

# Совершенная конкуренция

§18 п.2

# Типы рыночных структур

Совершенная конкуренция

Несовершенная конкуренция

Монополистическая конкуренция

Олигополия

Монополия



# Условия совершенной конкуренции

Малые  
размеры  
и  
многочисленно  
сть  
участников  
рынка

Совершенная  
информация

Условия совершенной  
конкуренции

Однородность  
продукции

Отсутствие  
барьеров для  
входа на  
рынок



# Однородность продукции

- В представлении покупателей продукция фирмы неразличима, т.е. продукты разных фирм совершенно взаимозаменяемы

# Совершенная информация

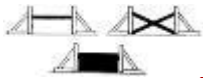
Информация для принятия решений (о ценах, технологии, вероятной прибыли и пр.) свободно доступна для всех.

Фирма принимает решения в условиях полной определенности



# Малые размеры и многочисленность участников рынка

- Ни продавцы, ни покупатели не влияют на рыночную ситуацию вследствие малости и многочисленности всех субъектов рынка
- Объемы совершаемых покупок (или продаж) очень малы по сравнению с совокупным объемом рынка. Их изменения не влияют на совокупный размер спроса и предложения



# Отсутствие барьеров для входа на рынок

- *Барьеры при входе на рынок* – любые конкурентные преимущества действующих в отрасли фирм по сравнению со стремящимися туда попасть.
- *Типичные барьеры*: стартовые размеры капитала, уникальность продукции или используемых технологий, правовые ограничения
- *Барьеры выхода с рынка* – потери, неизбежные при попытке вывести бизнес из данной отрасли (безвозвратные издержки)
- Отсутствие барьеров означает
- гибкость и адаптивность рынка совершенной конкуренции



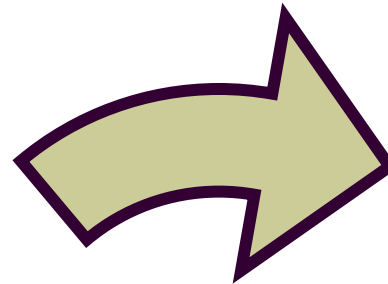
# О доходе фирмы

- **Общий доход (TR)** – вся сумма выручки, получаемая фирмой
- **Средний доход (AR)** – выручка в расчете на единицу реализованной продукции
- **Предельный доход (MR)**-дополнительный доход, полученный в результате продажи последней из реализованных единиц продукции.
- **$TR = P \times Q$                        $AR = TR/Q$                        $MR = \Delta TR / \Delta Q$**

