

Лекция 12

Рынок несовершенной конкуренции

- 1) 1) Особенности рынка монополистической конкуренции
- 2) Особенности рынка олигополистического рынка
- 3) Особенности монополистического рынка
- 4) Общие черты несовершенной конкуренции

Литература:

1. **Экономическая теория: Учебник / под ред. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина и др. – М.: ИНФА-М, 2003г. 275-304**
2. **Андреев Б.Ф. Системный курс экономической теории: Микроэкономика, Макроэкономика: учебное пособие – СПб: Изд.дом «Бизнес-пресса», 2000. 398-440**
3. **Экономическая теория: Учебник / под ред. Камаева – М.: Гуманит. Изд.центр ВЛАДОС, 2002 с.184- 214**
4. **Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник / кол. Авт. Под ред. А.Грязновой, А.Ю. Юданова. Финансовая академия при Правительстве РФ – М.: КНОРУС, 2006. -313-408с.**
5. **Экономическая теория. Экспресс-курс: учебное пособие / под ред. А.Г.Грязновой, Н.Н. Думовой, А.Ю.Юданова – М.: КНОРУС, 2005.-с 135-175.**

Рыночные структуры

| | Количество и размер фирм | Характер продукции | Условия входа и выхода | Доступность информации |
|--------------------------------------|---|--------------------------------------|--|--|
| Совершенная конкуренция | Множество мелких фирм | Однородная продукция | Никаких затруднений | Равный доступ ко всем видам информации |
| Монополистическая конкуренция | Множество мелких фирм | Разнородная продукция | Никаких затруднений | Некоторые затруднения |
| Олигополия | Число фирм невелико, есть крупные фирмы | Разнородная или однородная продукция | Возможны отдельные препятствия | Некоторые ограничения |
| Монополия (чистая) | Одна фирма | Уникальная продукция | Практически непреодолимые барьеры на входе | Некоторые ограничения |

Усиление монополистической власти
(возможность для фирмы влиять на рыночную цену)

Рынок монополистической конкуренции —

пищевая промышленность, производство одежды, обуви, книгоиздания, мебельная промышленность, розничная торговля, многие виды услуг. В отдельных сегментах наряду с крупными фирмами — много мелких фирм.

Например «Волжский пекарь», ЗАО «Хлеб» и мелкие хлебопекарни

Основные черты монополистической конкуренции:

1) дифференциация выпускаемой продукции (товары отличаются качеством сервисом, рекламой)

2) Малые размеры многочисленных фирм:

а) производитель мини-монополист

б) обладает определенной властью на рынке – контроль небольшой доли (сегмента) рынка

в) изоляция сегментов не абсолютна (шоколад) → перекрестная эластичность, ограниченное влияние на цены

3) Низкие барьеры входа и выхода с рынка.

Препятствием входа и выхода является не финансовые ресурсы, а дифференциация продукции (сложно произвести именно эту продукцию)

4) Несовершенная информация

Монополистическая конкуренция – это

неценовая конкуренция – привлечь

покупателей повышением

потребительской ценности товара





(свойства, упаковка, сервис, реклама)

Запросы потребителей растут. Качество,

особые свойства товара часто важнее

ценовой привлекательности

Ценовая конкуренция (ценовые войны)

-  В мире преобладала до 50-х годов XX столетия
-  90-е гг. Россия не выдержала ценовой конкуренции. Крах промышленности
-  Губительна для предприятий, особенно для средних и мелких (финансовое истощение)
-  Ограничена законом. Демпинговые цены – цены ниже издержек (себестоимости) не разрешены

Марочные товары (бренды)

В СССР «Докторская колбаса», «Российский сыр»,
знак автомобильного завода ВАЗ

Сейчас Швейцарские часы – мировой бренд




Элитный зефир в шоколаде фабрики «Ударница» ,
«Шармель», шоколадные конфеты «Коркунов» -
российский бренд

Клинская колбаса, Дмитрогорская мясная
продукция– местный бренд

2 вопрос

Олигополия – одна из распространенных рыночных структур в современной экономике России (нефтяная, металлургия, химия, автомобилестроение, электроника, судостроение, самолетостроение, многие сырьевые отрасли)

Олигополия. Основные черты олигополистического рынка

- 1) Немногочисленность и крупные размеры фирм
-  Несколько крупных компаний (3-8) держат более 50% рынка (отрасли)
 -  Экономия на масштабах, т.е. размер фирмы обеспечивает экономию издержек
 -  Рыночная власть велика, могут уменьшить объем выпуска и повысить цену

