

Теория совершенной конкуренции

*Дубынина Анна Валерьевна,
к.э.н., доцент кафедры
«Экономика и финансы»*

План темы

1. Понятие конкуренции
2. Рынок совершенной конкуренции
3. Поведение фирмы в краткосрочном периоде
4. Поведение фирмы в долгосрочном периоде
5. Оценка рынка совершенной конкуренции
6. Рынок несовершенной конкуренции

1. ПОНЯТИЕ КОНКУРЕНЦИИ

Конкуренция (competition)



КОНКУРЕНЦИЯ (competition)-
борьба за наиболее выгодные
условия производства и сбыта товаров.

Конкуренция – рыночная борьба за ограниченный спрос потребителя, которая ведется между фирмами на определенных сегментах рынка

□ **Фридрих Хайек, австрийский экономист:**

Конкуренция – это централизованное планирование, осуществляемое множеством самостоятельных индивидуумов

□ **Адам Смит, шотландский экономист:**

Соперничество между индивидуальными продавцами и покупателями на рынке за более выгодные продажи и покупки

□ **Фрэнк Найт, американский экономист:**
Ситуация соперничества многих независимых экономических субъектов

□ **Йозеф Шумпетер, австрийский экономист:**
Соперничество старого с новым.
Конкуренция порождает создание новых товаров, новых технологий, новых источников обеспечения потребностей

Преимущества конкуренции

- способствует быстрой реакции и адаптации производителей к изменяющимся условиям
- обеспечивает свободу выбора и действий потребителей и производителей
- способствует внедрению новой техники и технологии, разработке более совершенных методов организации и управления производством
- нацеливает производителей на удовлетворение разнообразных потребностей, на повышение качества товаров и услуг

Основные типы рыночных структур

- Рынок совершенной конкуренции
- Рынок несовершенной конкуренции:
 - Монополистическая конкуренция
 - Олигополия
 - Монополия

2. РЫНОК СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Рынок совершенной конкуренции – модель рынка, на котором большое количество фирм производят однородную (гомогенную) продукцию и отсутствует воздействие фирм на рыночную цену (сельскохозяйственное производство)



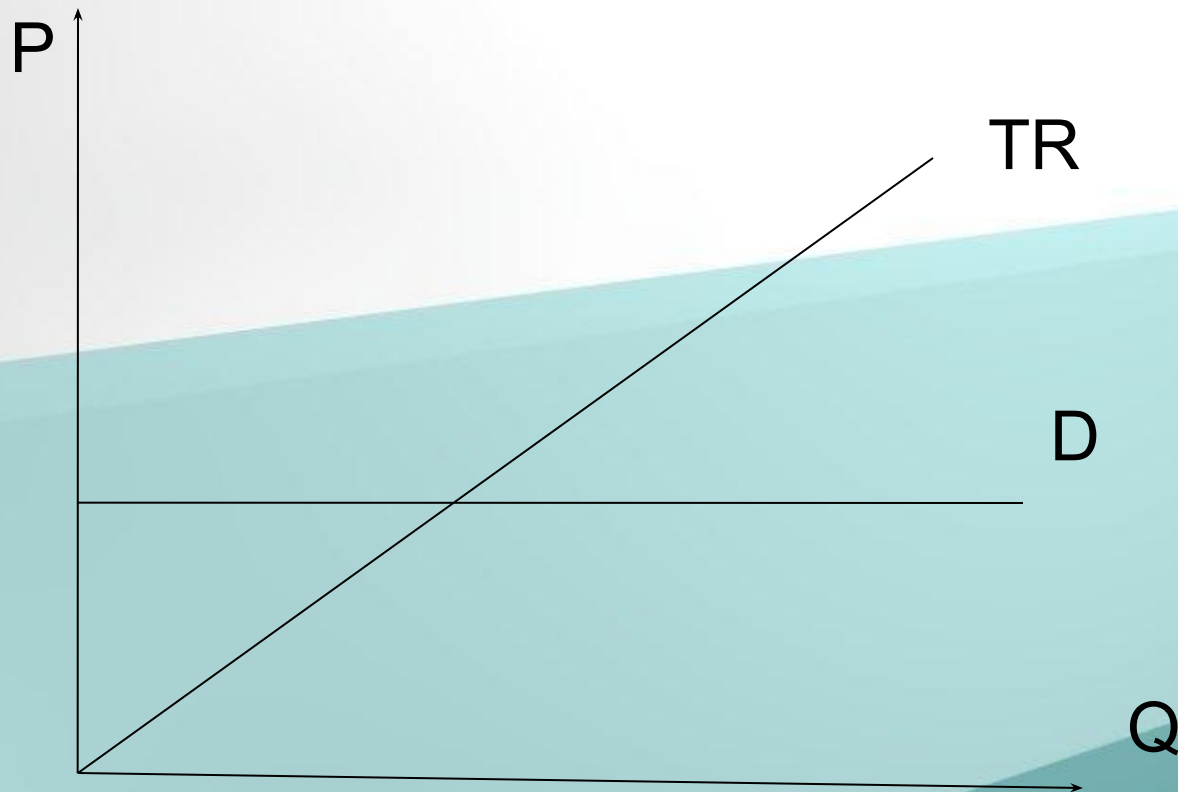
Основные особенности рынка совершенной конкуренции