# Варианты поведения фирмы

Производст  
во  
ради

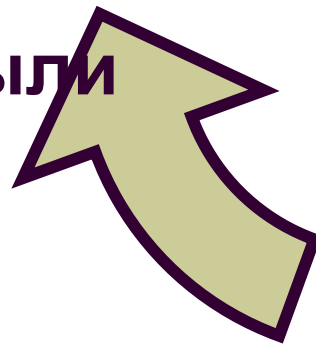
максимизац  
ии  
прибыли



Произ  
водст  
во

ради

мини  
мизац  
ии



Прекр  
ащени  
е



убытк  
ов

произ  
водст



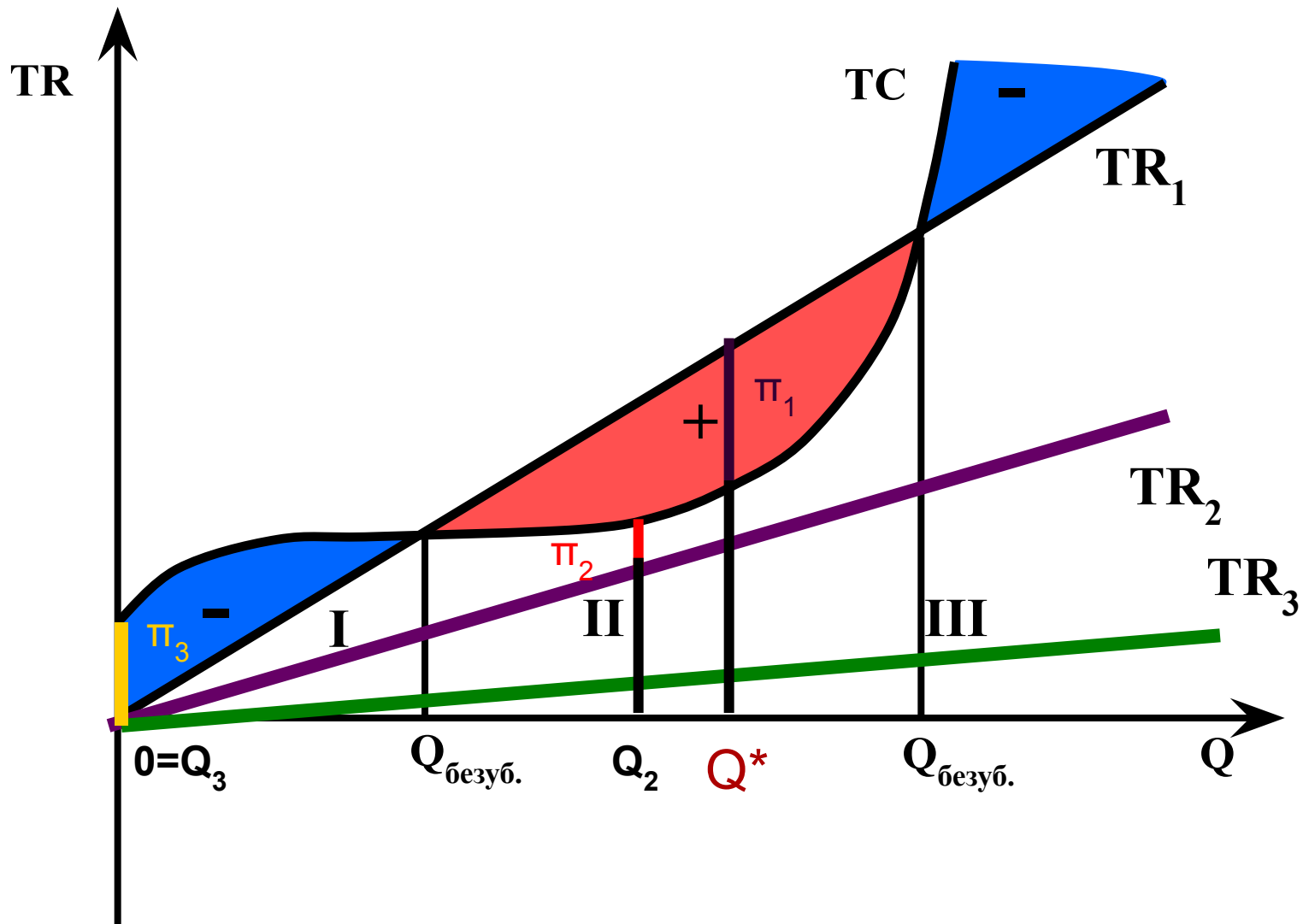
# Оптимизация выпуска

- Определение объема производства  $Q^*$ , который максимизирует прибыль или минимизирует убытки

Два способа:

- Сравнение валового дохода и валовых издержек (используют менеджеры малых фирм)
- Сравнение предельного дохода и предельных издержек (более точный способ)

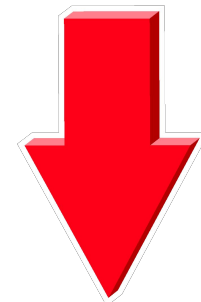
# Варианты поведения фирмы через сравнение TR(валового дохода) и TC (валовых издержек)



# Комментарии к графику

- **Отражено:** стандартная динамика ТС и три варианта кривых TR ( $TR_1$  – при высоком уровне цен на продукцию фирмы,  $TR_2$  – при среднем уровне цен,  $TR_3$  - при низком уровне цен)
- $TR_1$  – выше ТС только на определенном участке (розового цвета). Расстояние между линиями  $\max$  при  $Q^*$ . Здесь  $\pi_1 - \max$ .
- $TR_2$  – везде ниже ТС. Прибыли нет. Убыток  $\pi_2 - \min$  при  $Q_2$ .
- Убыток нарастает с ростом производства. Лучше прекратить производство при  $Q_3 = 0$  (  $\pi_3 - \min$  )

