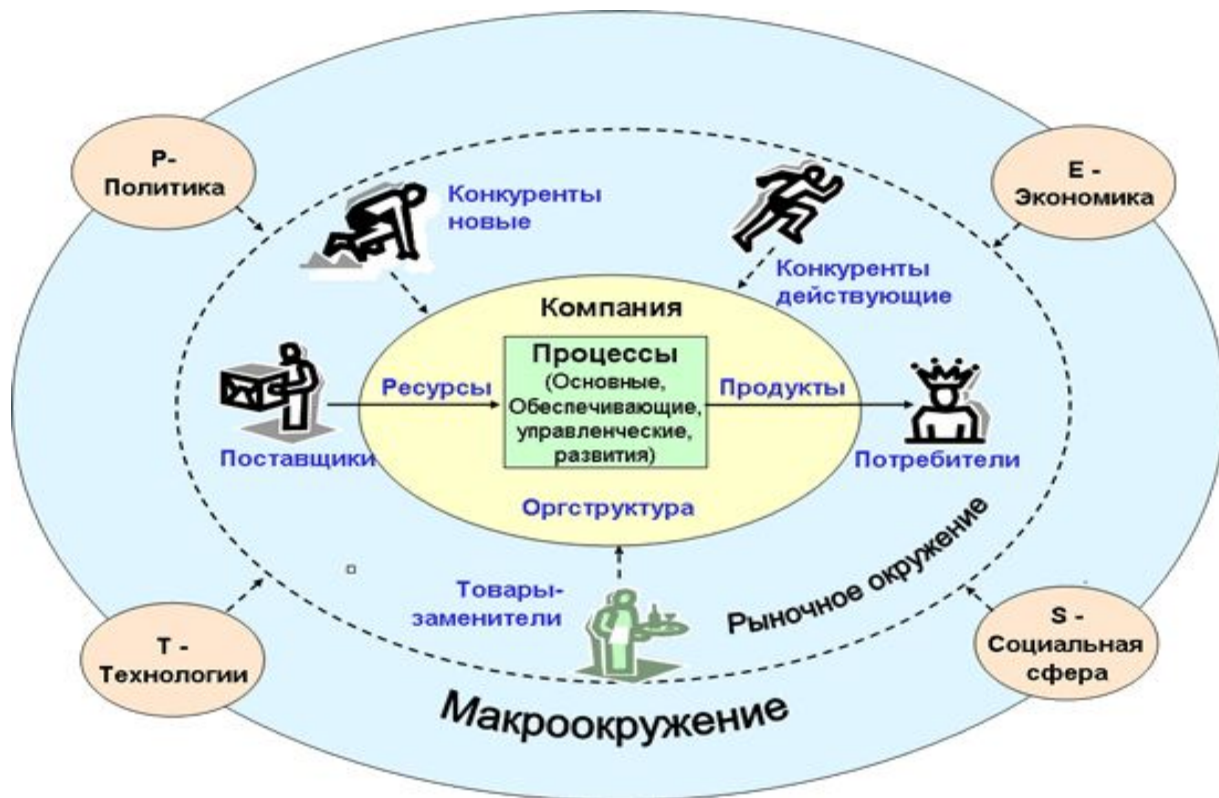
**Экономическая прибыль –**  
*разница между общей выручкой фирмы и всеми издержками*

\*\*\*Невозвратные издержки – одноразовые издержки, которые не возвращаются (не имеют альтернативной стоимости)

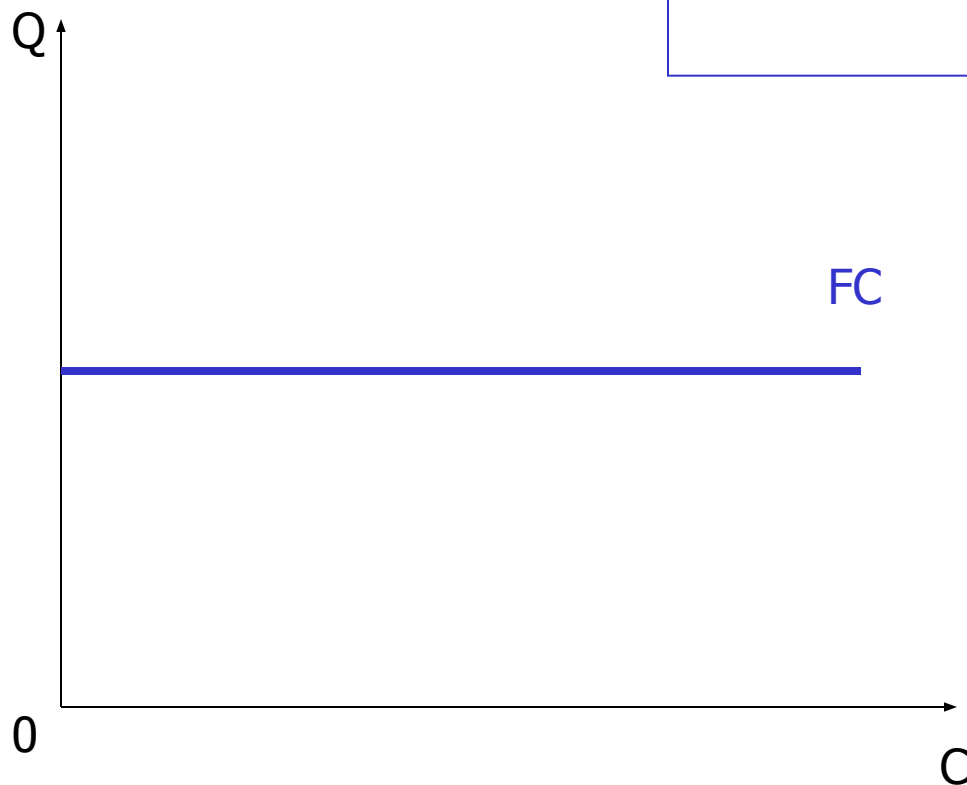
# Краткосрочный и долгосрочный периоды в деятельности фирмы