- Абстрактный, идеальный тип рыночной структуры
- Служит эталоном
- Фирма является ценополучателем («price taker»)

Рынок совершенной конкуренции – идеальная модель рынка, ее главная черта - ни одна из фирм не влияет на рыночную цену, т.к. доля каждой из них в общем выпуске продукции незначительна

Спрос на продукцию совершенно конкурентной фирмы и общий доход

- **Общий доход (TR)** – выручка от продажи продукции
 $TR = P * Q$



Доход фирмы

- **Средний доход (AR)** – доход в расчете на единицу реализованной продукции

$$AR = TR / Q$$

- **Предельный доход (MR)** – дополнительный доход, полученные от продажи дополнительной единицы продукции

$$MR = \Delta TR / \Delta Q$$

Средний и предельный доходы фирмы



3. ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ В КРАТКОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ

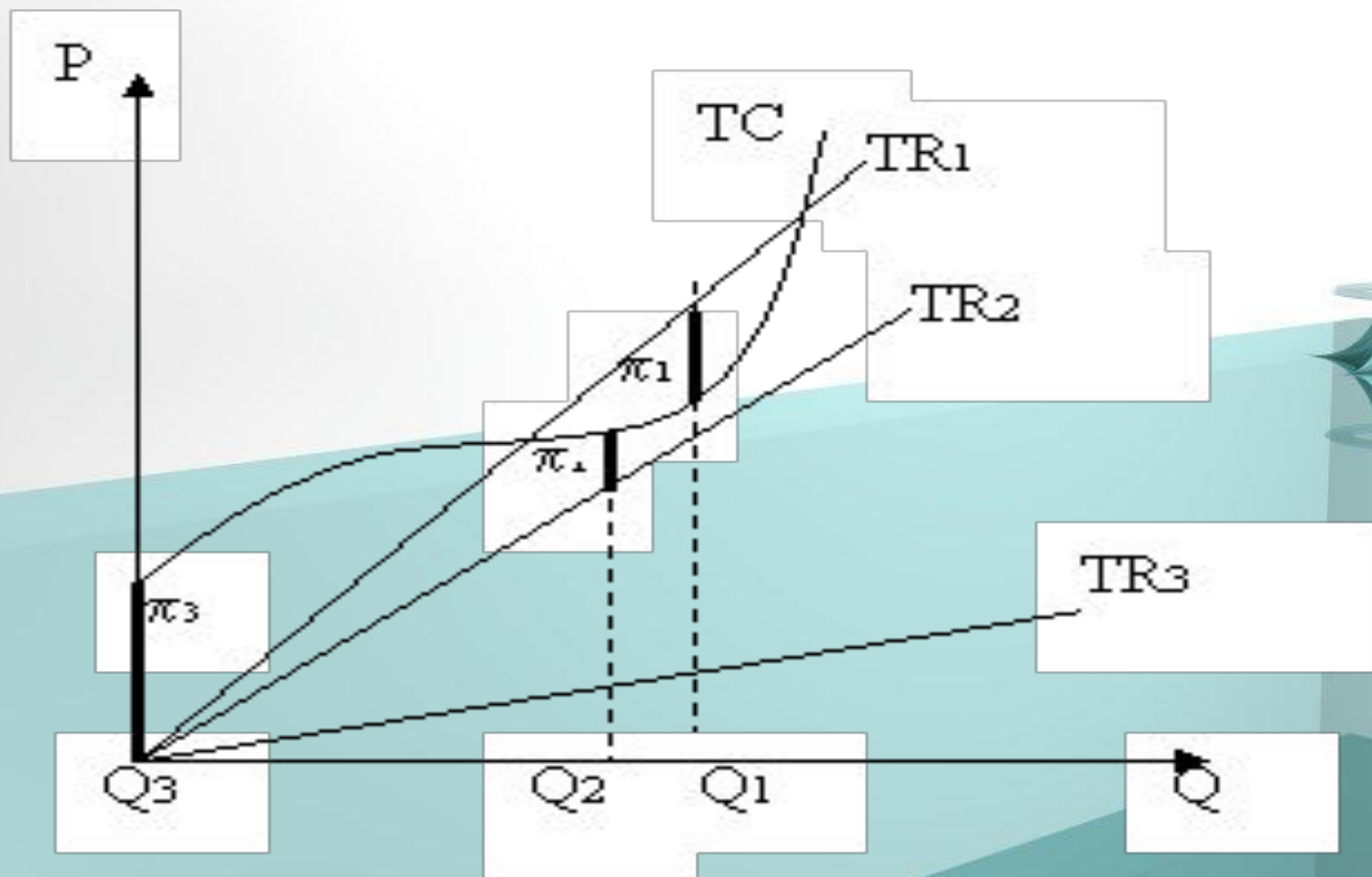
Основная цель деятельности
фирмы – максимизация прибыли