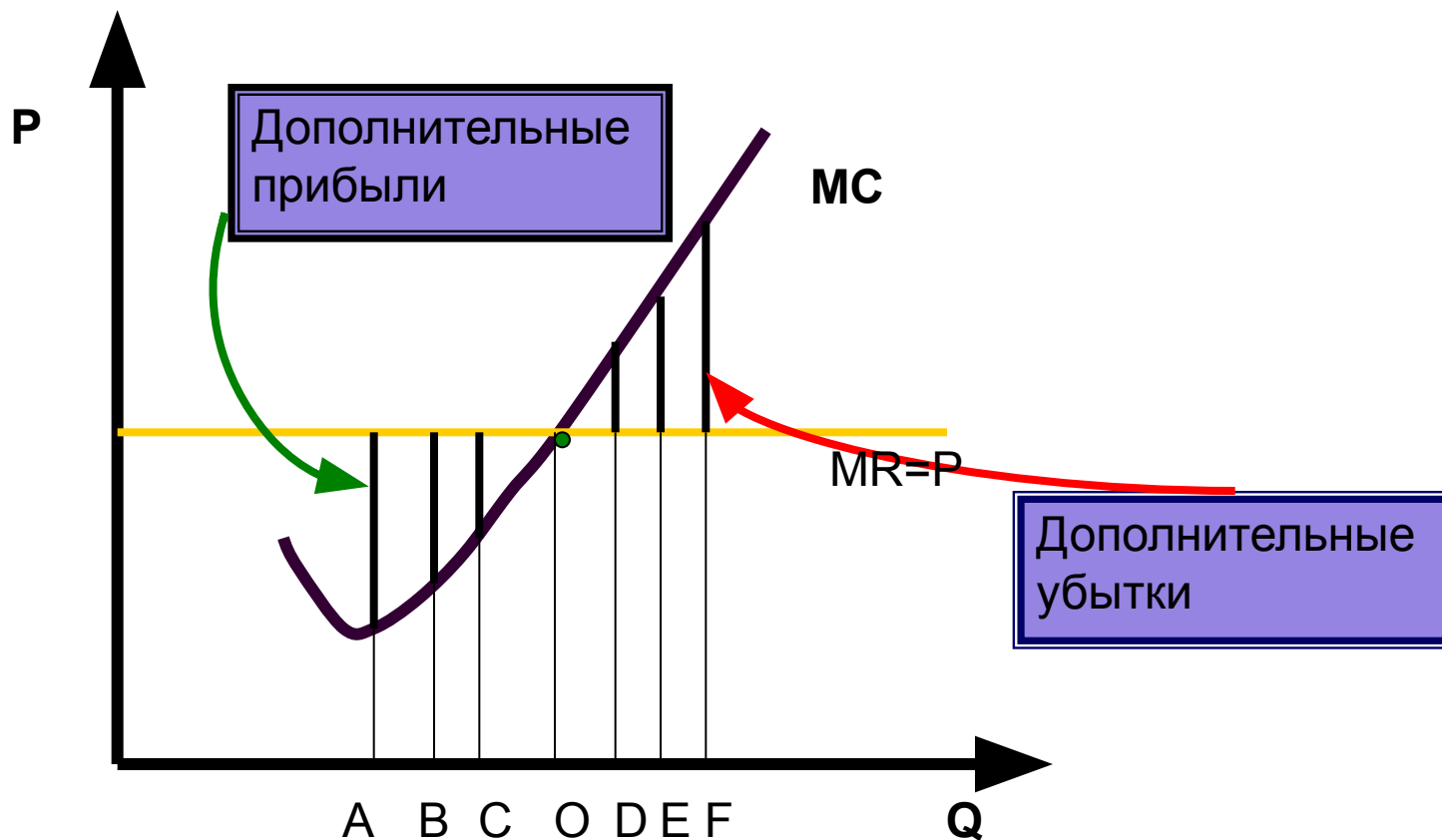
Here



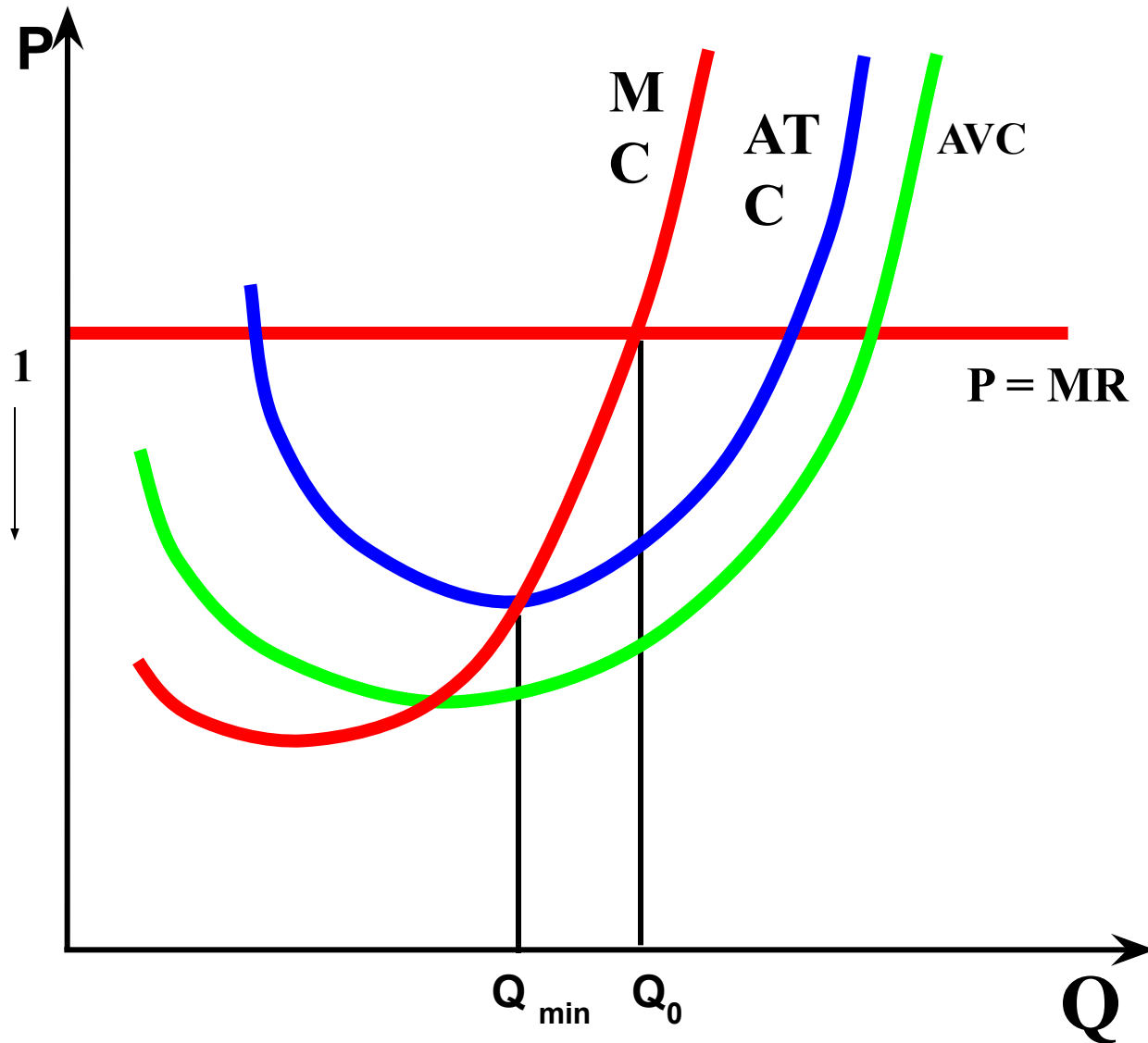
# Правило $MR = MC$

