

Лекция

Совершенная конкуренция

план:

- 1. Особенности совершенно конкурентного рынка**
- 2. Деятельность конкурентной фирмы в краткосрочном периоде**
- 3. Рынок совершенной конкуренции в долгосрочном периоде**

Литература:

1. Экономическая теория: Учебник / под ред. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина и др. – М.: ИНФА-М, 2003г. 262-271
2. Андреев Б.Ф. Системный курс экономической теории: Микроэкономика, Макроэкономика: учебное пособие – СПб: Изд.дом «Бизнес-пресса», 2000. 323-326
3. Экономическая теория: Учебник / под ред. Камаева – М.: Гуманит. Изд.центр ВЛАДОС, 2002 с.157- 172
4. Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник / кол. Авт. Под ред. А.Грязновой, А.Ю. Юданова. Финансовая академия при Правительстве РФ – М.: КНОРУС, 2006. -278-312с.

Четыре базовых рыночных структуры: (определяются степенью развития конкуренции)

1. Совершенная конкуренция
2. Монополистическая конкуренция
3. Олигополия
4. Монополия

Несовер-
шенная
конкуренция

Конкуренция (лат.слово) – столкновение,
соствязание:

-  Борьба за ограниченный спрос;
-  Учитывает интересы потребителя,
преследуя свои интересы;
-  Рынок решает что, как, для кого
производить;
-  Связана с расщеплением экономической
власти

Модель рынка совершенной конкуренции
основана на четырех условиях:

- 1) Все фирмы производят однородную продукцию (гомогенная, неразличимая продукция, товары абсолютно взаимозаменяемы - субституты)

- 2) Маленькие размеры многочисленных фирм не позволяют им диктовать цены на рынке;
- 3) Вход на рынок и уход с рынка неограничен (отсутствие барьеров, гибкость, адаптивность);
- 4) Информация о ценах и производстве доступна всем фирмам. (полная определенность при принятии решений)

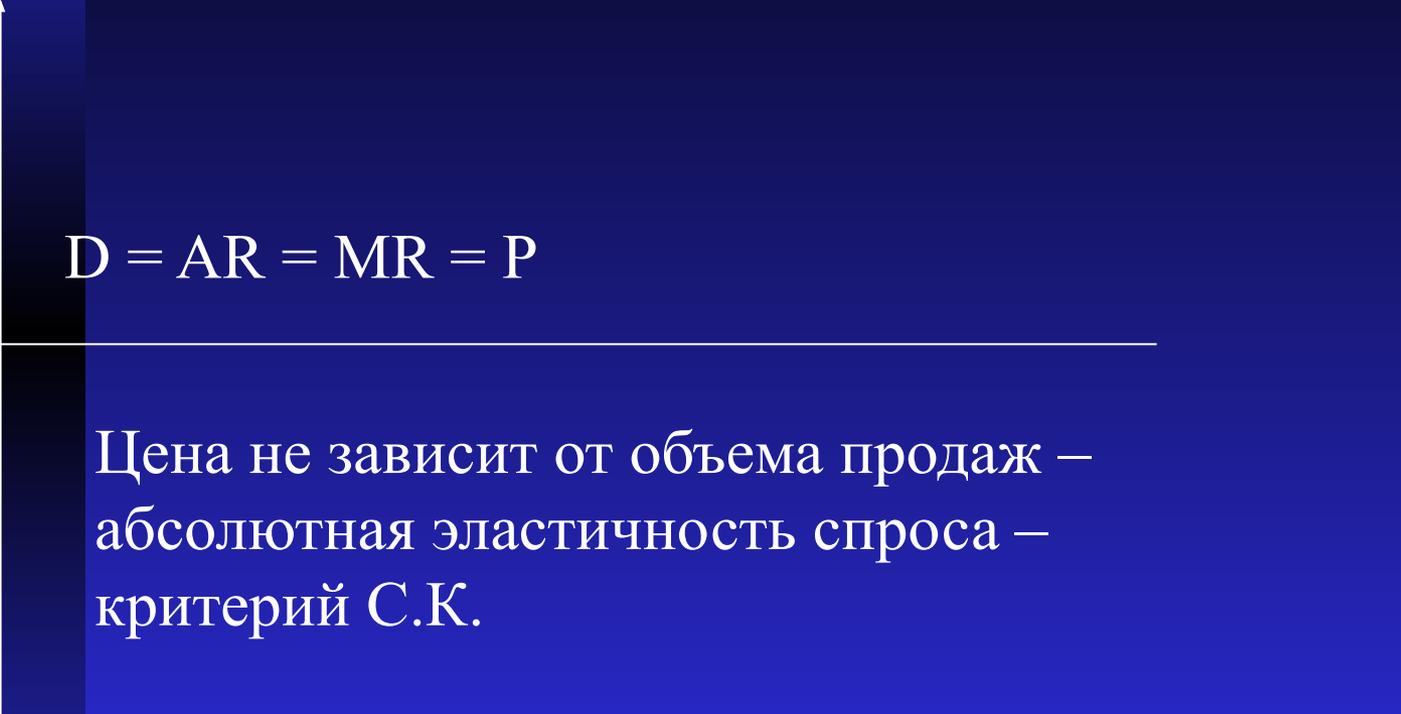
Ни один рынок не выполняет жестко все 4 условия – абстрактная модель.