**Краткосрочный период** – промежуток времени, в течение которого фирма не может изменить количество используемых в производстве ресурсов (оборудования, производственных площадей, технологий).

**Долгосрочный период** – промежуток времени, в течение которого фирма изменяет все факторы производства.

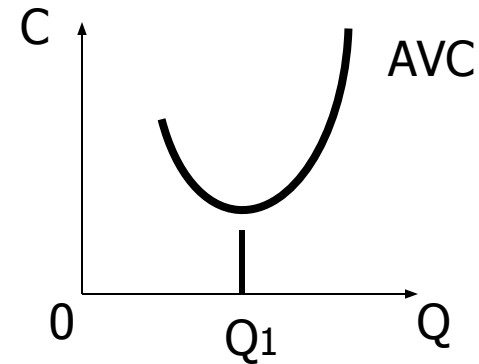
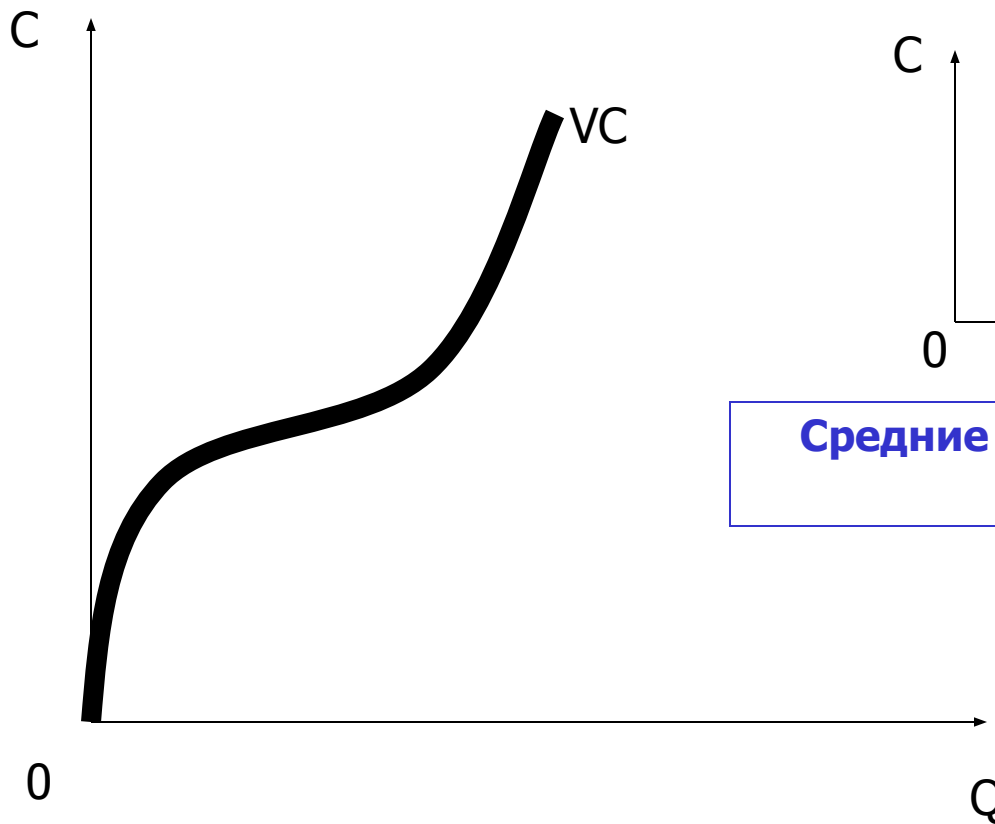


**Постоянные издержки (FC – fixed cost)** - расходы, которые несет предприятие вне зависимости от объема выпускаемой продукции