- 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.  $MR = P$

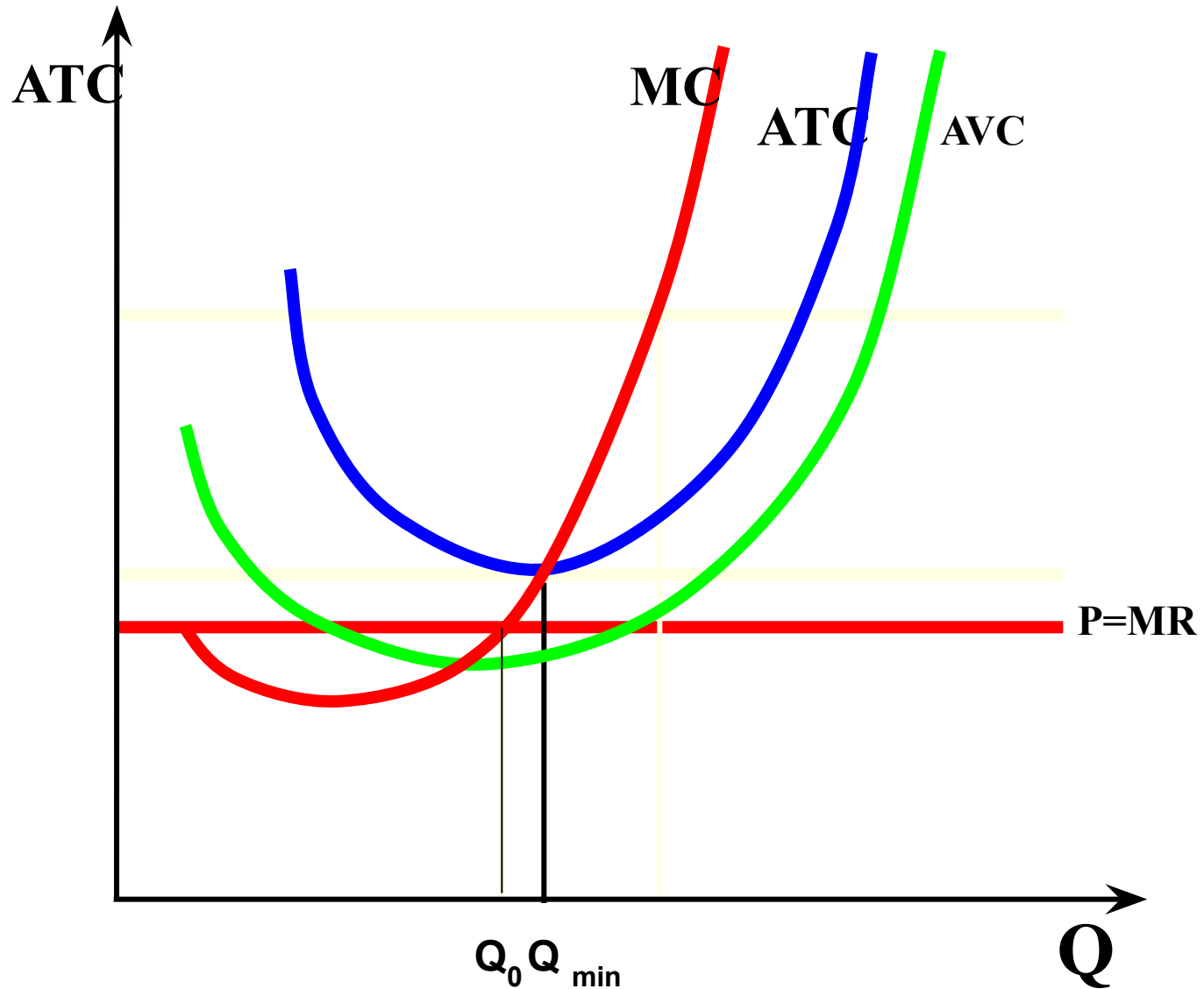