Однако близки к совершенной конкуренции

Мировые сырьевые биржи (1-выполняют; 2,3-выполняют с натяжкой, 4- не удовлетворяют)

Малый бизнес России – «заповедники» совершенной, свободной конкуренции («челночная» торговля, бригады по ремонту квартир и строительству дач, парикмахерские, предприятия питания и бытового обслуживания и др)

Рыночный спрос на продукцию определенной фирмы в условиях совершенной конкуренции


$$D = AR = MR = P$$

Цена не зависит от объема продаж –
абсолютная эластичность спроса –
критерий С.К.

Спрос = предельной выручке = средним доходам = цене

Вопрос 2

$$\Pi = TR - TC = P * Q - TC$$

Где TR – совокупный доход

TC – совокупные издержки

Максимизировать прибыль – это значит делать все наилучшим образом в той или иной ситуации включая борьбу нерадивыми менеджерами

Функции менеджера: планирование, креативные качества, администрирование, работа с персоналом

«Не от благонадежности мясника, пивовара
или булочника ожидаем мы получить
свой обед, а от соблюдения ими своих
собственных интересов»

Адам Смит

Преследуя свои собственные цели –
достижение максимальных прибылей
компания в итоге обеспечивает и
потребности общества

Прибыль сигнализирует всем участникам бизнеса о том, каким образом можно наиболее эффективно распределить имеющиеся в их распоряжении ресурсы

Максимизация прибыли

$$TR = R(Q) = P * Q$$

$$TC = C(Q)$$

$$\Pi = R(Q) - C(Q) = \Pi(Q)$$

$$Q = F(L, K)$$

$$\Pi = \Pi(Q) = \Pi[Q(L, K)] = \Pi(L, K)$$

Проблема максимизации прибыли – это
проблема оптимизации выпуска и проблема
оптимизации использования факторов
производства

Условия максимизации прибыли

$$\Pi = TR - TC \text{ или } \Pi(Q) = TR(Q) - TC(Q)$$

Первая производная от Q

$$d\Pi / dQ = d(TR) / dQ - d(TC) / dQ$$

$$d\Pi / dQ = 0$$

Следовательно $d(TR) / d(Q) = d(TC) / dQ$

Отсюда $MR = MC$

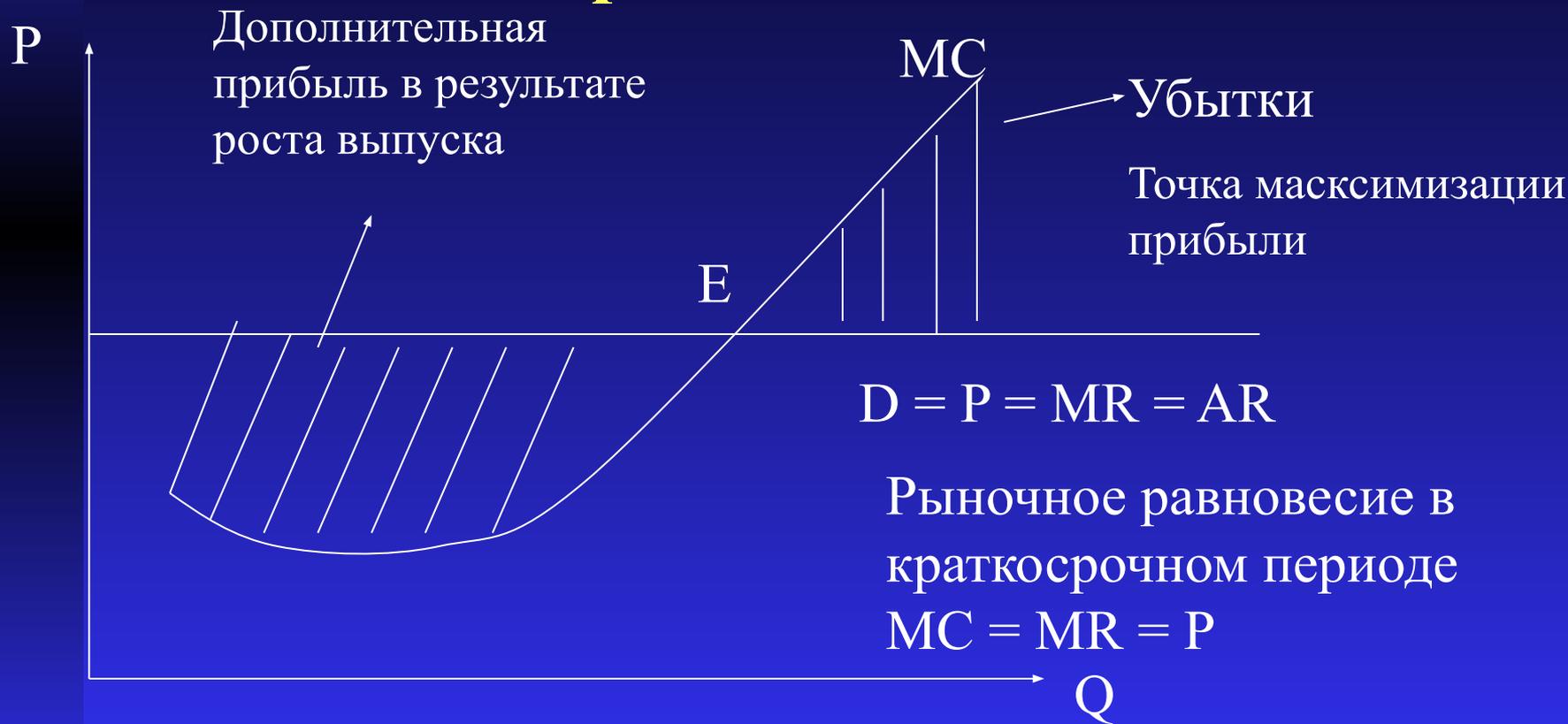
**Универсальное условие максимизации
прибыли или правило максимизации
прибыли**

