



Финансовый университет при
Правительстве Российской
Федерации

Совершенная конкуренция

План

- 1. Типы рыночной конкуренции**
- 2. Черты совершенной конкуренции**
- 3. Принципы поведения фирмы на рынке совершенной конкуренции**
- 4. Поведение фирмы конкурента в условиях краткосрочного периода**
- 5. Оценка рынка совершенной конкуренции**

1. Типы рыночной конкуренции

- **На поведение фирмы влияет тип рынка, на котором она действует.**
- **Условия функционирования рынка определяются степенью развития на нем конкурентных отношений.**
- ***Рыночная конкуренция* – это борьба за ограниченный спрос потребителя, которая ведется между фирмами на определенных сегментах рынка.**

Конкуренция

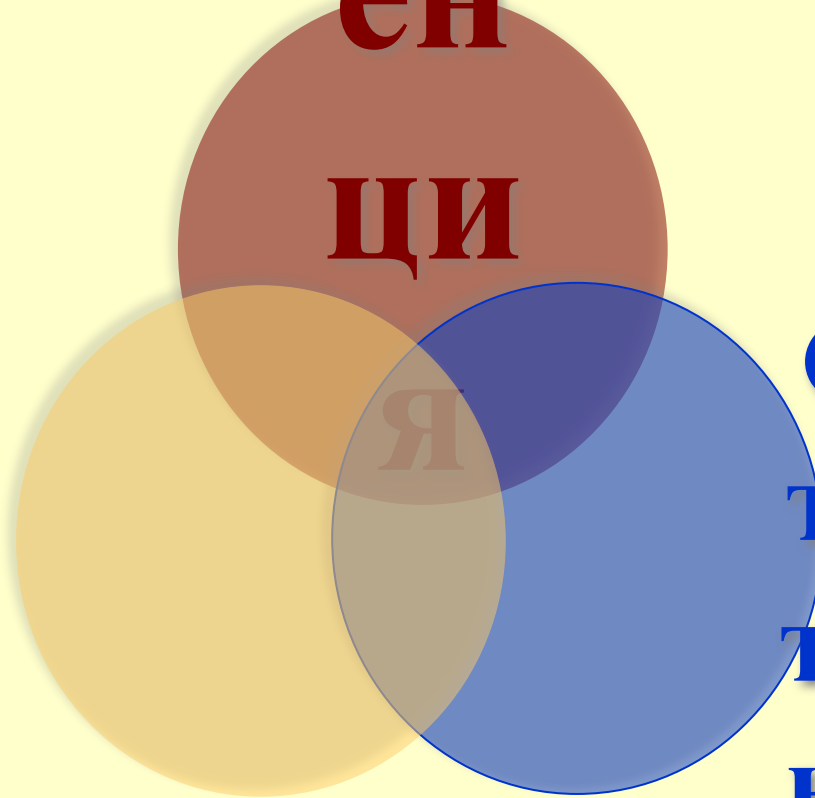
- А. Смит: соперничество между индивидуальными продавцами и покупателями на рынке за более выгодные продажи и покупки.
- Ф. Найт: ситуация соперничества многих независимых экономических субъектов.
- Й. Шумпетер: соперничество старого с новым.
Конкуренция порождает создание новых товаров, новых технологий, новых источников обеспечения потребностей. Благодаря конкуренции рождаются новые типы организаций.

ур

ен

ци

Стр
укту
ро-
обра
зую
щий
пар

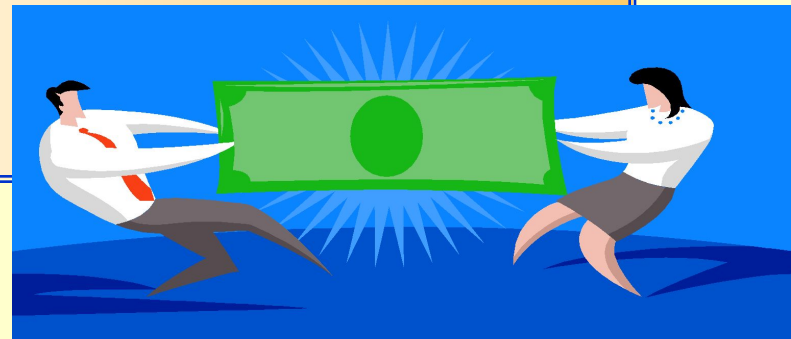


Сос
тяза
тель
ный
про
цесс

ЭМОТ

Состязательный процесс

- Экономические агенты борются за ограниченные ресурсы.
- Самый ограниченный ресурс — это платежеспособный спрос потребителя.



Конкуренция

- Рыночный механизм сдерживания индивидуализма субъектов рынка
- Реализовать собственный интерес возможно учитывая интересы других

Структурообразующий процесс

- Процесс расщепления экономической власти
- Концентрация власти производителя лишает потребителя выбора
- При расщеплении власти потребитель выбирает из множества производителей для себя продукцию по цене и качеству

Значение конкуренции

- *Функция конкуренции* состоит в создании противовеса индивидуализму субъектов рынка и одновременном его дополнении.
- Благодаря конкуренции *производитель вынужден учитывать интересы потребителя*, то есть всего общества в целом.
- *Сущность конкуренции проявляется в:*
- 1) состязательности экономических агентов за обладание ограниченным ресурсом (ограниченный платежеспособный спрос);
- 2) расщеплении экономической власти (возможность выбора у потребителя).

Типы рыночной структуры

Совершенная
конкуренция

Несовершенная
конкуренция

Монополистическа
я
конкуренция

Олигополия

Монополия



Расщепление экономической власти



Совершенная конкуренция – тип рынка, когда большое количество фирм производят аналогичную продукцию и отсутствует воздействие фирм на цену.

Расщепление экономической власти максимально. Механизмы конкуренции функционируют в полную силу.

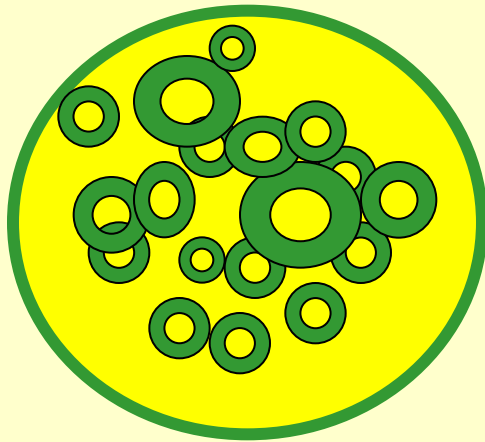
- **Несовершенная конкуренция** – тип рынка, на котором стихийные механизмы саморегуляции действуют несовершенно.
- Расщепление экономической власти ослаблено, или отсутствует.
- **Предпосылками НСК являются:**
- Сосредоточение доли рынка у отдельных производителей;
- Наличие барьеров проникновения в отрасль;
- Неоднородность продукции;
- Асимметрия рыночной информации.

Монополистическая конкуренция – тип рынка, на котором работает большое число фирм, производящих сходную, но не одинаковую продукцию. Фирмы получают монопольную власть за счет дифференциации товара.

- **Олигополия** – тип рынка, на котором несколькими известными фирмами производится большая часть продукции отрасли.
- **Монополия** – тип рынка, при котором весь рынок обслуживается одним продавцом, продукция которого не имеет близких заменителей.