# Иллюстрация



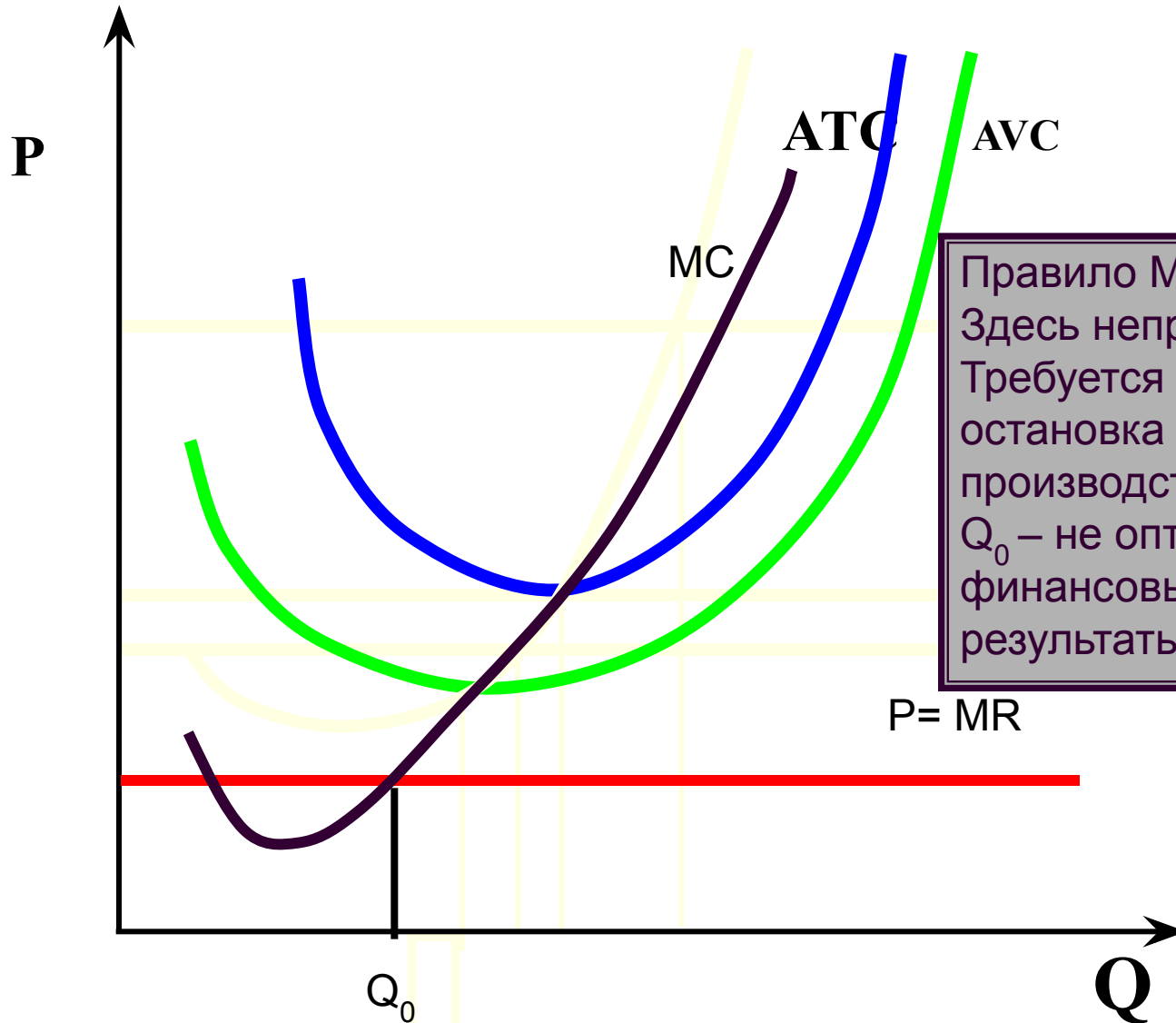
# Оптимизация объема в условиях максимизации прибыли