**$P = MC = MR$ – в условиях совершенной
конкуренции**

Правило максимизации прибыли

$MC = MR$ MC – предельные издержки

MR – предельный доход



До тех пор пока каждая единица выпущенной продукции (услуг) приносит больший доход, чем издержки → прибыль возрастает, если наоборот → увеличиваются убытки (сокращается прибыль)

Там, где кривая предельных издержек (MC) в своем возрастании пересечет кривую предельных доходов (MR), т.е. сравняется с ней ($MR=MC$)- будет достигнута максимальная прибыль (рыночное равновесие)

Правило $MR=MC$ справедливо не только для совершенной конкуренции, но и для других.

$$\Pi = TR - TC \quad \Pi = P * Q - TC$$

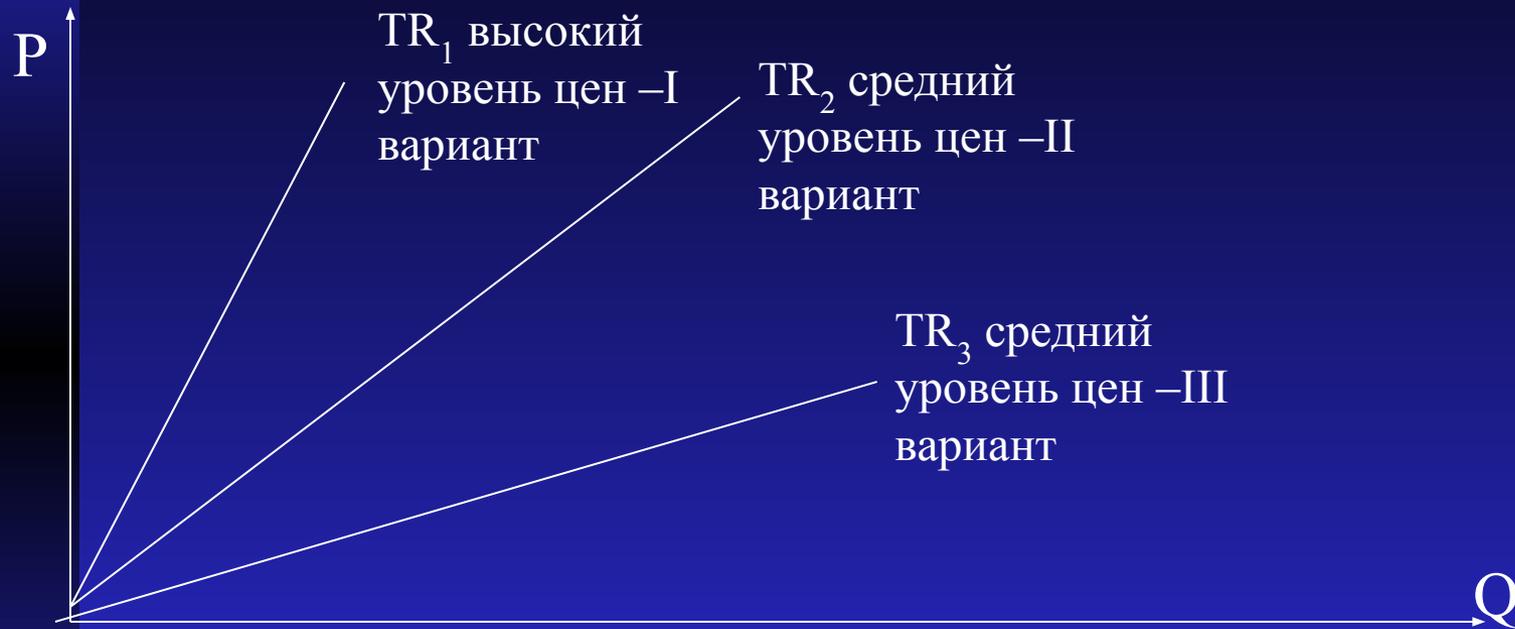
Из 3-х переменных (P, Q, TC) – главный рычаг управления объемом прибыли является объем производства (Q), т.к. P – константа (в условиях совершенной конкуренции); TC сами зависят от объема производства (Q)

В условиях совершенной конкуренции успех зависит от оптимального объема производства, который позволит достичь максимальной прибыли.