Полиполистические и олигополистические рынки

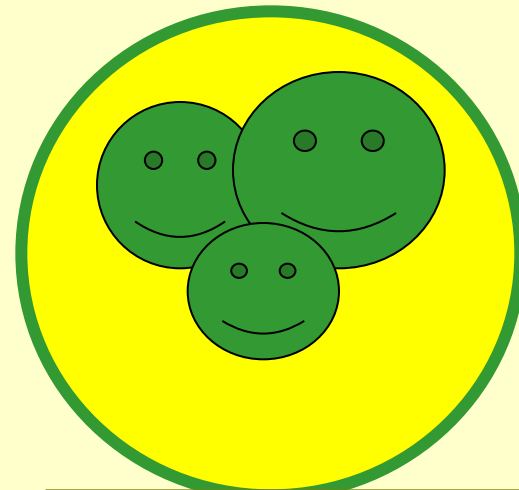
- Полиполистические рынки



- Совершенная конкуренция
- Монополистическая конкуренция
- «Широкая» олигополия

Конкуренция участников

- Олигополистические рынки



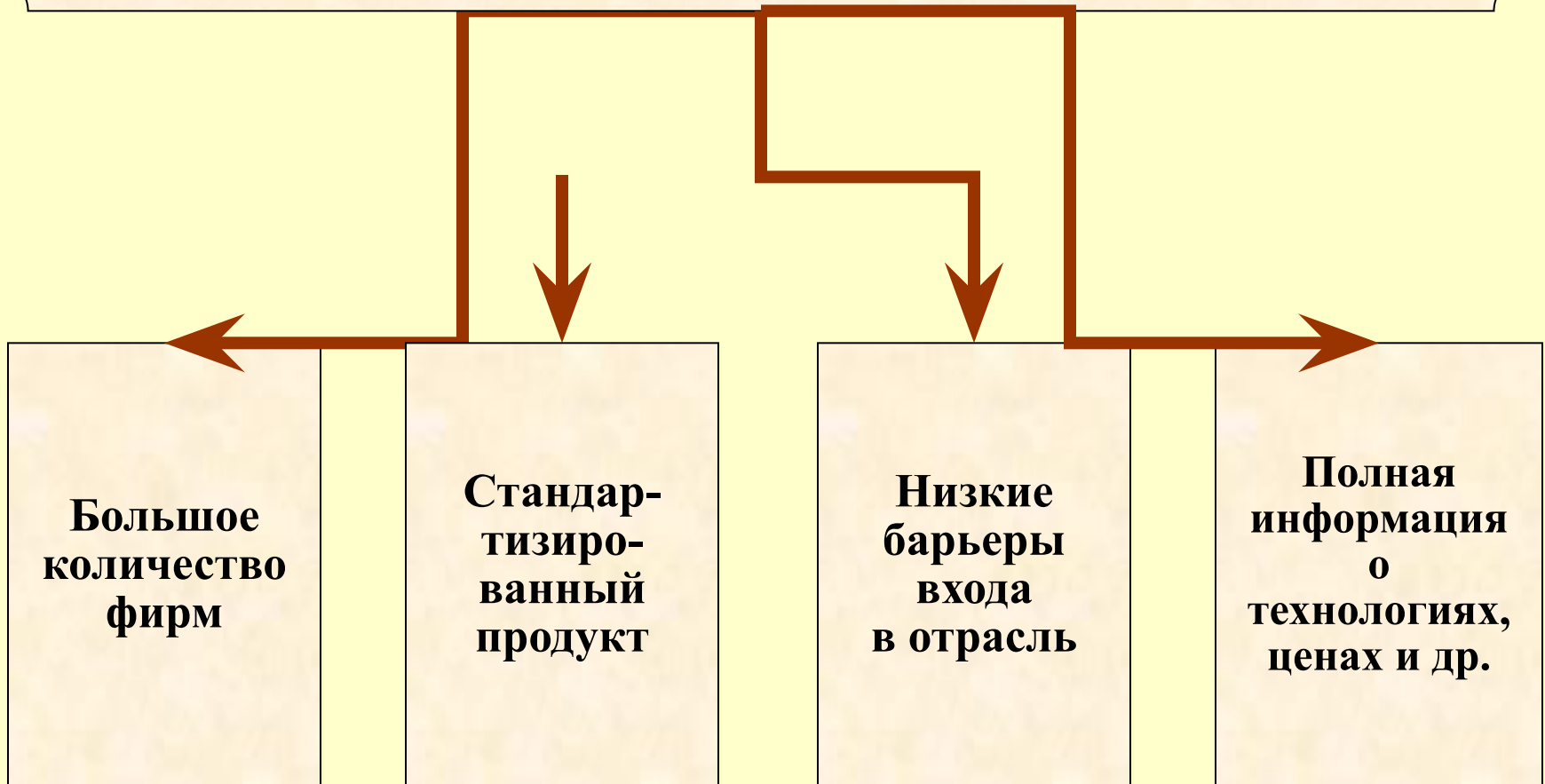
- Олигополия
- Монополия
- *Координация действий участников вплоть до полного их сговора*
- *Единоличное принятие решений*

2. Черты совершенной конкуренции

Модель совершенной конкуренции

- Имеет большое методологическое значение как эталон конкуренции.
- На практике встречается редко.
Примером является рынок сельскохозяйственной продукции (картофель , морковь, свекла и др.), валютный рынок

Совершенная конкуренция – рыночная структура

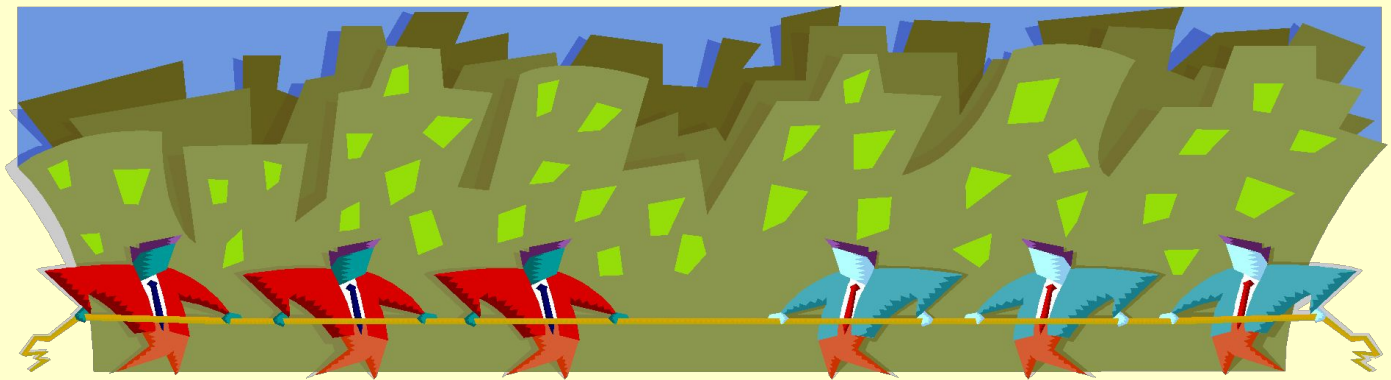


Большое количество фирм

- Малая доля рынка у каждой фирмы, менее 1%.
- Отсутствия у фирмы рыночной власти на рынке.
- Необходимость подстраиваться под колебания рынка.
- Отсутствие у фирмы собственной ценовой политики.
- Атомистическая структура отрасли.

Атомистическая структура

Ни продавцы, ни покупатели не влияют на рыночную ситуацию вследствие малости и многочисленности всех субъектов рынка



Стандартизированный продукт

- Товары абсолютные субституты.
- Имеют отличие только по цене.



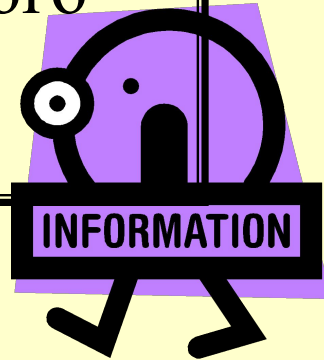
Низкие барьеры входа

- Свободный перелив капитала.
- Мобильность ресурсов, гибкость и адаптивность рынка совершенной конкуренции
- Размывание прибыли.
- Экономическая прибыль равна нулю.