# Оптимизация объема производства в условиях минимизации убытков



# Оптимизация объема производства в условиях прекращения производства

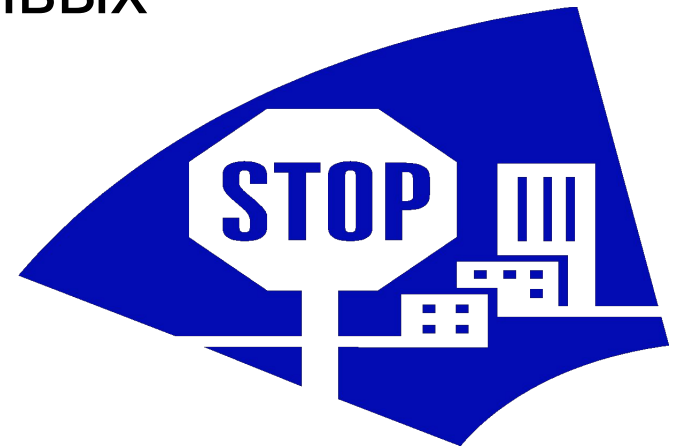


Правило  $MR = MC$   
Здесь неприменимо.  
Требуется  
остановка  
производства.  
 $Q_0$  – не оптимизирует  
финансовые  
результаты

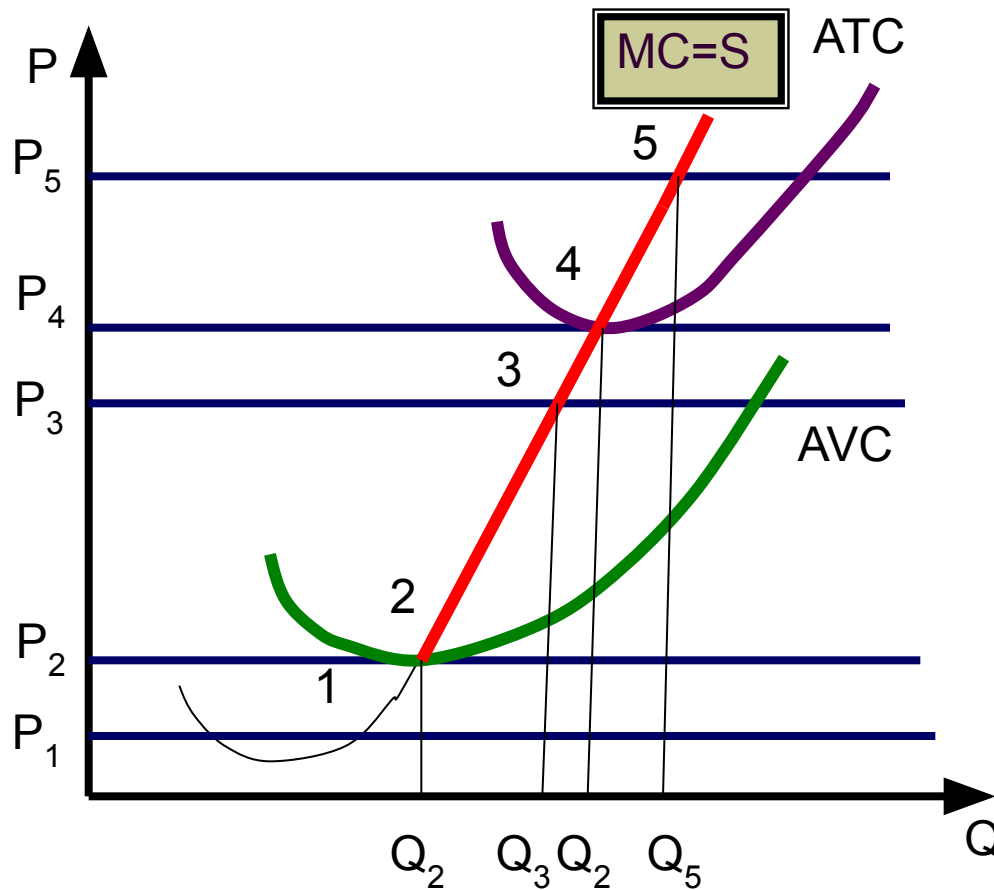


# Ограничения правила $MR=MC$

- Оно неприменимо при уровнях цен, лежащих ниже минимального значения средних переменных издержек
- Если  $MR$  и  $MC$  имеют две точки пересечения, как в случае минимизации убытков, то оно относится только ко второму пересечению кривых