Варианты поведения фирмы в краткосрочном периоде:

1. Производство ради максимизации прибыли
2. Производство ради минимизации убытков
3. Прекращение производства

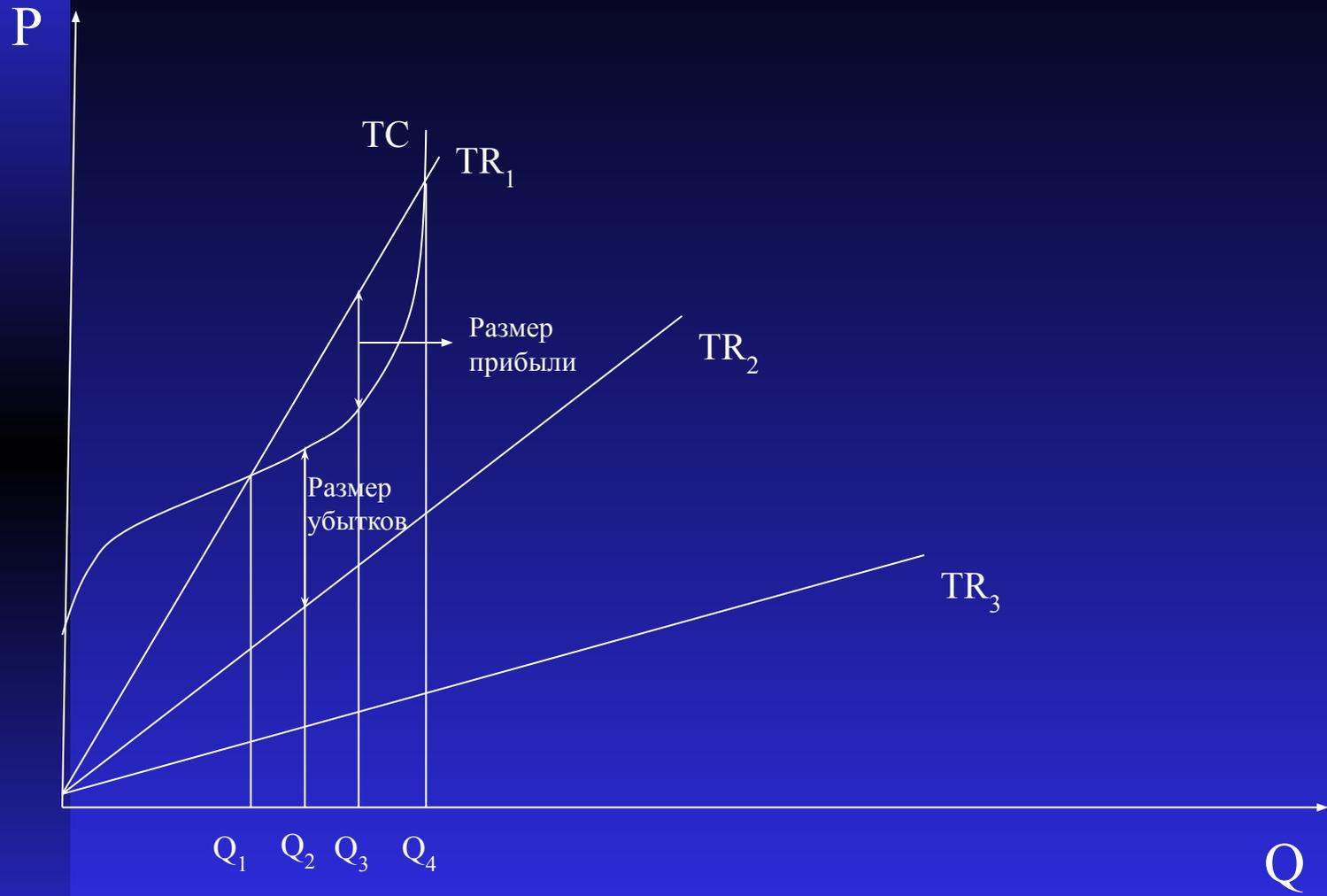
Рис: варианты поведения фирмы в краткосрочном периоде



Графически кривая совокупного дохода (TR) – это луч проведенный через начало координат с наклоном

$$\text{tga} = \Delta TR / \Delta Q = MR = P$$

Чем выше цена тем круче вверх пойдет кривая валовых доходов



I. Производство ради максимизации прибыли.

- при объеме производства от Q_1 до Q_4
- прибыльная работа; при объеме Q_3 - максимальная прибыль.

II. Производство ради минимизации убытков.

Кривая дохода (TR_2) ниже кривой издержек (TC) – прибыли нет. Минимальный убыток при объеме производства Q_2 .