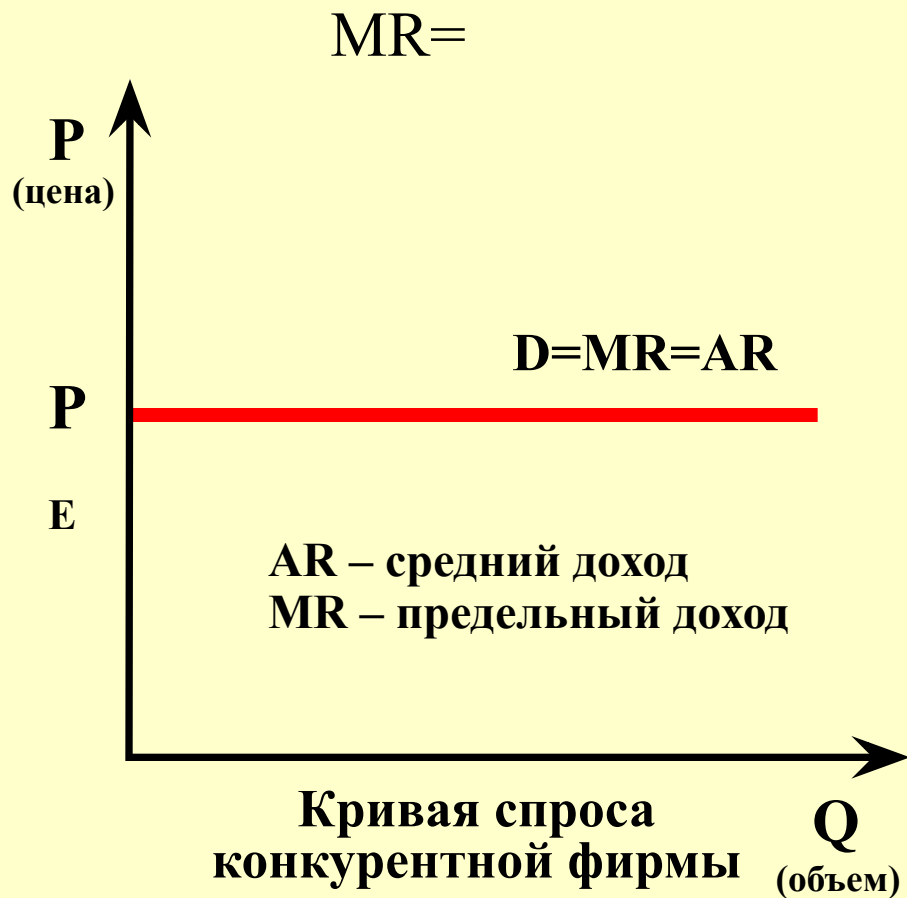
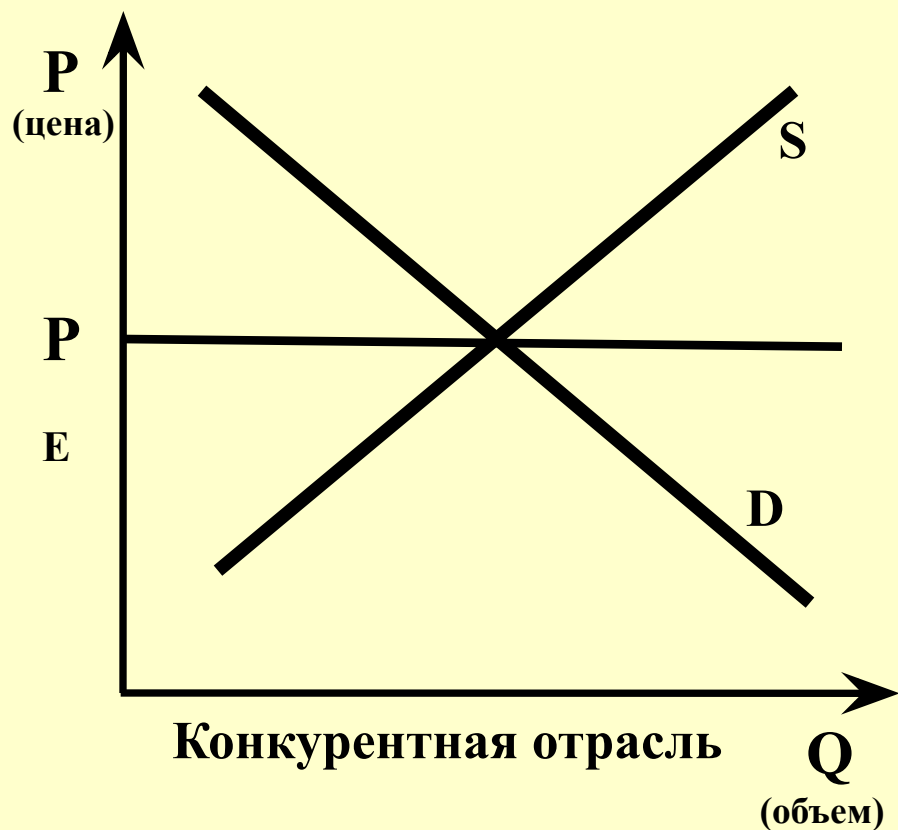
Полная информация

- Признаки совершенной информации (достаточность, достоверность, бесплатность + неограниченные когнитивные возможности)
- Равенство возможностей участников рынка.
- Симметрия информации.
- Низкие транзакционные издержки.
- Снижена возможность оппортунистического поведения.



3. Принципы поведения фирмы на рынке совершенной конкуренции

Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции



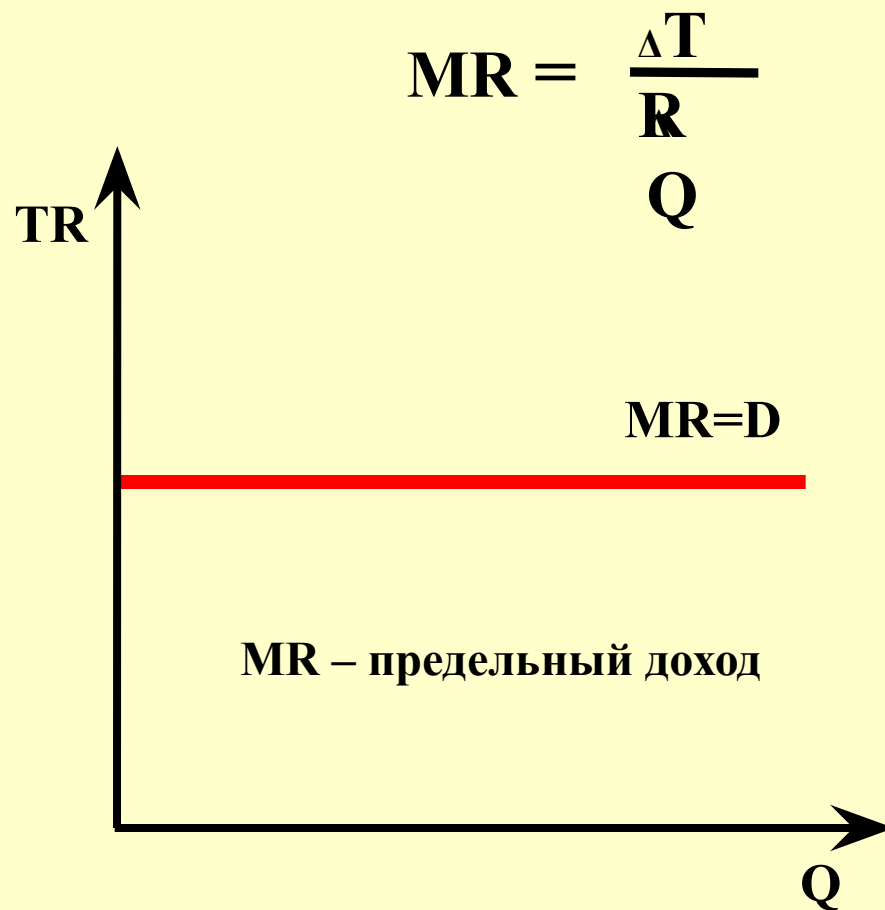
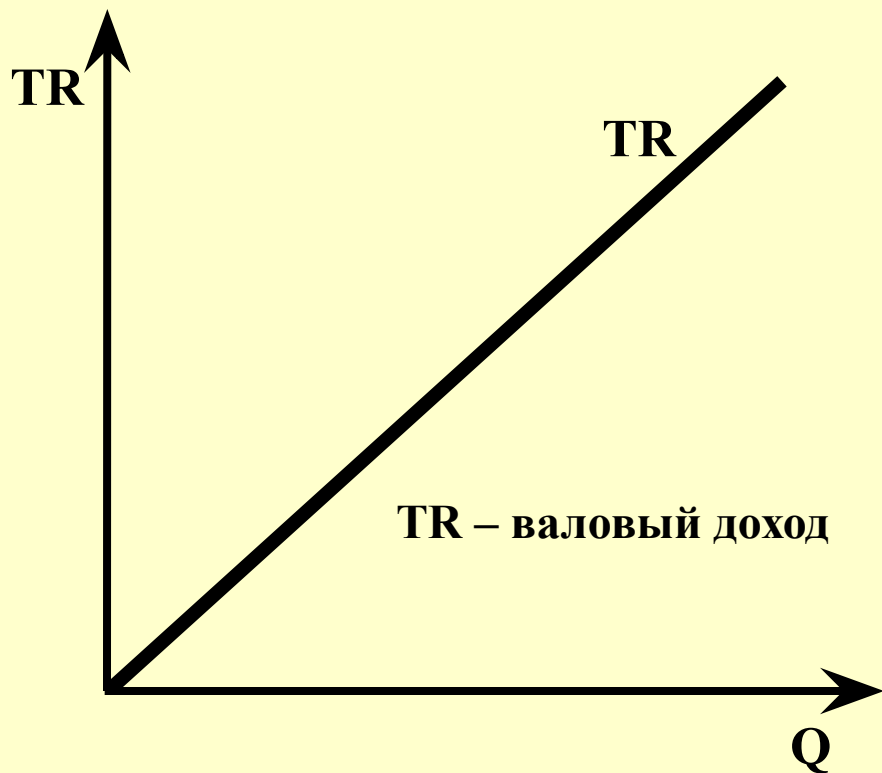
Совершенно конкурентная фирма:

- Фирма, принимающая цену на свою продукцию как данную, не зависящую от продаваемого ею объема продукции.
- Спрос на продукцию абсолютно эластичен.
- Кривая спроса параллельна оси абсцисс. Показывает, что любое количество товаров будет продаваться по одинаковой цене, которая определяется общеотраслевым спросом и предложением.

Фирма - совершенный конкурент

- Имеет абсолютно эластичную кривую спроса.
- Может наращивать объем производства, не снижая цены.

Характеристика дохода и предельного дохода фирмы



$$MR = \frac{\Delta T}{\Delta Q}$$

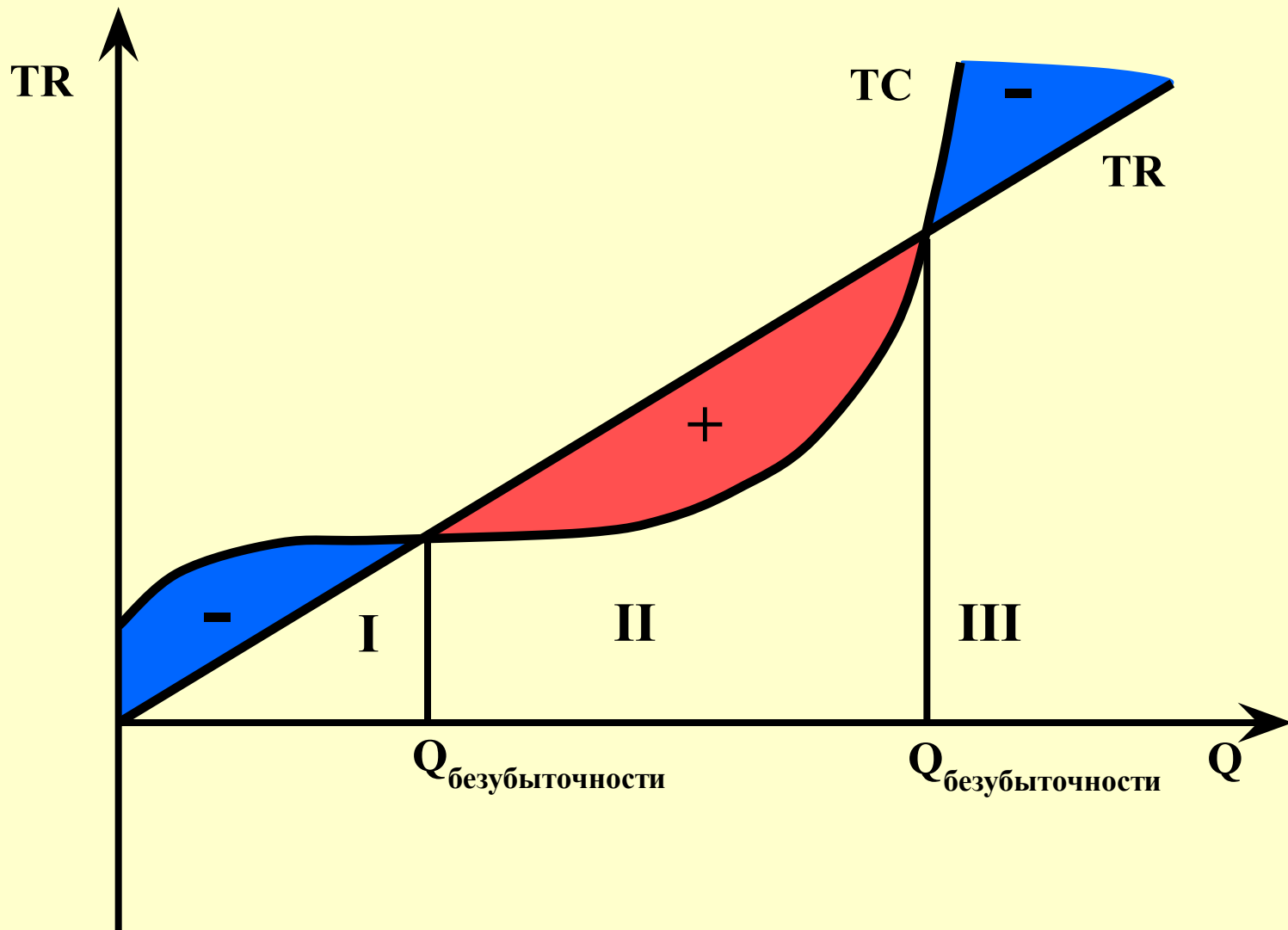
Фирма - совершенный конкурент

- Имеет линейную возрастающую функцию общего дохода TR .
- Своей деятельностью не насыщает рынок.
- Увеличение объема производства повышает общий доход.
- $\uparrow Q \rightarrow \uparrow TR$.
- Кривая спроса совпадает с кривой предельного дохода $MR=D$.

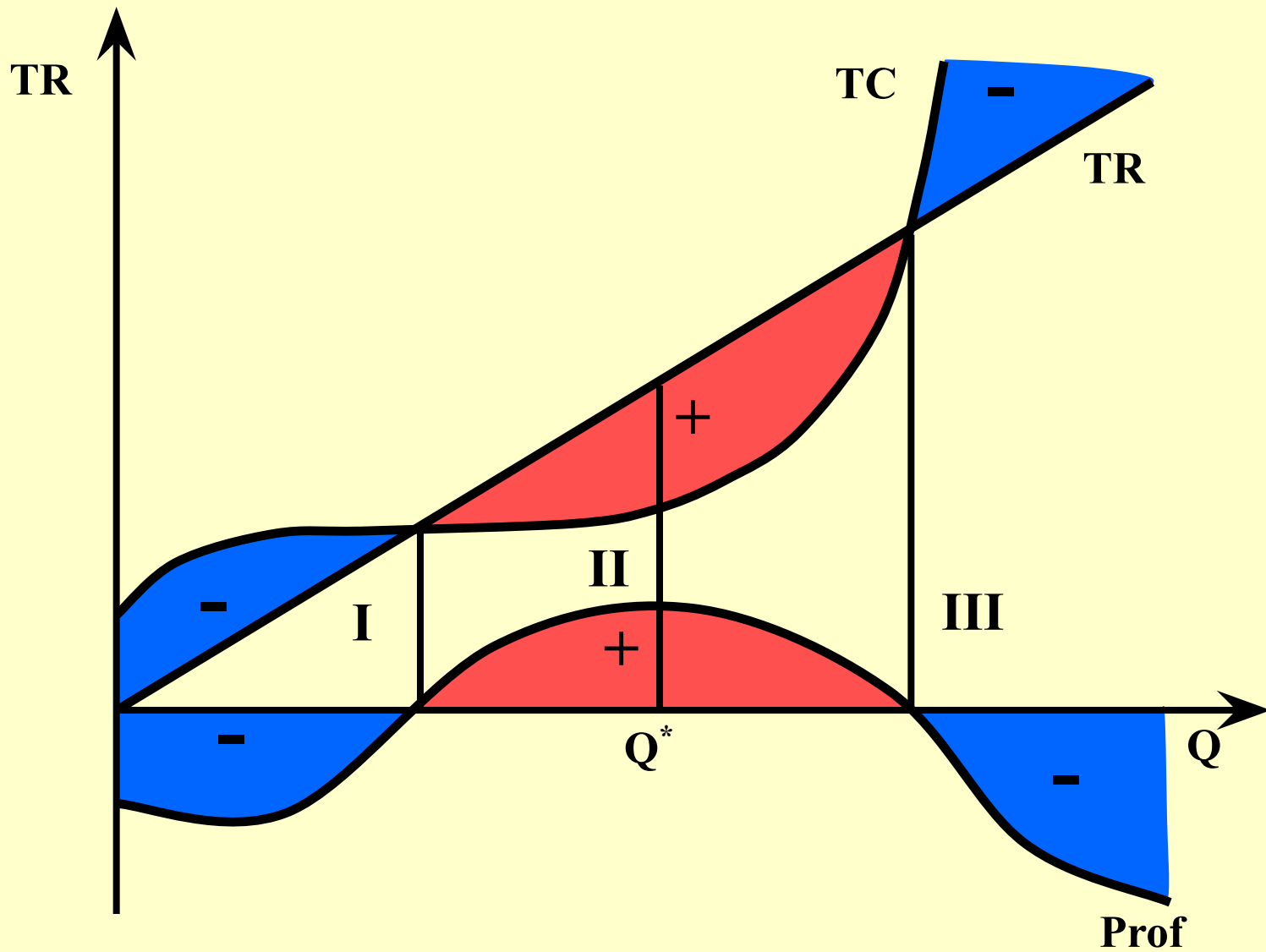
Предмет анализа – величина выработки (Q), максимизирующая прибыль