# Кривая предложения фирмы



При изменении цены:  
 $P_5$  – фирма максимизирует прибыль при  $Q_5$   
 $P_4$  – фирма в точке безубыточности (нулевая экономическая прибыль) при  $Q_4$   
 $P_3$  – фирма минимизирует убытки при  $Q_3$   
 $P_2$  – фирма в точке безразличия: производит  $Q_2$ , либо останавливается  
 $P_1$  – остановка производства

# Кривая предложения фирмы

Она показывает, какой объем продукции 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  $MC = P$

# Кривая предложения отрасли

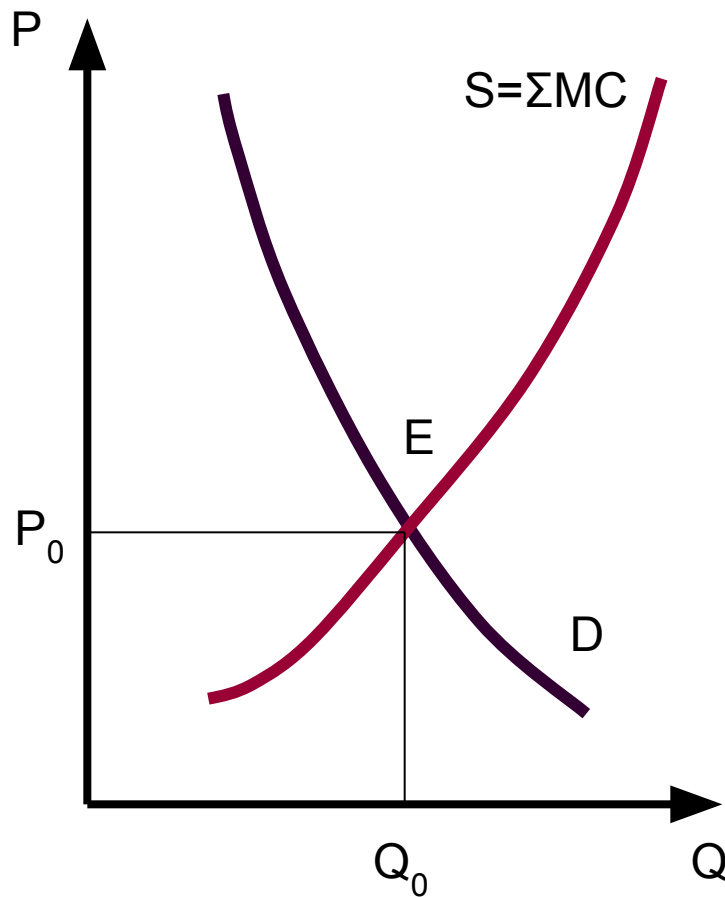
Если на рынке действует несколько фирм

Совокупный объем предложения отрасли при каждой данной цене равен сумме объемов предложения всех фирм или сумме кривых предельных издержек этих фирм