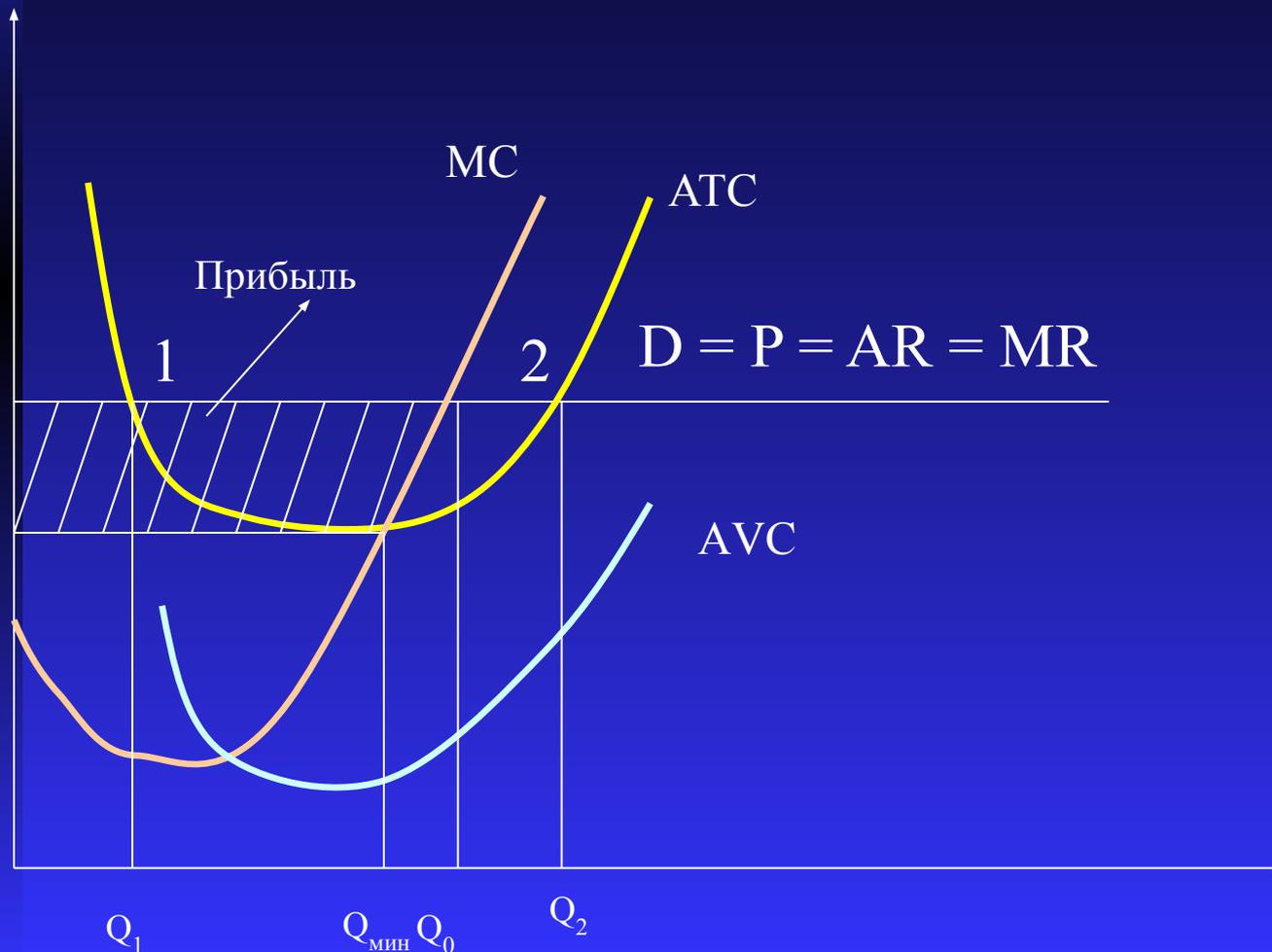
III. Прекращение производства, т.к. растут убытки. Если убытки начинают превышать величину постоянных издержек

$$(\Pi) > FC$$

то следует принять решение о прекращении объема производства.

Графический анализ каждого варианта путем сравнения цен и средних издержек, и предельных издержек.

Рис: Деятельность фирмы максимизирующей прибыль в условиях совершенной конкуренции



1, 2 – точки безубыточности – критические точки перехода от убыточного производства к прибыльному **1** ; наоборот – **2**.

Q_o - оптимальный объем производства с точки зрения получения максимальной прибыли (максимальный объем валовой прибыли).

Q_{мин} - объем производства при техническом оптимуме.

Максимальная прибыль на единицу продукции при минимальных издержках на единицу продукции (АТС)

Положение точки 1 зависит главным образом от средних постоянных издержек (АFC) – производство мало загружено, постоянные расходы на единицу продукции велики, надо увеличивать объем (Q).