2) Однородность или разнородность продукции

Автомобилестроение – продукция разнородна

Цементная, нефтяная, металлургия – продукция стандартизирована

3) Крупные барьеры

Финансовый барьер – высокая стоимость предприятий затрудняет вход на рынок

Несколько крупных фирм достаточно с учетом емкости рынка

4) Несовременная информация

Уникальная особенность олигополии

Рыночное поведение олигополистов определяется субъективными факторами – характером взаимоотношений между конкурирующими фирмами

Разновидности олигополии

- 1) Нескоординированная олигополия – фирмы не вступают ни в какие контакты друг с другом
- 2) Картель (сговор) фирм. Влияние на цены и объемы ради получения монополистической сверхприбыли
- 3) Картелеобразная структура рынка (или «игра по правилам»)
- 4) Синдикаты (царская Россия)

Во многих странах в т.ч. России картели запрещены.

Однако открытые соглашения не являются противозаконными

Например, картель стали в Европе или ОПЕК в большинстве нефтедобывающих стран мира

Взгляды разных экономических школ на проблему монополизации рынка:



Марксизм. Механизм саморегуляции действует в условиях множества мелких предприятий, но они не выдерживают конкуренции и не могут быть основой НТП. Неизбежно возникают крупные предприятия (олигополии, монополии), которые ослабляют рыночную конкуренцию и становятся своим могильщиком.

Марксистский радикализм. Новый, лучший строй-социализм

- Американский ученый экономист Альфред Д. Чендлер выявил положительные стороны крупных олигополистических предприятий

Положительные стороны олигополии:

1. Резкое увеличение производительности (снижение издержек и цен)

Например, создание Дис. Д. Рокфеллером гигантского нефтяного треста «Стандарт-Ойл» привело в 6 кратному снижению цены керосина

Основанный Э. Корнеги гигант в черной металлургии позволил снизить цену 1 тонны рельсов с 68\$ в 1880 г. до 23\$ в 1889 г.

2) Экономия на масштабах

3) Роль квазипостоянных издержек

Издержки связанные с НИП (разработка новых лекарств, самолетов и др)

Например, разработка принципиально нового лекарства ≈ 500 млн.\$

В автомобильной промышленности США в 80е гг. XX в минимально эффективный объем выпуска составлял 300 тыс. машин в год. Предпосылки для автогигантов

XX век число автомобильных фирм 200 к концу века 50, а сейчас – 3 «Дженерал моторз», «Форд», «Крайслер» (90% продаж автомобилей)

Патентная монополия – барьер для вступления в наукоемкие отрасли типа «Ксерокс», «Кодак», «IBM» и др. На протяжении всего срока действия патента (в США 17 лет) фирма надежно защищена от внутренней конкуренции

Дуополия – на рынке действует только две конкурирующие фирмы.

Первая модель дуополии была предложена французским экономистом О.Курно в 1838 году. Равновесие по Курно

3 вопрос Особенности монополии

1. Единственная фирма гигант (ГАЗПром, РЖД, РАО ЕЭС России, Массандровский портвейн, Норильский никель, Русский алюминий)
2. Уникальная продукция
3. Непреодолимые барьеры
4. Полная информация

Крылатая монополия (ОАК)

- объединенная авиастроительная корпорация. Политическое решение объединить всех разработчиков и производителей российских самолетов. Цель - устранить внутреннюю конкуренцию и дублирование разработок. АХК «Сухой», РСК «Миг», «Туполев», «Ильюшин», серийные заводы, лизинговые компании – 75% акций Федерального центра.

2006 год – рождение новой монополии «Российский алюминий»

Она появилась в результате слияния активов «Русала», «СУАла» и швейцарской компании.

Капитализация компаний 30 млрд.\$.

Крупнейшие в мире алюминиевые корпорации – самый громкий проект частного капитала

Реформа госмонополии РАО «ЕЭС России»
длится 7 лет, вступает в завершающую
стадию.

В 2004 году началось реформирование
ОГК и ТГК. К концу 2006 года почти все
генерации и сети были распроданы по
нескольким десяткам компаний. В 2007
году в ходе их приватизации новые
инвестиции составили 18 млрд.\$. К 1
июля 2008 года энергомонополия
прекратит свое существование