**AFC – средние постоянные издержки**  
 **$AFC = FC/Q$**

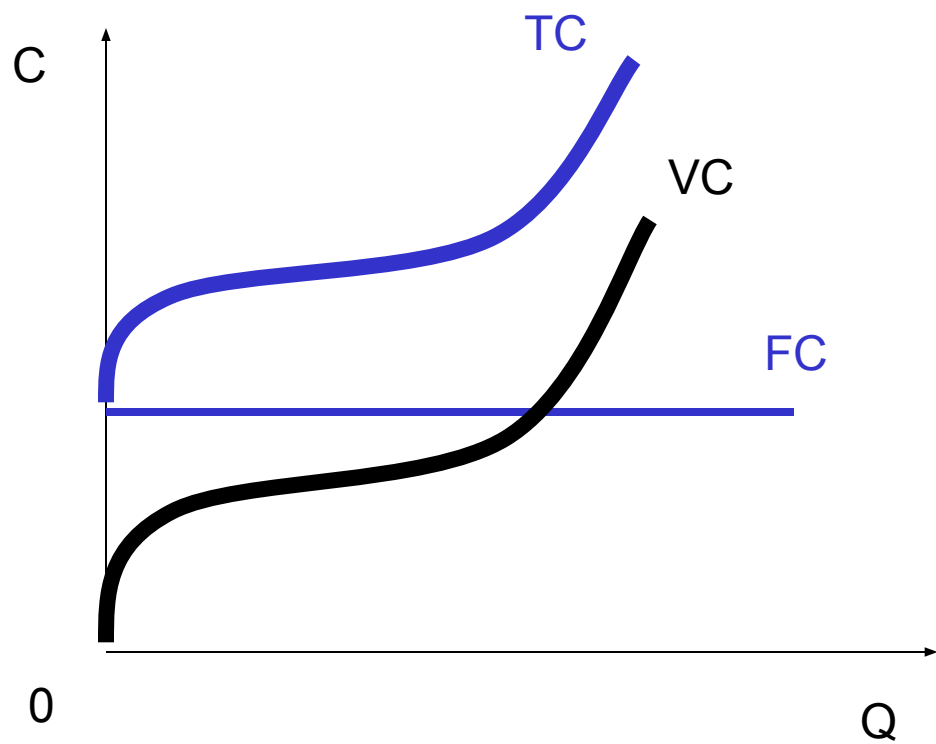
# Переменные издержки (VC) – затраты, величина которых зависит от объема производства



Средние переменные издержки (AVC)