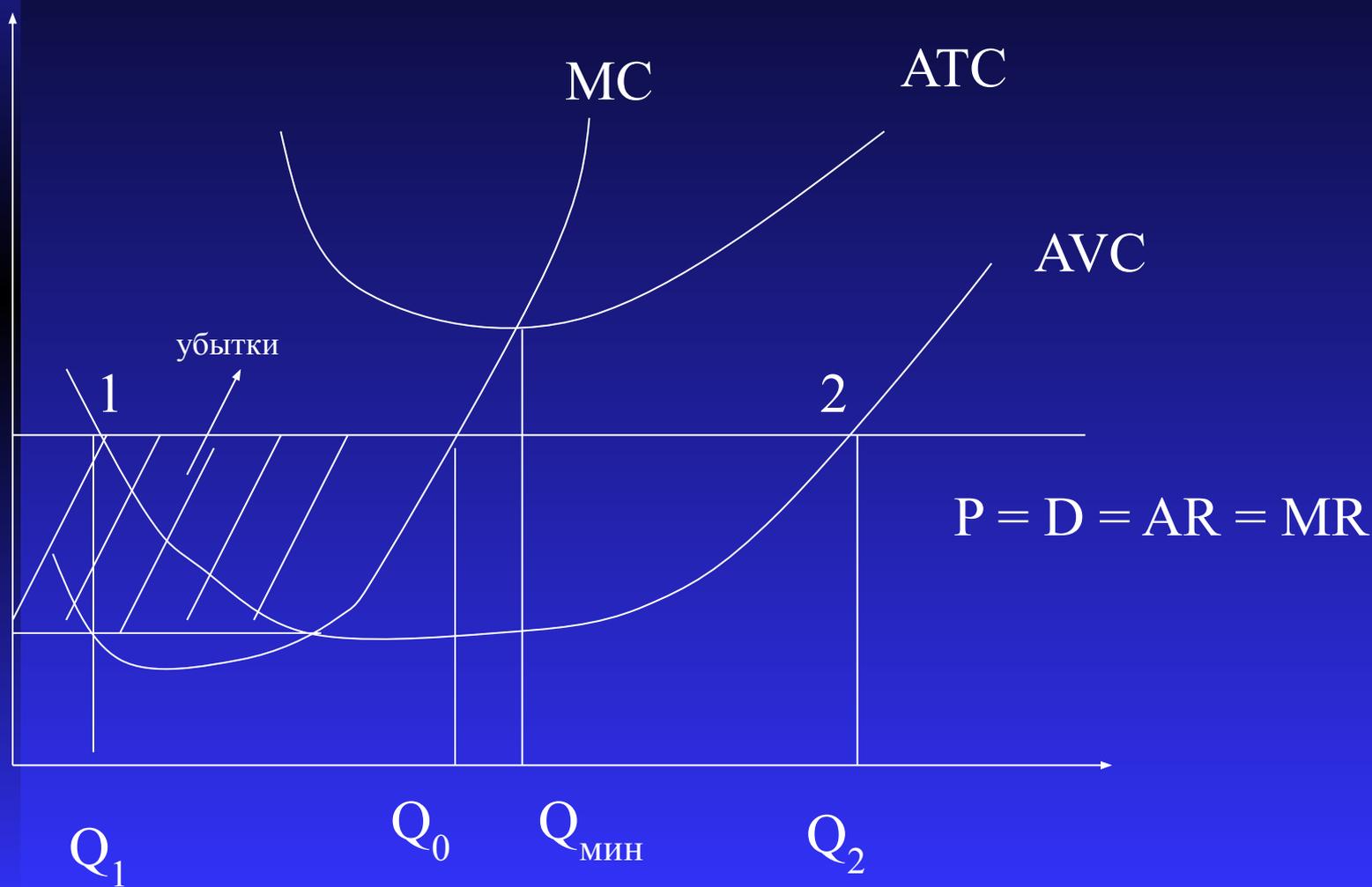
Объем до Q_1 → продукция не пользуется спросом
→ высокие FC
→ не набрали оборотов

Положение точки 2 зависит от средних переменных издержек (AVC); средние постоянные издержки (AFC) уменьшаются, а переменные растут - близка перезагрузка мощностей → прекратить увеличивать объем.

Снижение величины критической точки 1 :

- снижение FC
- реструктуризация производства (продажа ненужного оборудования, сдача в аренду)