$$\Pi = TR - TC$$

Поведение фирмы на рынке совершенной конкуренции

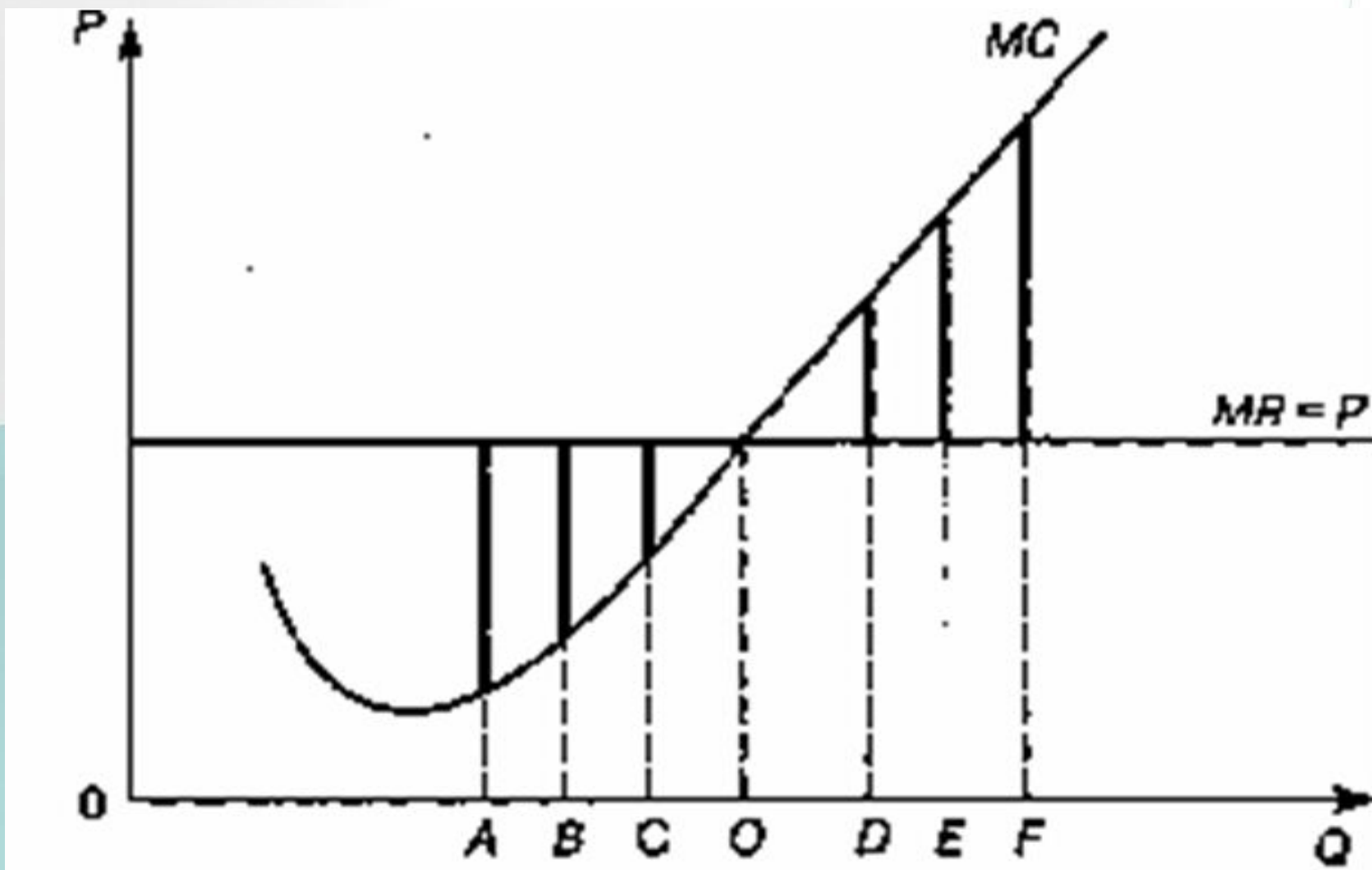
- Производство ради максимизации прибыли
- Производство ради минимизации убытков
- Прекращение производства