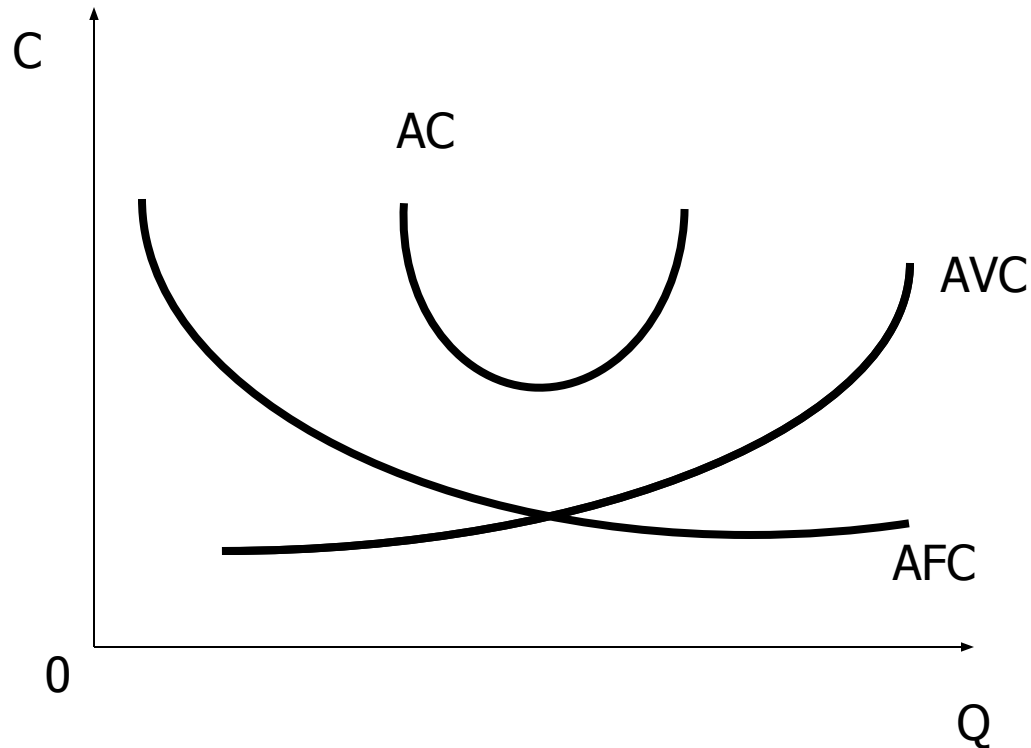
$$AVC = VC/Q$$

**Валовые (общие) издержки (ТС)** – сумма постоянных и переменных издержек при каждом конкретном уровне производства

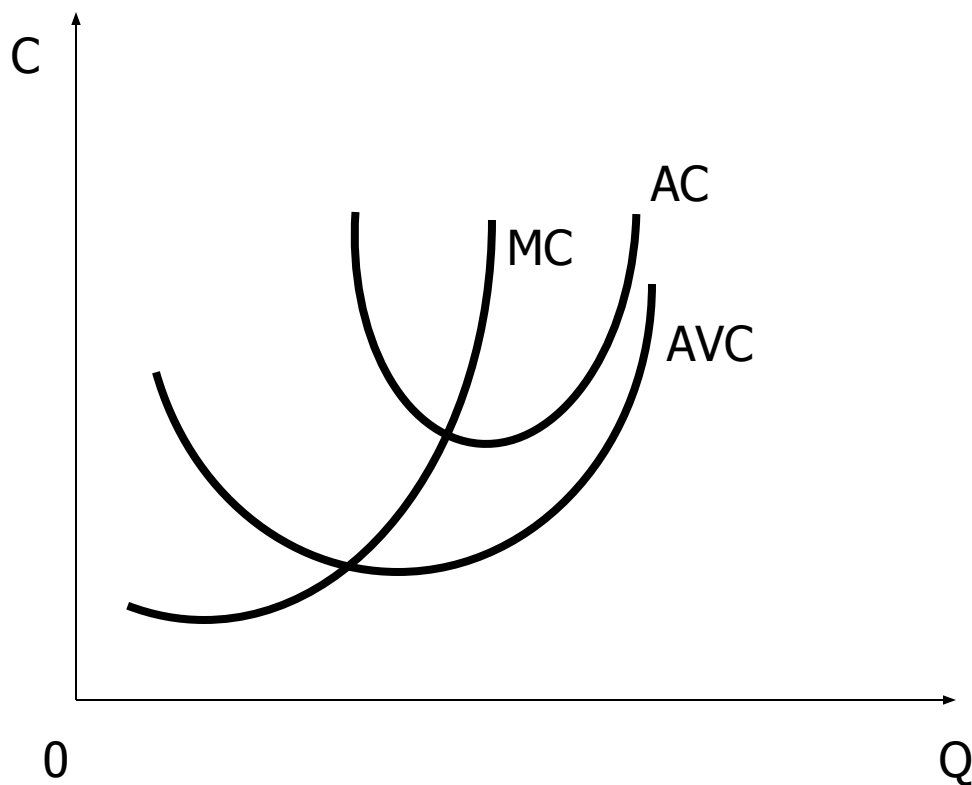




# Средние общие издержки ( $ATC=AC$ ) – отношение общих издержек к объему продукции



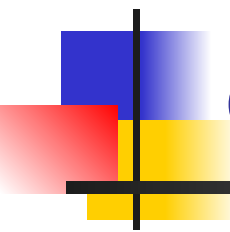
**Предельные издержки (MC)** – приращение общих издержек на производство дополнительной единицы продукции (величина, которую фирма может непосредственно контролировать)



**Эффект масштаба** – эффект снижения издержек на единицу произведенной продукции при распределении постоянных издержек на все большее количество произведенной продукции

---





# Механизм рынка совершенной конкуренции. Деятельность конкурентной фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах. Равновесие фирмы.

---

Конкуренция обеспечивает наилучшее качество продуктов и развивает наилучшие качества людей.

*Дэвид Сарнофф*

Рыбы в море поступают как люди на земле:  
большие поедают малых.

*Вильям Шекспир*



# Вопросы:

---

- Валовой и предельный доход фирмы в условиях совершенной конкуренции.
- Условия равновесия фирмы-совершенного конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах.
- Максимизация прибыли и минимизация убытков. Квазирента.
- Понятие предельной фирмы.
- Излишек потребителя, излишек производителя и взаимовыгодность обмена.

# Валовой и предельный доход



Валовой  
(совокупный)  
доход – **TR**



сумма поступлений от реализации продукции, определяемая как произведение цены на объем реализованной продукции:

$$TR = P * Q$$

Предельный  
доход – **MR**



доход от каждой дополнительно реализованной единицы продукции:

$$MR = TR_n - TR_{n-1}$$

Средний  
доход – **AR**



доход на единицу продукции:

$$AR = TR/Q$$

## Рыночная структура – совокупность экономических условий (структурных переменных), определяющих функционирование рынка:

- Однородность (дифференцированность) продукции.
- Количество фирм и их величина.
- Возможности влияния фирм на рыночную цену.
- Количество и характеристики покупателей.
- Условия издержек производства.
- Легкость входа в отрасль и выхода из нее.