Рис: Минимизация убытков фирмы в условиях совершенной конкуренции



1 2 Допустимый объем производства

От Q_1 до Q_2 когда $ATC > P > AVC$

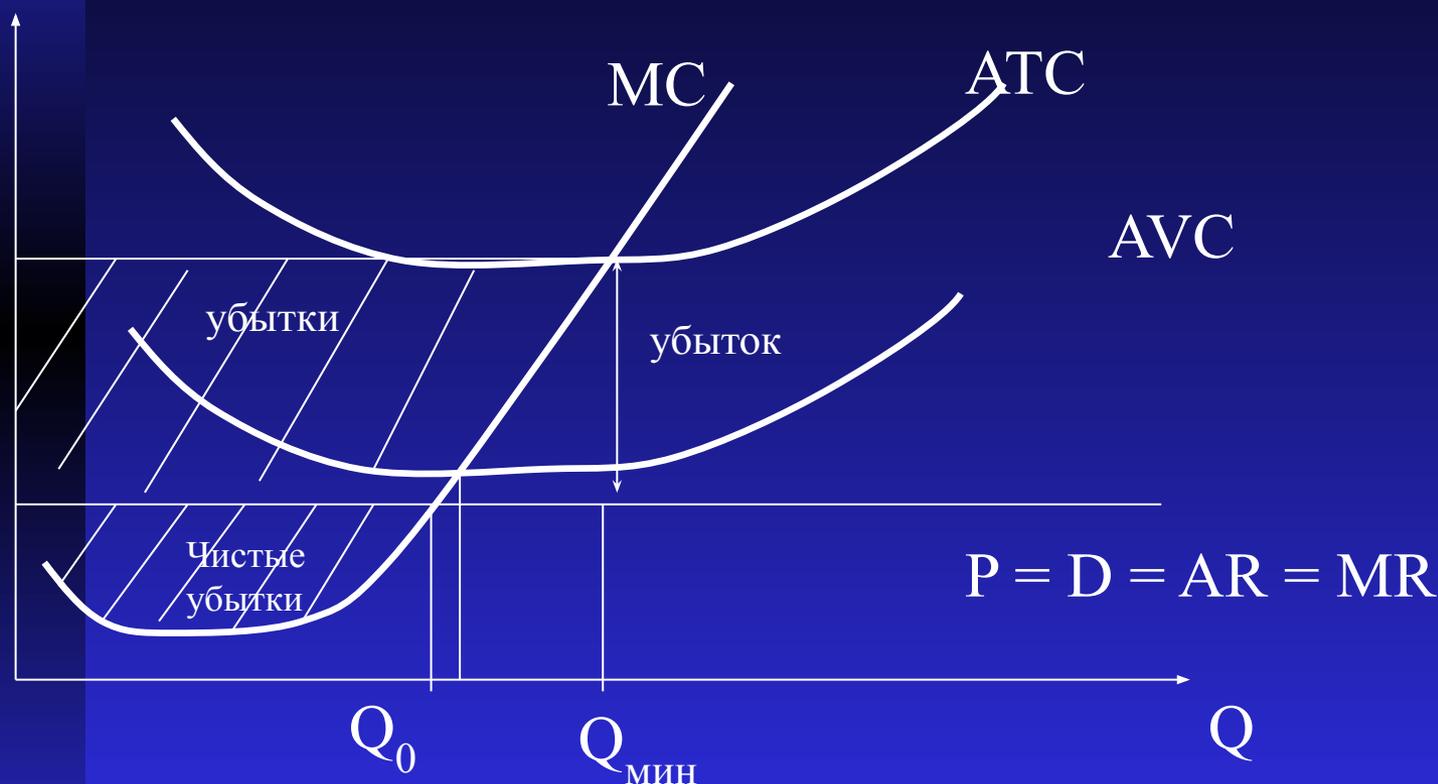
Q_0 – оптимальный объем производства способствующий минимизации убытков (ниже чем технически оптимальный уровень)

$Q_{\text{мин}}$ – экономически недостижимы

Q_0 – работа в условиях недогрузки мощностей

Если фирма прекратит объем производства (даже временно) ей придется нести постоянные издержки, не имея доходов. Предприятие продолжает выпускать продукцию и терпит убытки, лишь минимизирую их

Рис: Прекращение производства в краткосрочном периоде



Правило $MR=MC$ не применимо, т.к. $P < AVC$

Q_0 — финансовый убыток

Цена упала на столько низкий уровень –
убытки $P < AVC$

Увеличение объема производства
увеличивает убытки.

Каждая выпущенная единица продукции
несет убыток постоянны издержки +
непокрытая часть переменных издержек

Выход из этой ситуации

- 1) Временная остановка производства (регулирование оборота с целью приспособления и меняющимся условием спроса и предложения или дождаться увеличения рыночной цены)
- 2) Окончательно прекратить свое существование

Вопрос 3

В долгосрочном периоде регулятор – уровень прибыли, т.к. вход и выход на рынок открыт для всех

Если в отрасли уровень рыночных цен (P) выше средних издержек (AC) \rightarrow возможность получения экономической прибыли (Π) \rightarrow стимул для входа в данную отрасль новых фирм \rightarrow увеличение использования ресурсов, выпуска продукции (S) и наоборот

Рынок совершенной конкуренции тяготеет к нулевой экономической прибыли в долгосрочном периоде

Реакция фирмы на увеличение рыночного спроса. Рыночное поведение при наличии в отрасли экономической прибыли

- 1) Повышение спроса
- 2) Повышение цен (краткосрочный период)
- 3) Экономическая прибыль (краткосрочный период)
- 4) Приход фирм и ресурсов в отрасль
- 5) Повышение предложения (в долгосрочном периоде)
- 6) Снижение цен
- 7) Нулевая экономическая прибыль
- 8) Приток новых фирм и ресурсов прекращается