- Существует **два подхода** к определению уровня производства, при котором фирма будет получать максимальную прибыль:
- 1). Сравнение валового дохода (TR) и валовых издержек ($ТС$).
- 2). Сравнение предельного дохода (MR) и предельных издержек ($МС$).

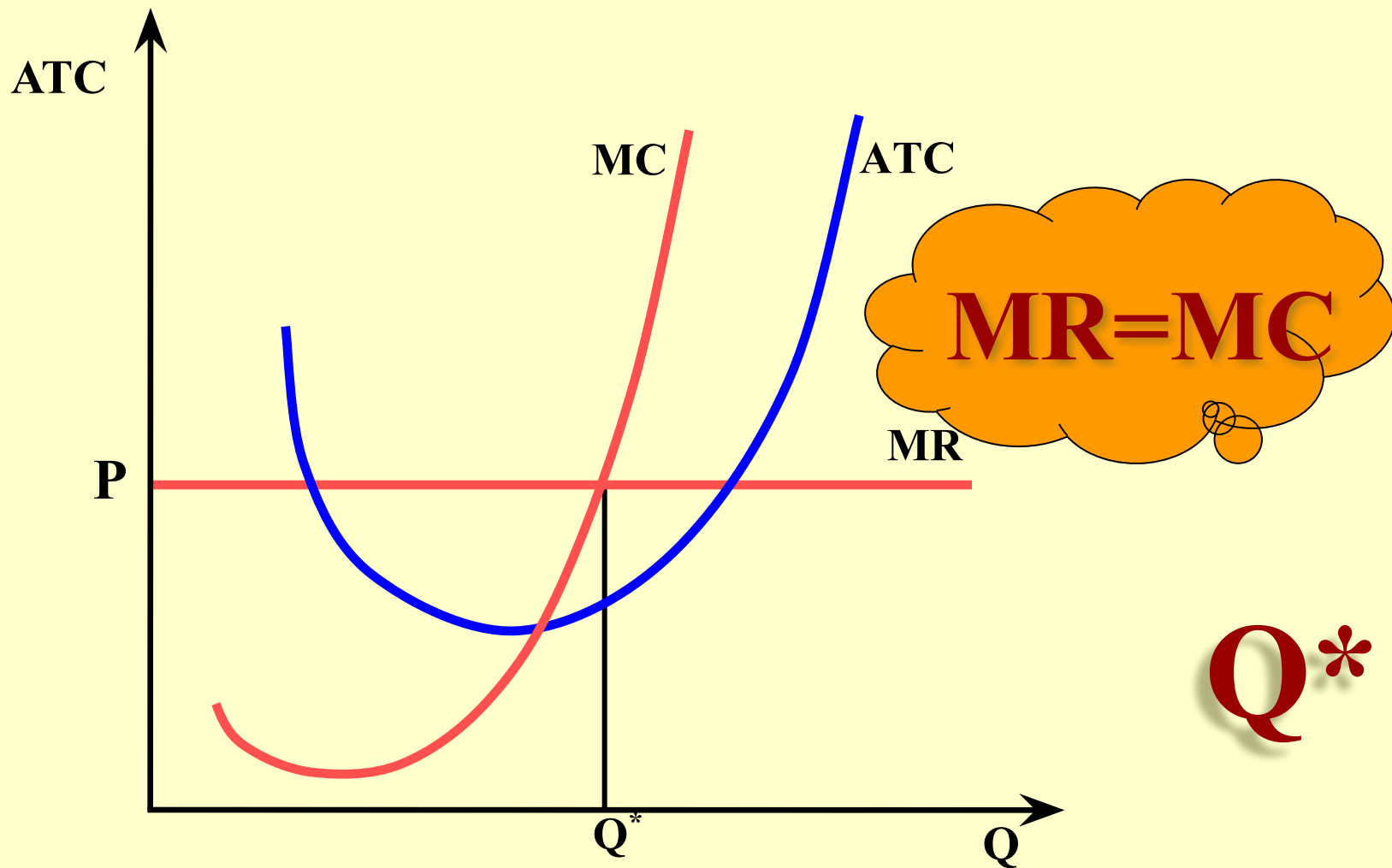
Оптимизация деятельности фирмы



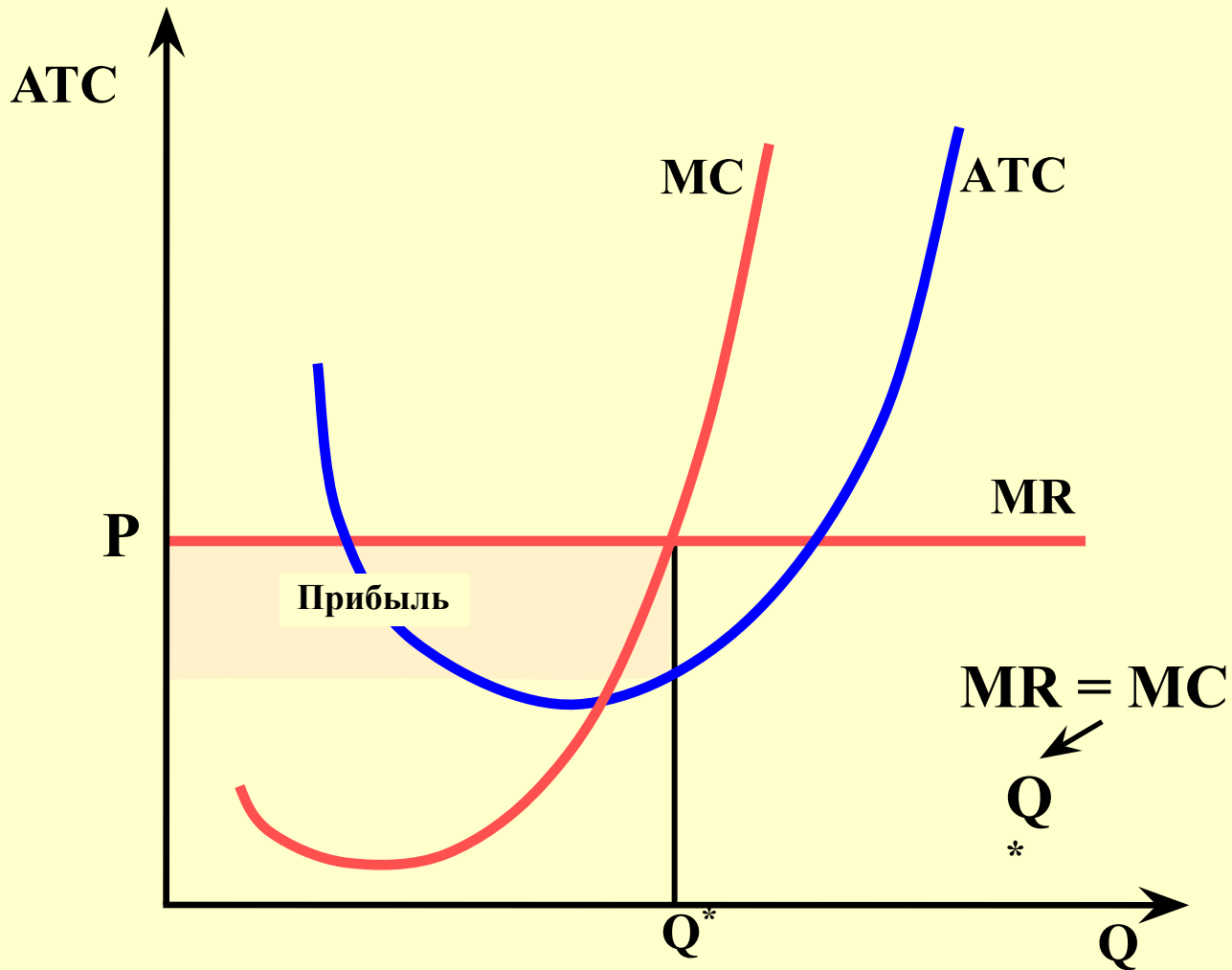
Оптимизация деятельности фирмы



Оптимизация деятельности фирмы через предельные издержки и предельный доход

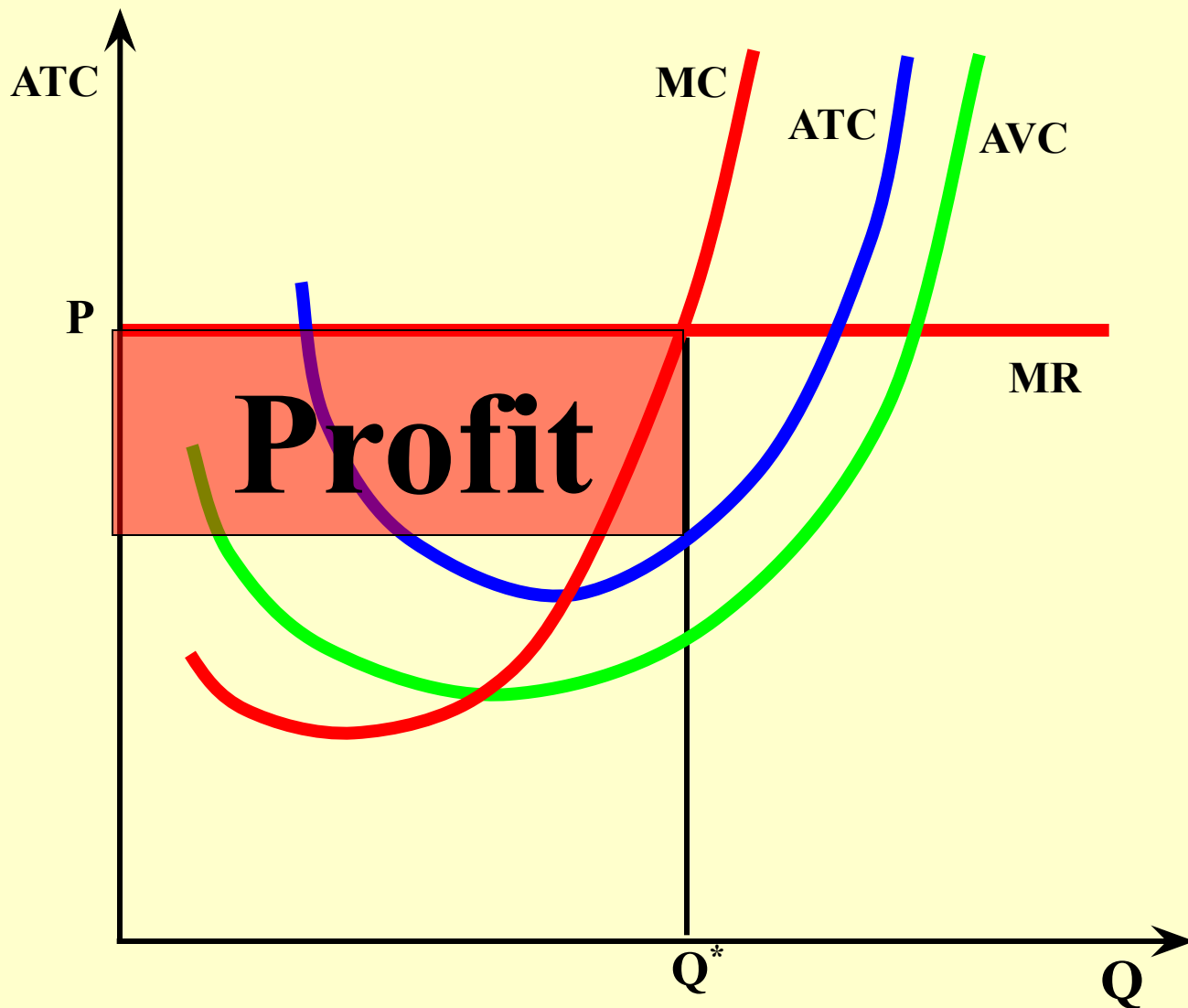