# Типы рыночных структур:

1. Чистая (совершенная) конкуренция.
2. Чистая (абсолютная монополия).
3. Монополистическая конкуренция.
4. Монопсония.
5. Монополия, практикующая дискриминацию.
6. Двусторонняя монополия.
7. Дуополия.
8. Олигополия.



Совершенная конкуренция

Чистая монополия

Монопсония

Олигополия

Монополистическая конкуренция





# Основные четыре типа рыночных структур

<b>Характеристики</b>	<b>Совершенная конкуренция</b>	<b>Несовершенная конкуренция</b>		
		<b>Монополистическая конкуренция</b>	<b>Олигополия</b>	<b>Монополия</b>
<b>Количество фирм и их размер</b>	Много (мелкие)	Много (небольшие)	Мало (крупные)	Одна (крупная)
<b>Барьеры входа на рынок</b>	Нет	Нет	Обычно есть	Нет входа
<b>Однородность продукции</b>	Однородная	Дифференцированная	Однородная или дифференцированная	Уникальная
<b>Контроль над ценами</b>	Ценополучатель	Возможен небольшой	Значительный	Ценоустановитель

**Совершенная конкуренция** – рыночная структура, при которой множество продавцов и покупателей взаимодействуют друг с другом, предлагая и запрашивая однородный продукт, не имея возможности воздействовать на рыночную цену.

## **Основные характеристики:**

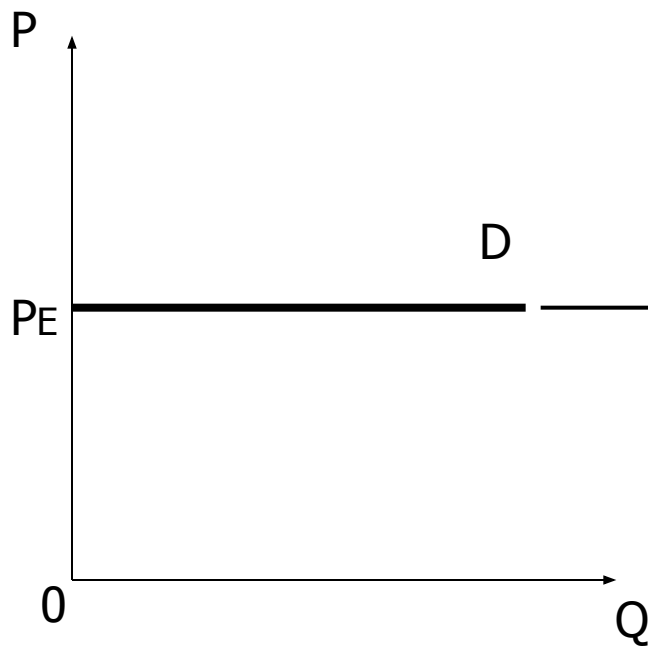
---

- Идеальная, но абстрактная модель.
- Многочисленные продавцы и покупатели являются ценополучателями.
- Мобильность факторов производства.
- Идентичные (стандартизированные) товары.
- Информированность участников совершенно конкурентной структуры об условиях рынка; отсутствие ассиметрии.