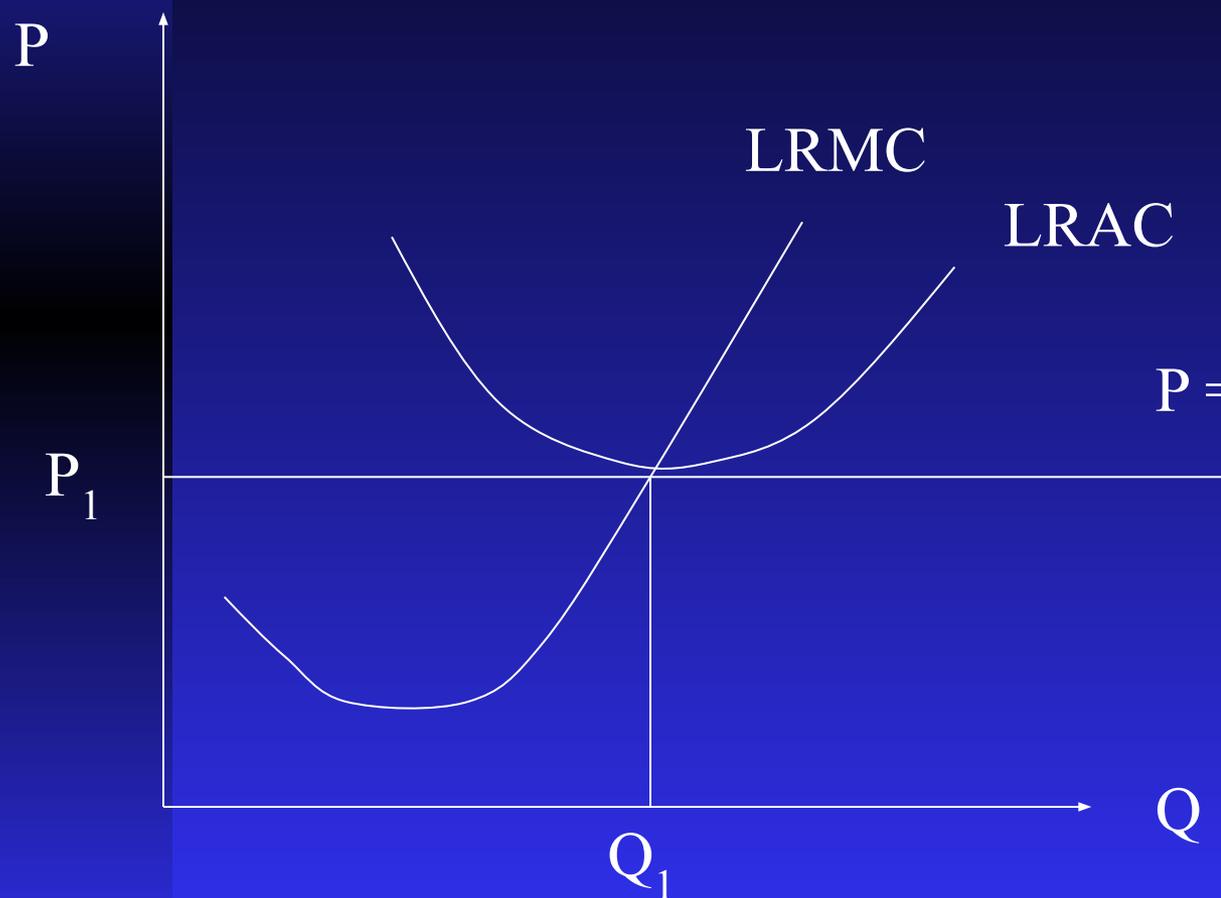
Рыночное поведение при возникновении экономии.

Реакция на сокращение спроса:

- 1) Сокращение спроса**
- 2) Падение цены(краткосрочный период)**
- 3) Появление экономических убытков (в краткосрочном периоде)**
- 4) Отток фирм и ресурсов из отрасли**
- 5) Сокращение рыночного предложения (в долгосрочном периоде)**
- 6) Рост цен**
- 7) Восстановление безубыточности (долгосрочный период)**
- 8) Сокращение оттока фирм и ресурсов из отрасли**

Совершенная конкуренция обладает механизмом саморегуляции. Ее смысл (суть) – отрасль гибко реагирует на изменение спроса, увеличивая объем предложения → обеспечивает долгосрочную безубыточность фирмы (тяготеет к нулевой экономической прибыли)

Рыночное равновесие в условиях совершенной конкуренции (в долгосрочном периоде)



Q_1 безубыточный объем производства (нулевая экономическая прибыль)

P цена при которой фирма несет возместить свои убытки

Условия долгосрочного равновесия

1. Выполняются условия краткосрочного равновесия ($P = MR = MC$)
2. Каждая из фирм удовлетворена объемами используемых производственных мощностей ($ATC = LATC$)
3. Фирма получает нулевую экономическую прибыль (нормальную прибыль), нет фирм желающих войти или выйти из отрасли

Достоинства совершенной конкуренции

- 1) Производство организуется технически более эффективно (AVC минимальные)
- 2) Фирма, отрасль работают без излишков и дефицита (оптимальное распределение ресурсов)
- 3) Безубыточность фирмы в долгосрочном периоде (отсутствие сверх прибылей и убытков)

Вывод: Рынок совершенной конкуренции – один из самых эффективных типов рынка

Недостатки совершенной конкуренции:

- 1) Малые предприятия не в состоянии эффективно использовать достижения НТП
- 2) Не достигают «экономии на масштабах»
- 3) Не стимулирует НТП. Не хватает средств для финансирования дорогостоящих научно-исследовательских работ

Совершенная конкуренция – не объект идеализации