Варианты поведения совершенно конкурентной фирмы в краткосрочном периоде

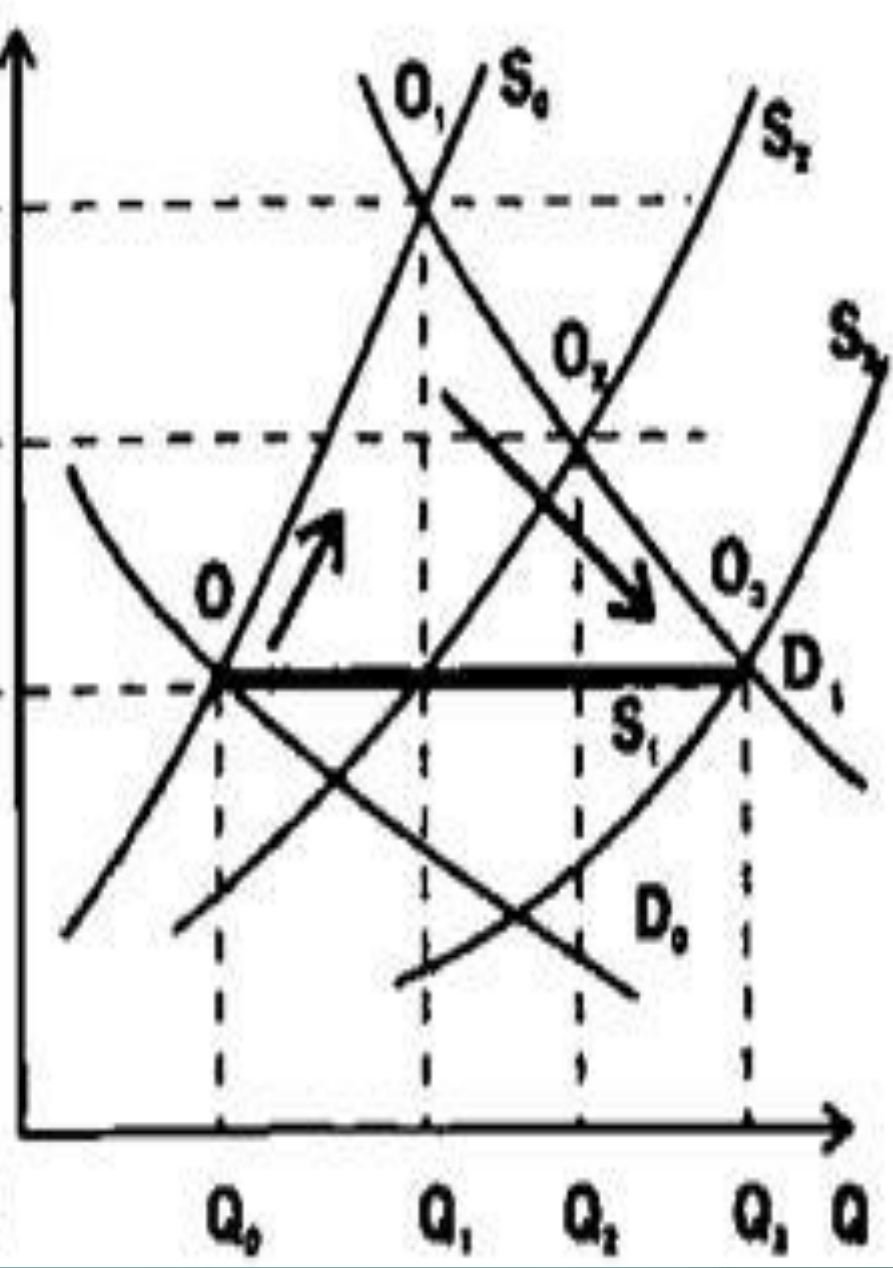
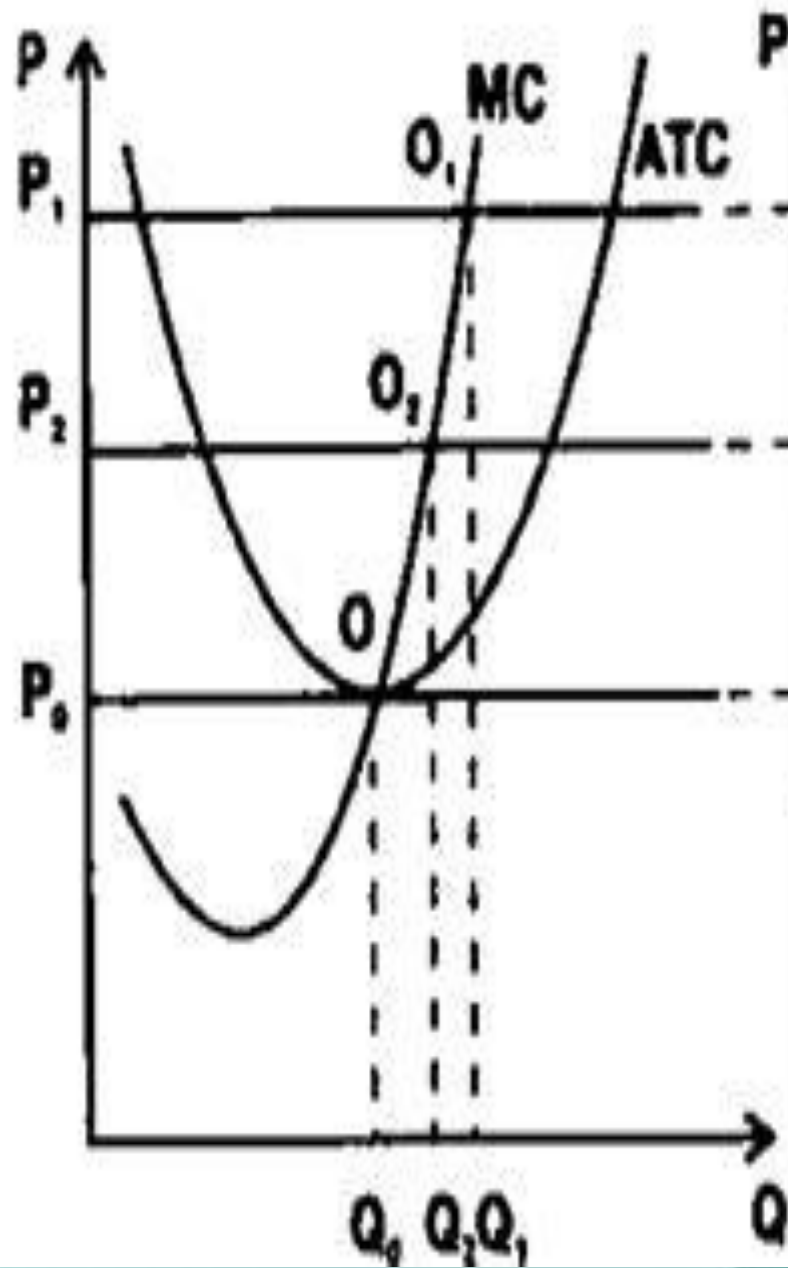