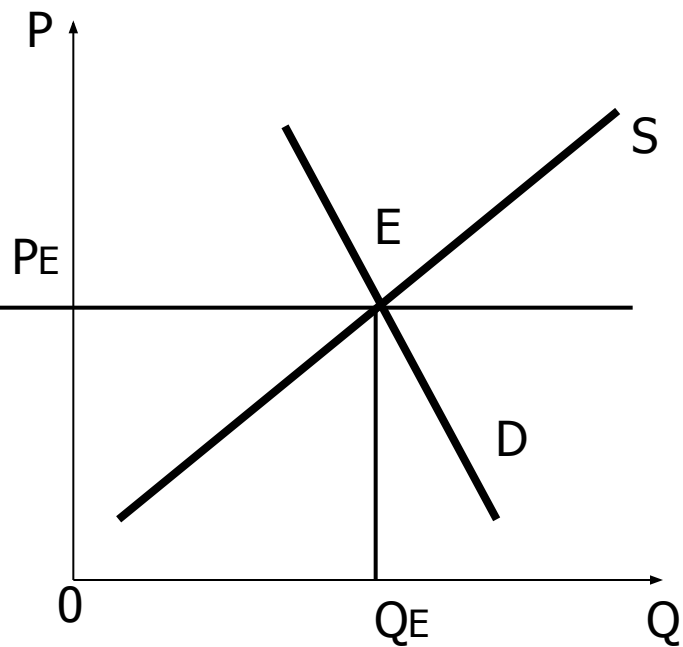


# Модель совершенной конкуренции

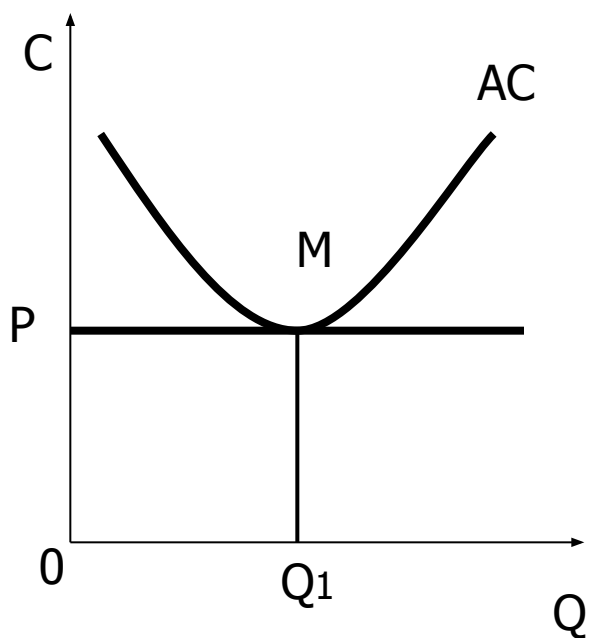
Индивидуальный спрос  
(фирма)



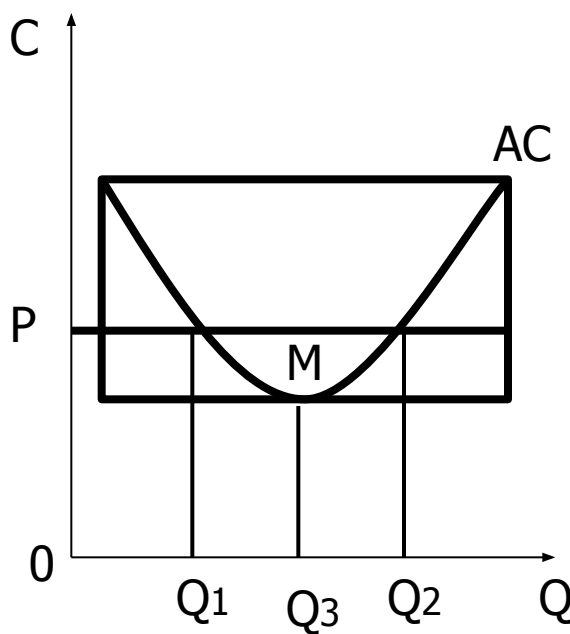
Рыночный спрос



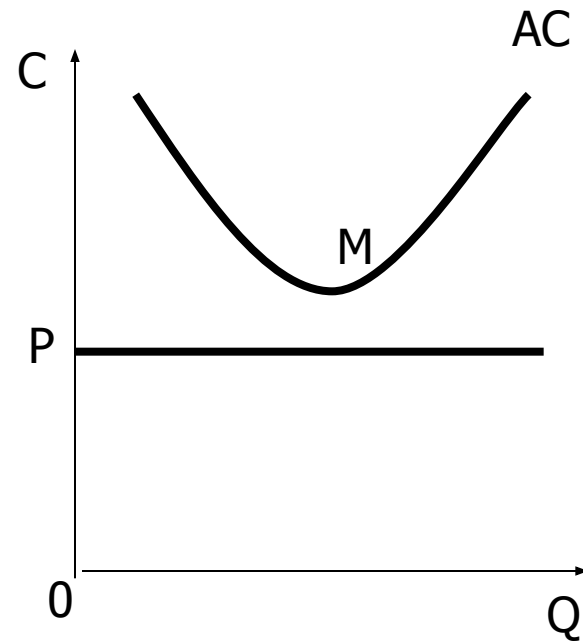
# Возможные положения фирмы на рынке совершенной конкуренции