Оптимизация деятельности фирмы через предельные издержки и предельный доход



**4. Поведение фирмы
конкурента в условиях
краткосрочного
периода**

Работа конкурентной фирмы с получением экономической прибыли



Работа конкурентной фирмы с получением экономической прибыли

$$MR=MC$$



$$P=MC$$

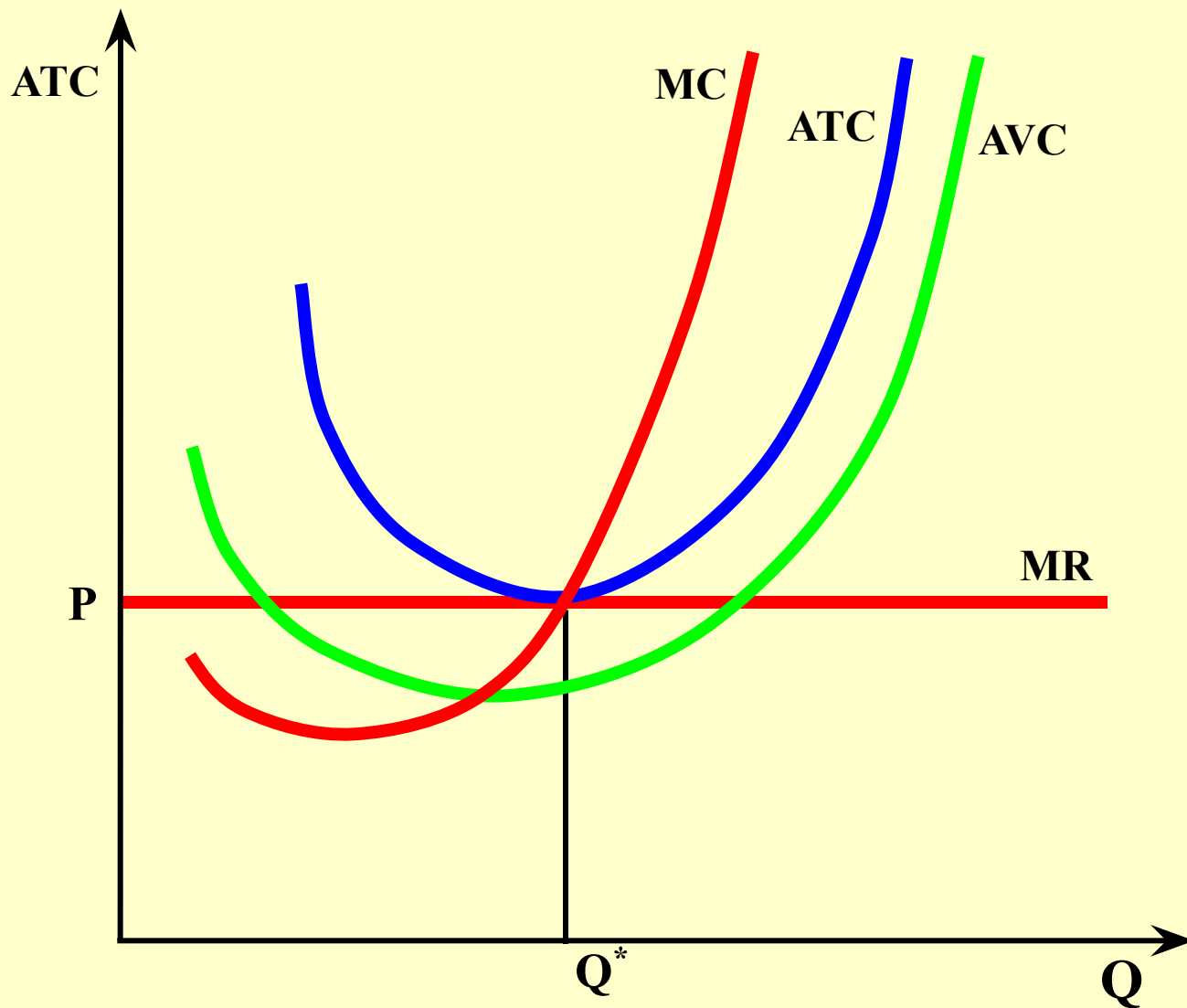


$$P > ATC_{\min}$$

Работа конкурентной фирмы с получением экономической прибыли

- Получение максимальной прибыли возможно при управлении объемом производства и издержками