Правило максимизации прибыли

$$MC=MR=P$$



4. ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ В ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДЕ



Условия равновесия совершенно конкурентной фирмы в долгосрочном периоде

Установление краткосрочного равновесия
 $P=MC=MR$

Каждая фирма удовлетворена масштабами производства
($\min ATC = \min LATC$)

Фирма получает нулевую экономическую прибыль
($P = \min LATC$)

Условие равновесия совершенно конкурентной
фирмы в долгосрочном периоде

$$P = MC = MR = \min ATC = \\ = \min LATC$$

5. ОЦЕНКА РЫНКА СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Достоинства рынка совершенной конкуренции

- Равновесие устанавливается на уровне краткосрочного и долгосрочного минимума средних общих издержек (производство организовано технологически эффективным образом)
- Рынок работает без излишков и дефицитов (оптимальное распределение ресурсов)

Достоинства рынка совершенной конкуренции

- Установление цены на минимально возможном уровне $P = MC$
- Безубыточность фирм в долгосрочном периоде ($P = LATC \min$)
- Устойчивость рынка (получение нулевой экономической прибыли)

Недостатки рынка совершенной конкуренции

- Ситуация – «ни прибыли, ни убытков» в долгосрочном периоде
- Отсутствие достаточной прибыли для внедрения более современных технологий
- Не стимулирует НТП
- Малые фирмы не способны использовать эффективную технику

6. РЫНОК НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Интерес предпринимателя всегда состоит в расширении рынка и ограничении конкуренции. Расширение рынка часто может соответствовать интересам общества. Но ограничение конкуренции всегда должно идти вразрез с ними

Адам Смит,
шотландский экономист

Несовершенная конкуренция –
тип рынка на котором фирмы
могут влиять на рыночные цены
с целью получения максимально
возможной прибыли