**$AC = P$**   
**(фирма покрывает)**



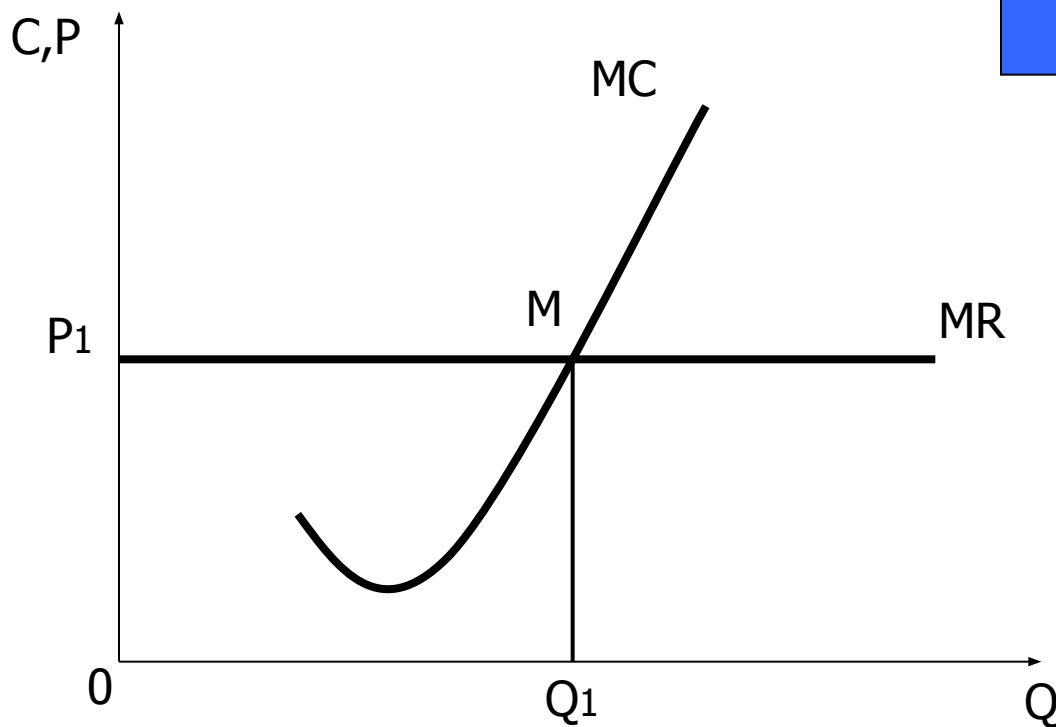
**$AC < P$**   
**(квазирента)**



**$AC > P$**   
**(убытки)**

# Равновесие фирмы на рынке совершенной конкуренции

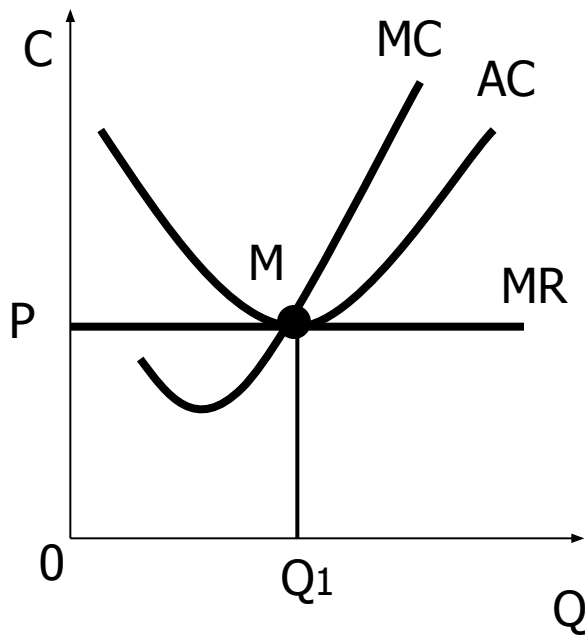
N-222



$MR=MC$

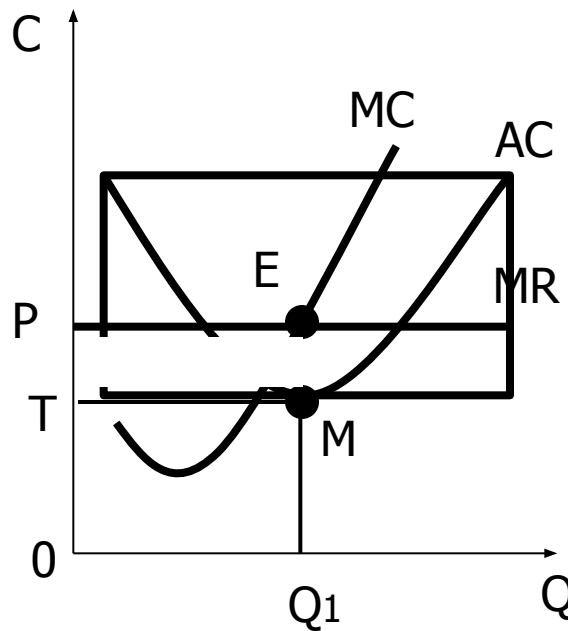
# Равновесие фирмы-совершенного конкурента в краткосрочном периоде

$$P = AC = MC$$



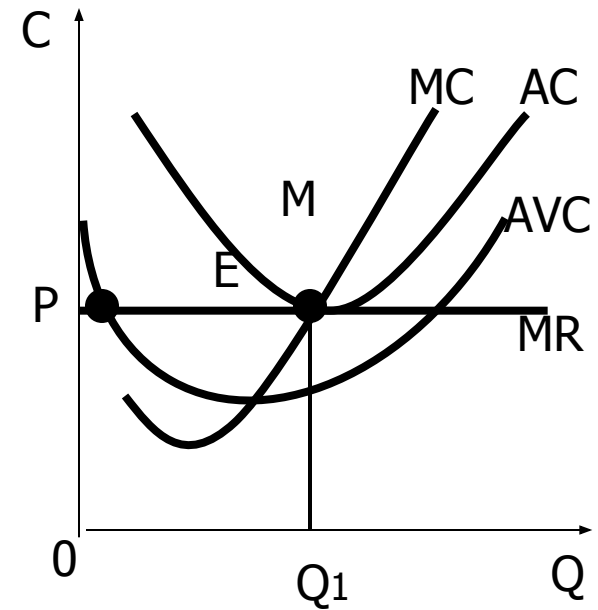
Доходы покрывают все затраты фирмы

$$Q_1(P - T)$$



Максимальная прибыль (квazирента)