Работа конкурентной фирмы в условиях безубыточности



Работа конкурентной фирмы в условиях безубыточности

$$MR=MC$$



$$P=MC$$

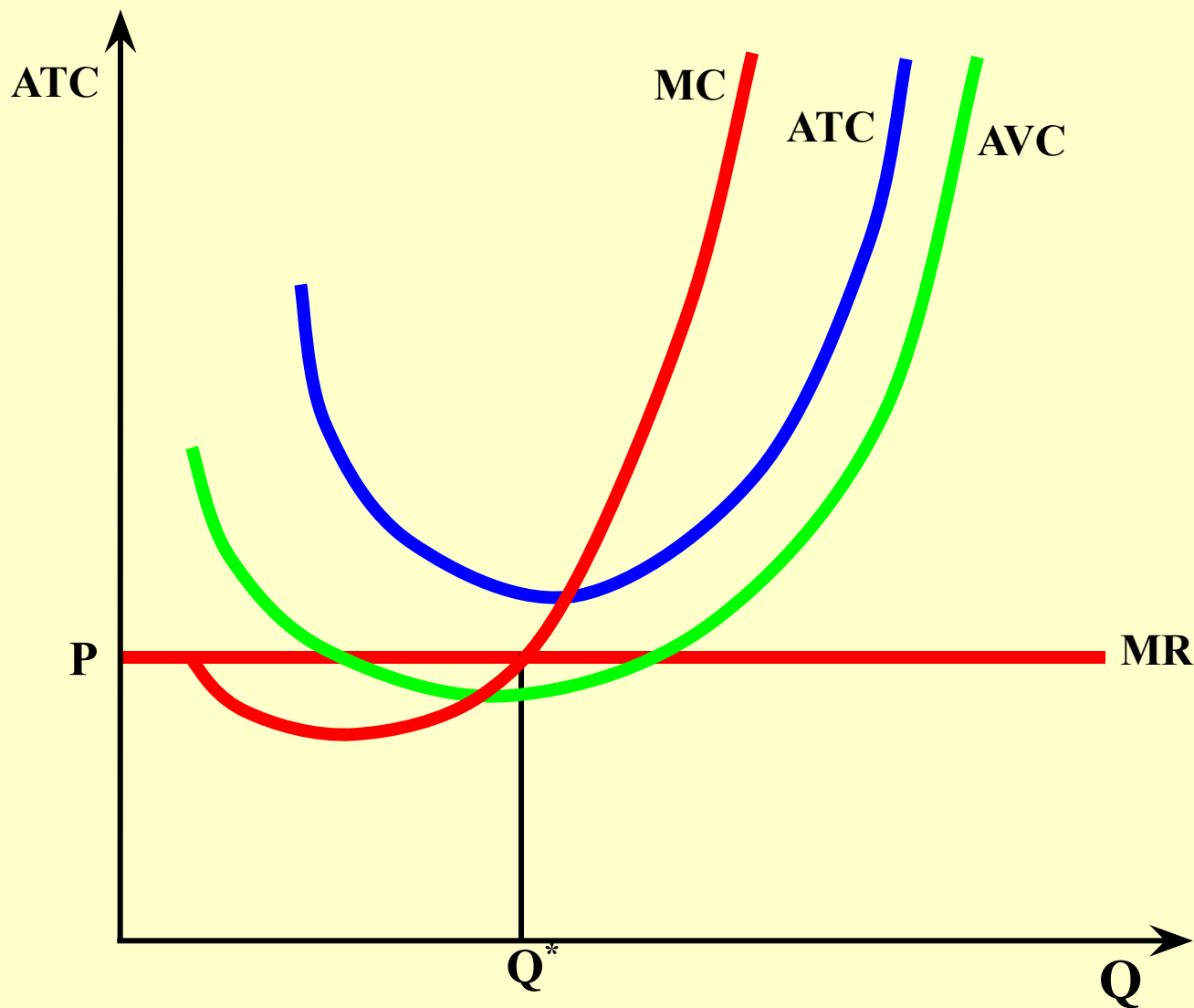


$$P=ATC_{\min}$$

Работа конкурентной фирмы в условиях безубыточности

- Ситуация безубыточности означает получение фирмой нормальной прибыли

Работа конкурентной фирмы в условиях минимизации убытков



Работа конкурентной фирмы в условиях минимизации убытков

$$MR=MC$$



$$P=MC$$

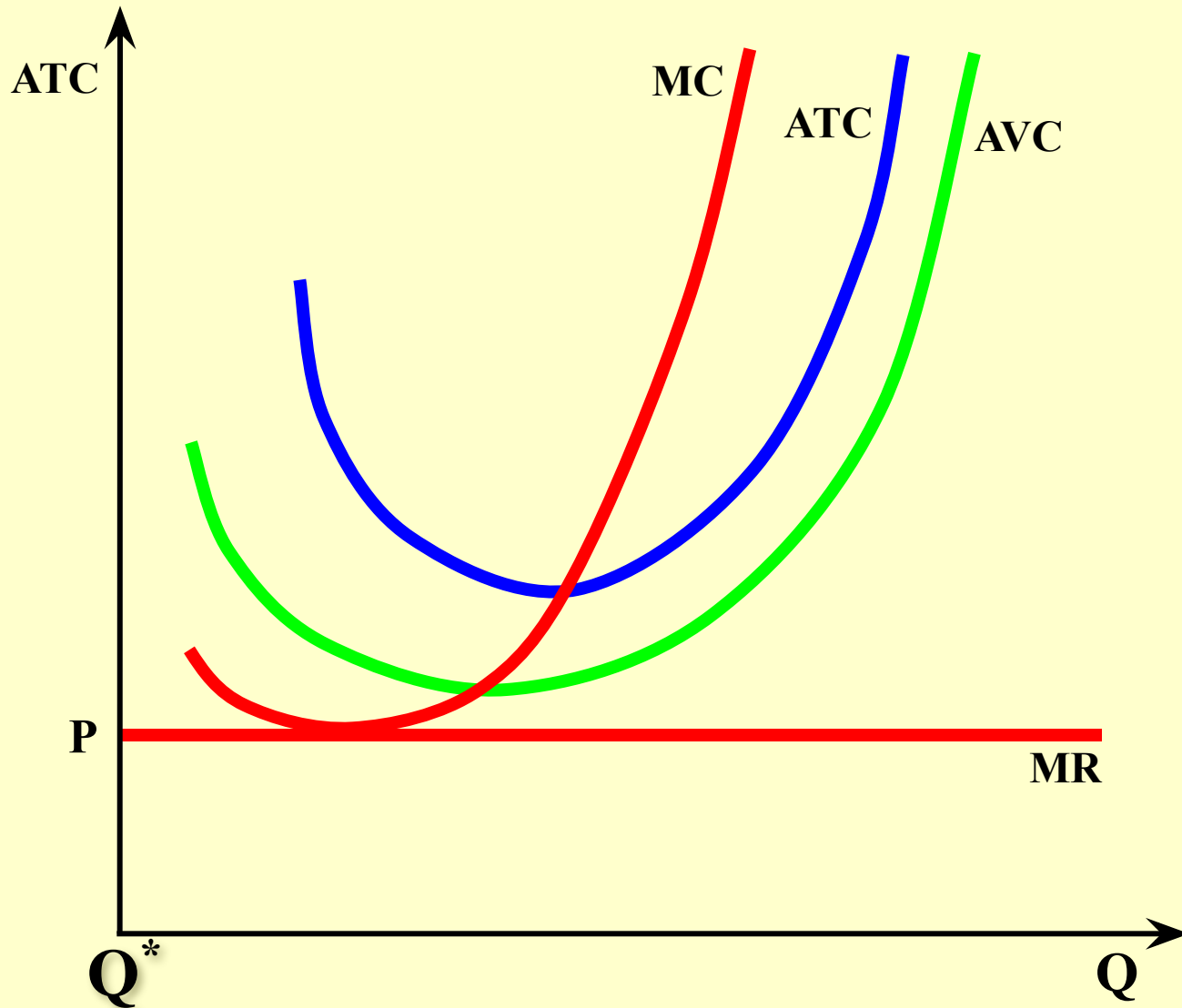


$$ATC_{\min} > P \geq AVC_{\min}$$

Работа конкурентной фирмы в условиях минимизации убытков

- Фирма не в состоянии окупить все издержки, но дохода хватает на покрытие переменных издержек

Ситуация приостановки производства



Условия приостановки деятельности конкурентной фирмы

$$P < AVC_{\min}$$



~~$$MR = MC$$~~

Институт банкротства

- Наличие экономических убытков в долгосрочном периоде приводит к ликвидации фирмы.
- *Ликвидация* – закрытие предприятия и распродажа его имущества.
- Длительного сохранения убыточного бизнеса обходится дороже его закрытия.
- Ликвидация фирмы и уход ее с рынка – наилучшее решение для менеджера.
- *Несостоятельность* – неспособность фирмы платить по своим обязательствам.
- Признание в судебном порядке фирмы банкротом приводит к устранению прежних собственников от управления, имущество направляется на погашение долгов.

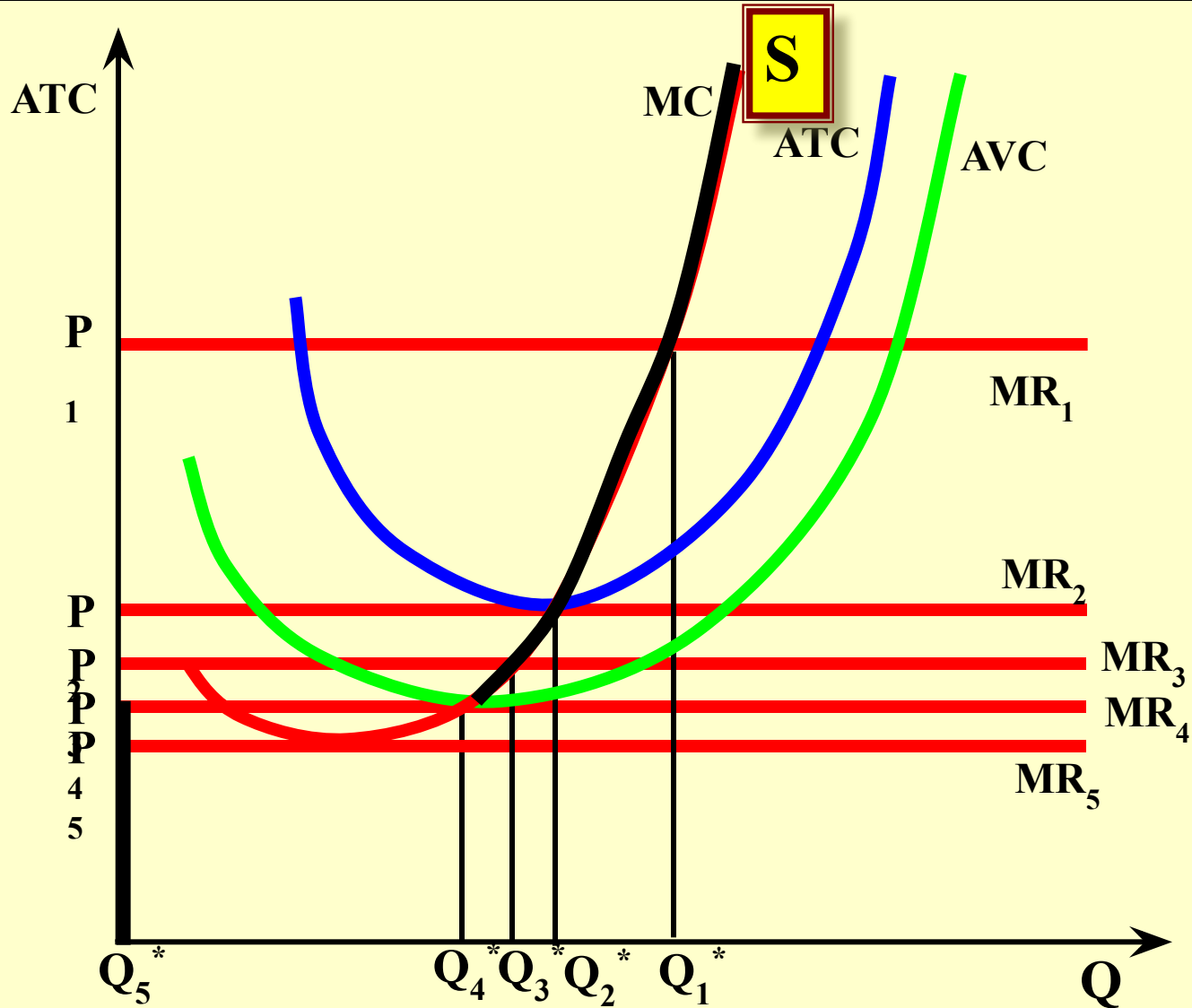
Значение института банкротства

- *Институт банкротства* – это важнейший механизм обеспечения социальной ответственности предпринимателей.