$$S = S_1 + S_2 + \dots + S_n = \sum MC_n,$$

где  $n$  – количество фирм в отрасли

# Равновесие конкурентной отрасли в краткосрочном периоде

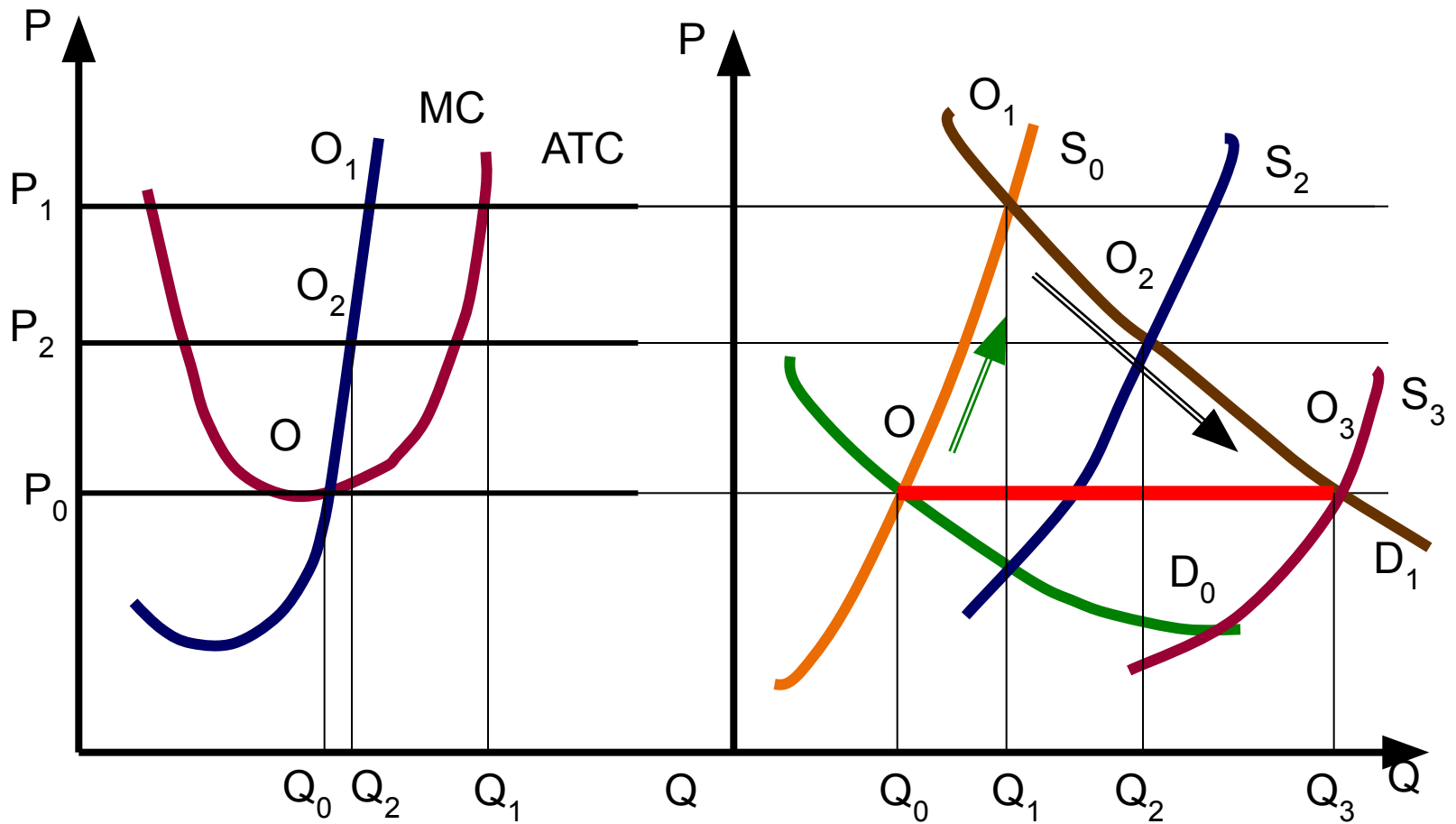


- Кривая спроса имеет нормальный понижающийся вид
- $E$  – точка равновесия
- **Равновесие при совершенной конкуренции устойчиво**, т.к.  $S$  – это совокупность точек, когда фирмы максимизируют прибыль при разных ценах. У них нет интереса в отклонении от равновесия

# Равновесие конкурентной отрасли в долгосрочный период

- Уровень прибыльности стимулирует приток или вызывает отток ресурсов из отрасли
- Фирмы, действующие в конкурентной отрасли в долгосрочном периоде – **безубыточны**. Они получают **нулевую экономическую прибыль**.

# Графическая иллюстрация



# В случае возникновения экономических убытков:

- Сокращение спроса
- Падение цены (краткосрочный период)
- Появление экономических убытков
- Отток фирм и ресурсов из отрасли
- Сокращение долгосрочного рыночного предложения
- Рост цены
- Восстановление безубыточности (долгосрочный период)
- Прекращение оттока фирм и ресурсов из отрасли



# Важно:

- Совершенная конкуренция обладает механизмом саморегулирования:

отрасль гибко реагирует на изменение спроса, обеспечивая долгосрочную безубыточность спроса

# Принцип нулевой прибыли

- Справедлив для любого рынка, где нет значительных барьеров для конкуренции (*совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, широкая олигополия*)
- Суть: на устоявшемся, пришедшем к долгосрочному равновесию конкурентном рынке нет места экономическим прибылям

# Принцип нулевой прибыли

Важно для менеджера:

- ❖ Поиск неравновесных ситуаций, дающих возможность получения экономической прибыли
- ❖ Замедление установления рыночного равновесия на уровне нулевых прибылей (секретный продукт)
- ❖ Стратегия переключения на новые сферы деятельности, по мере того, как старые приходят в равновесие

# Достоинства рынка совершенной конкуренции

$$P = MR = MC = ATC_{\min} = LATC_{\min}$$

- Производство организуется технологически наиболее эффективно ( $LATC_{\min}$ )
- Фирма и отрасль работают без излишков и дефицита: ресурсы оптимально распределяются (т.к.  $MR = MC$ , то  $S=D$ )
- Безубыточность фирм в долгосрочном периоде гарантирует отрасли устойчивость, отсутствует перераспределение прибылей в пользу данной отрасли.

# ВЫВОД ПЕРВЫЙ:

Совершенная конкуренция  
самый эффективный тип рынка

# Недостатки рынка несовершенной конкуренции

- Неспособность малых предприятий использовать наиболее эффективную технику
- Отсутствуют стимулы к техническому прогрессу

# ВЫВОД ВТОРОЙ:

Рынок совершенной  
конкуренции не должен быть  
объектом идеализации