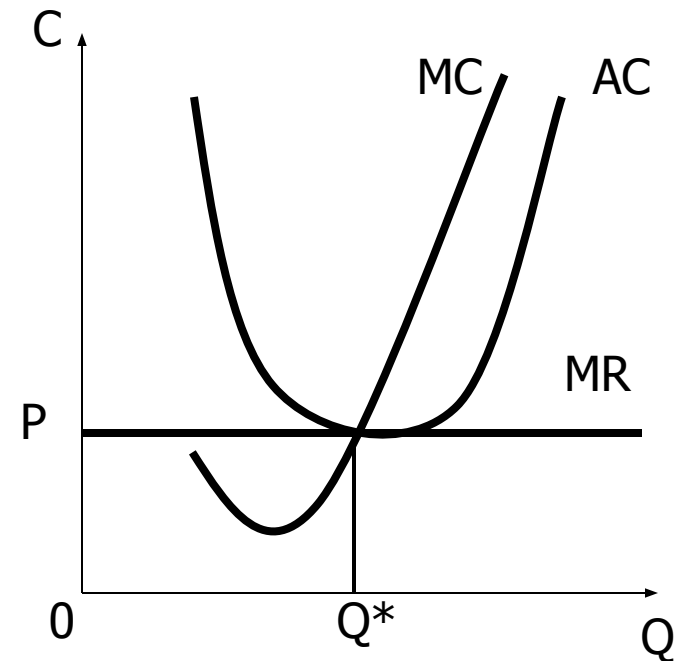
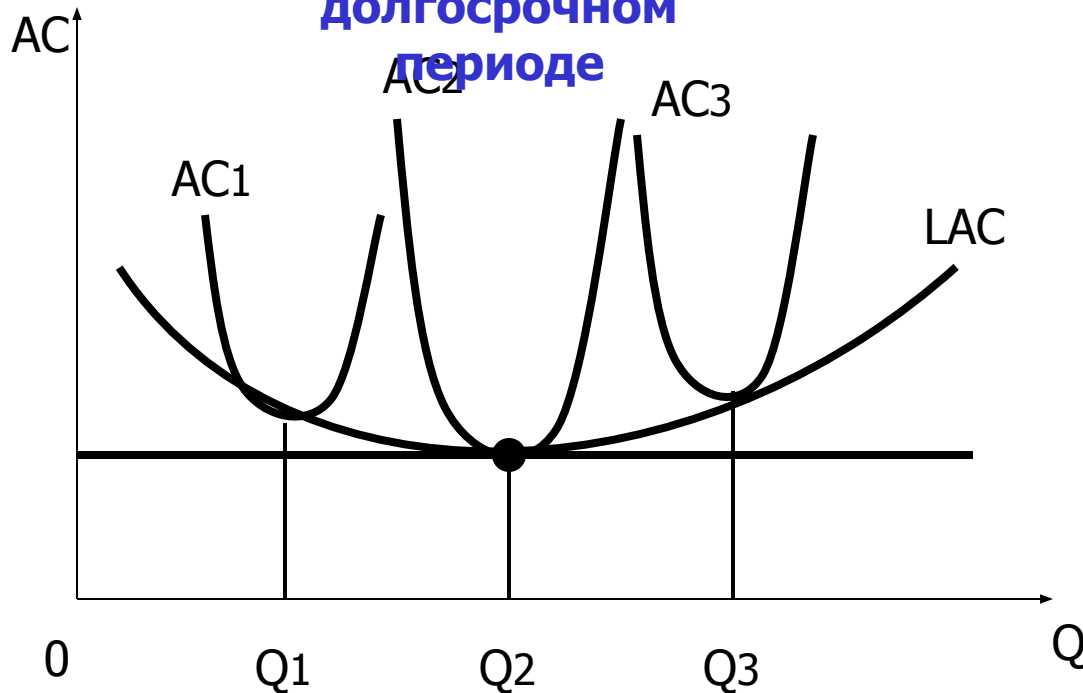
$$P = MR = MC$$



Равновесный выпуск фирмы – совершенного конкурента

# Долгосрочное равновесие фирмы в условиях совершенной конкуренции

Средние издержки в  
долгосрочном  
периоде



$$P = MR = MC = AC$$

условие максимизации прибыли фирмы-совершенного конкурента в долгосрочном периоде