- Угроза банкротства является *дисциплинирующим фактором* для предпринимателей;
- Удерживает предпринимателя от авантюрных проектов;
- Предохраняет от невыполнения обязательств перед партнерами;
- Удерживает от неосмотрительного привлечения заемных средств без возможности их возвратить.

Выводы:

1. Кривая предложения фирмы совпадает с восходящей частью кривой MC , лежащей над точкой пересечения с кривой AVC

Ситуация приостановки производства



Выводы:

2. Краткосрочная кривая предложения конкурентной фирмы возрастает по той же причине, что и **МС** — из-за действия закона убывающей отдачи

5. Оценка рынка совершенной конкуренции.

Оценка совершенной конкуренции.

- Обеспечивает эффективное распределение ресурсов - **оптимум Парето.**
- Рынок выявляет вкусы и предпочтения потребителей и реагирует на них;
- Эффективное распределение ограниченных ресурсов благодаря информации, заложенной в цене;
- Заставляет производителей поддерживать высокую рентабельность;
- Цена находится на минимально возможном уровне – **$P = MC$.**

Оптимум Парето

- Существует, когда имеет место такое перераспределение ресурсов и готовой продукции, при котором отсутствует какой-либо вариант их перераспределения, улучшающий положение, по крайней мере, одного индивида и не ухудшающий положение других.

Оценка совершенной конкуренции:

- В краткосрочном периоде фирма может получать экономическую прибыль или нести убытки.
- В долгосрочном периоде возникает ситуация – «ни прибыли, ни убытков».
- В долгосрочном периоде фирма не имеет достаточной прибыли для внедрения более современных технологий.
- Не стимулируется развитие НТП.