Значительная доля
рынка у отдельных
производителей



Предпосылки
несовершенной
конкуренции

Наличие
барьеров



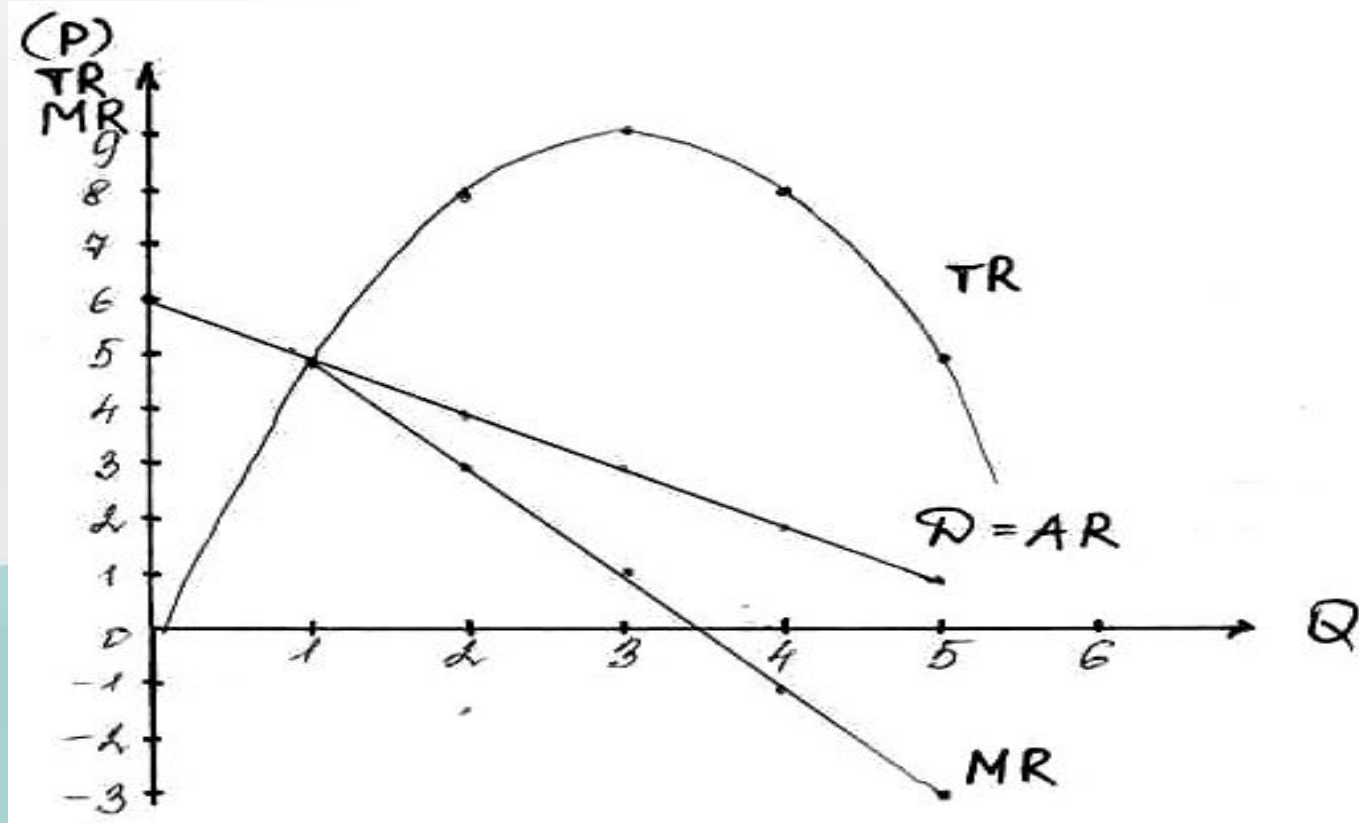
Неоднород
ность
продукции

Кривая спроса на продукцию фирмы при несовершенной конкуренции



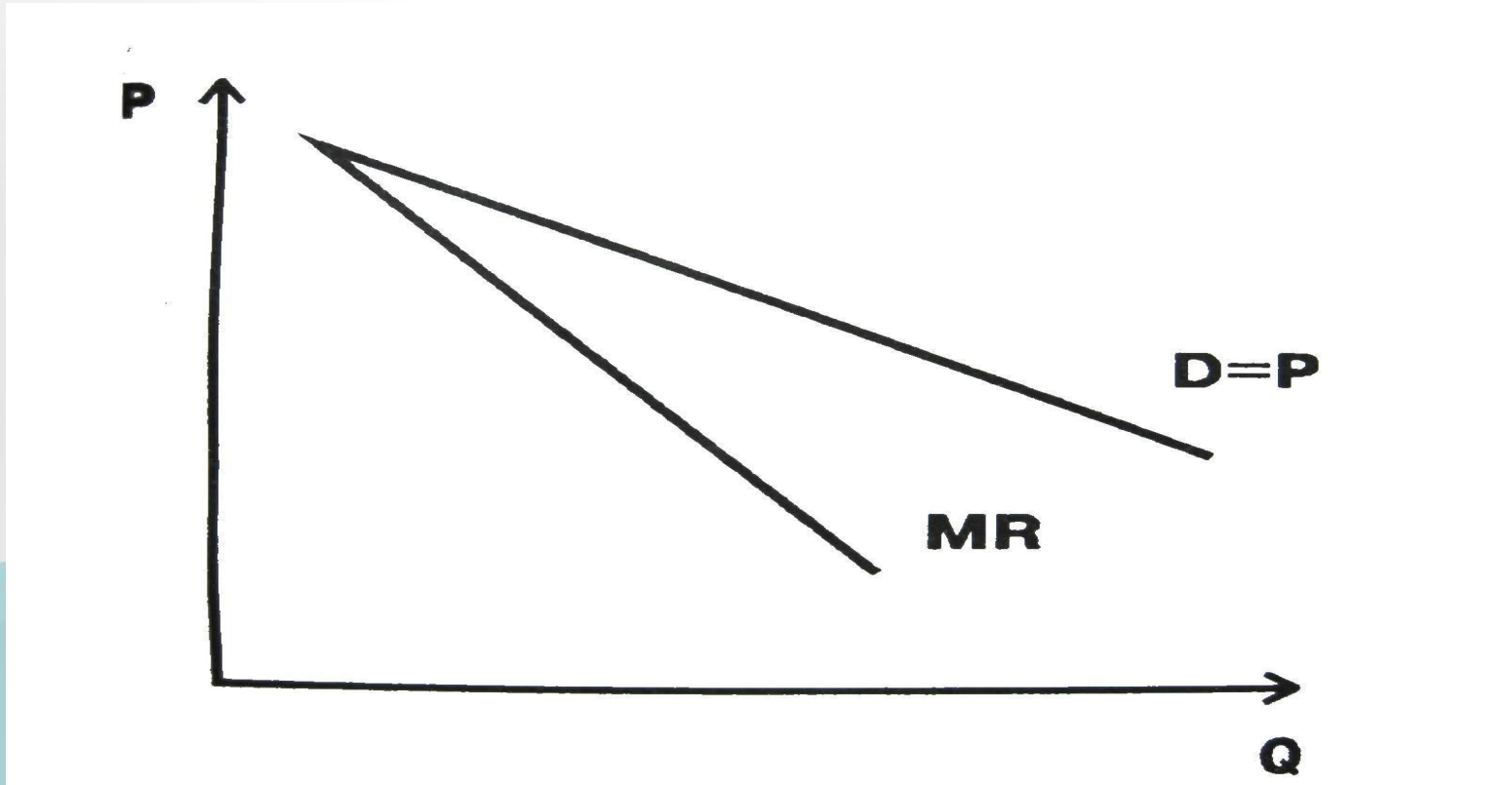
Большие объемы можно реализовать через снижение цены

Кривая общего дохода при несовершенной конкуренции



Небольшие и колоссальные объемы производства дают меньший доход

Кривые спроса и предельного дохода при несовершенной конкуренции



Ускоренное падение предельного дохода фирмы по сравнению со снижением цены на ее продукцию

Динамика предельного дохода фирма при несовершенной конкуренции

Выпуск продукции (Q)	Цена (P)	Валовой доход (TR)	Предельный доход (MR)
1	10	10	10
2	9	18	8
3	8	24	6

P > MR

Последствия рынка несовершенной конкуренции

- Недопроизводство товаров
- Завышение цен
- Получение экономической прибыли
- Фирма устанавливает цену на продукцию («price maker»)
- Управление менеджером процесса ценообразования ($P \downarrow \rightarrow$ доля на рынке \uparrow , $Q \downarrow \rightarrow P \uparrow$)

Рыночные структуры несовершенной конкуренции



Монополия



**Монополистическая
конкуренция**



Олигополия

Спасибо за внимание