

Тема 8.

Типы рыночных структур: совершенная и несовершенная конкуренция

8.1 Конкуренция как элемент рыночного механизма

Конкуренция (от лат. concurrentia - сталкиваться) - элемент рыночного механизма, реализующийся в форме взаимодействия рыночных субъектов и борьбы между ними за наиболее выгодные условия приложения капитала; борьба за рынки сбыта товаров с целью получения более **высоких доходов.**

Функции конкуренции

- 1. Эффективное распределение ограниченных ресурсов общества.**
- 2. Стимулирующая функция.**
- 3. Конкуренция способствует достижению равенства личных и общественных интересов.**
- 4. Конкуренция позволяет создавать новые технологии.**
- 5. Санирующая функция.**

Параметры состояния рынка

- 1.** Количество предприятий, поставляющих товары на рынок;
- 2.** свобода вхождения предприятия на рынок и выхода из него;
- 3.** дифференциация товаров;
- 4.** участие предприятий в контроле за рыночной ценой.

Виды конкуренции

Внутриотраслевая конкуренция - это соперничество между предпринимателями одной отрасли хозяйства за более выгодные условия выпуска и сбыта товаров.

Межотраслевая конкуренция - вид конкуренции между производителями, действующими в разных отраслях экономики.

Методы конкуренции

1. Ценовая конкуренция - конкуренция, осуществляемая посредством снижения цен;

2. Неценовая конкуренция - конкуренция, осуществляемая посредством улучшения качества продукции и условий продажи при неизменных ценах.

3. Недобросовестная (нечестная) конкуренция - нарушающая и подрывающая принятые на рынке нормы и правила конкуренции.

Способы осуществления недобросовестной конкуренции

- 1.** Установление контроля над деятельностью конкурента с целью ограничения или прекращения этой деятельности;
- 2.** злоупотребление господствующим положением на рынке;
- 3.** установление дискриминационных или демпинговых цен;
- 4.** установление зависимости поставок товаров или услуг от принятия ограничений в отношении производства или распределения конкурирующих товаров;

Способы осуществления недобросовестной конкуренции

5. введение ограничительных условий в агентские соглашения;
6. тайный сговор;
7. ложные информация и реклама;
8. недобросовестное копирование (имитация) товаров и продукции конкурентов и сбыт по более низким ценам;
9. нарушения качества, стандартов и условий поставок товаров и услуг.

8.2 Классификация рыночных структур

Покупатели	Продавцы		
	Один	Несколько	Много
Один	Двусторонняя монополия	Монопсония, ограниченная олигополией	Монопсония
Несколько	Монополия, ограниченная олигопсонией	Олигополия, ограниченная олигопсонией	Олигопсония
Много	Монополия	Олигополия	Совершенная конкуренция

Совершенный рынок (совершенная конкуренция) - идеальный вид конкуренции, когда на рынке имеет место:

- 1. множество покупателей и продавцов;**
- 2. однородность продаваемой продукции;**
- 3. мобильность всех ресурсов, предполагающая свободу вступления в отрасль и выхода из нее для любого товаропроизводителя.**

Несовершенная конкуренция - конкуренция, значительно отличающихся от идеальной, не соответствующая теоретическим представлениям о чистой конкуренции.

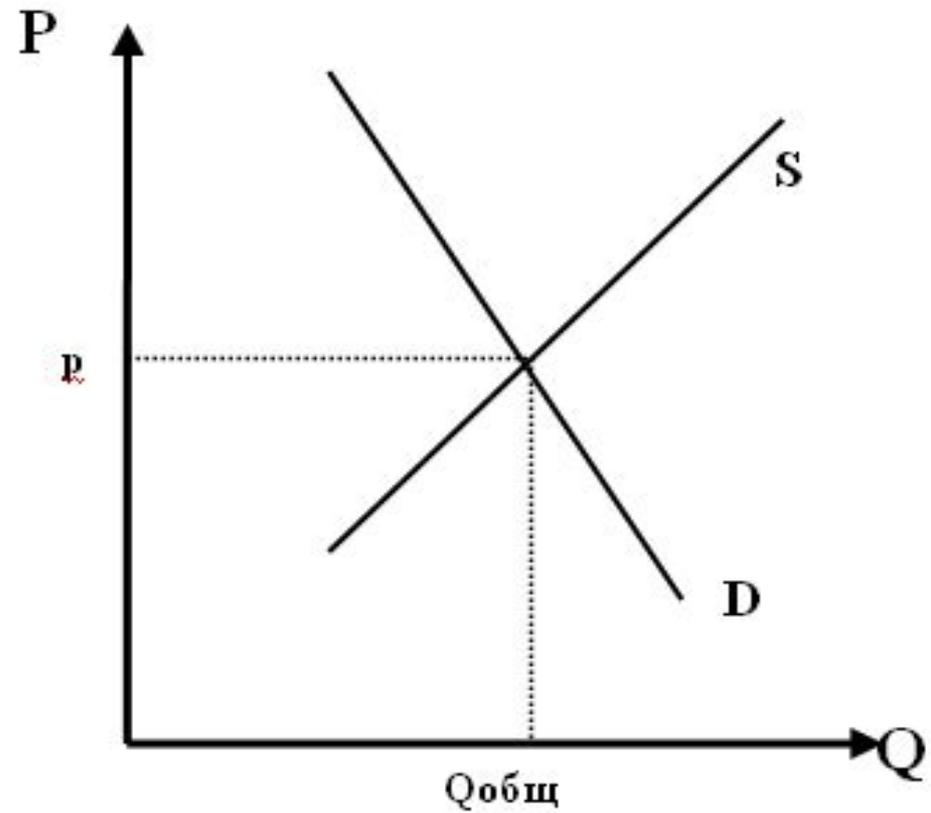
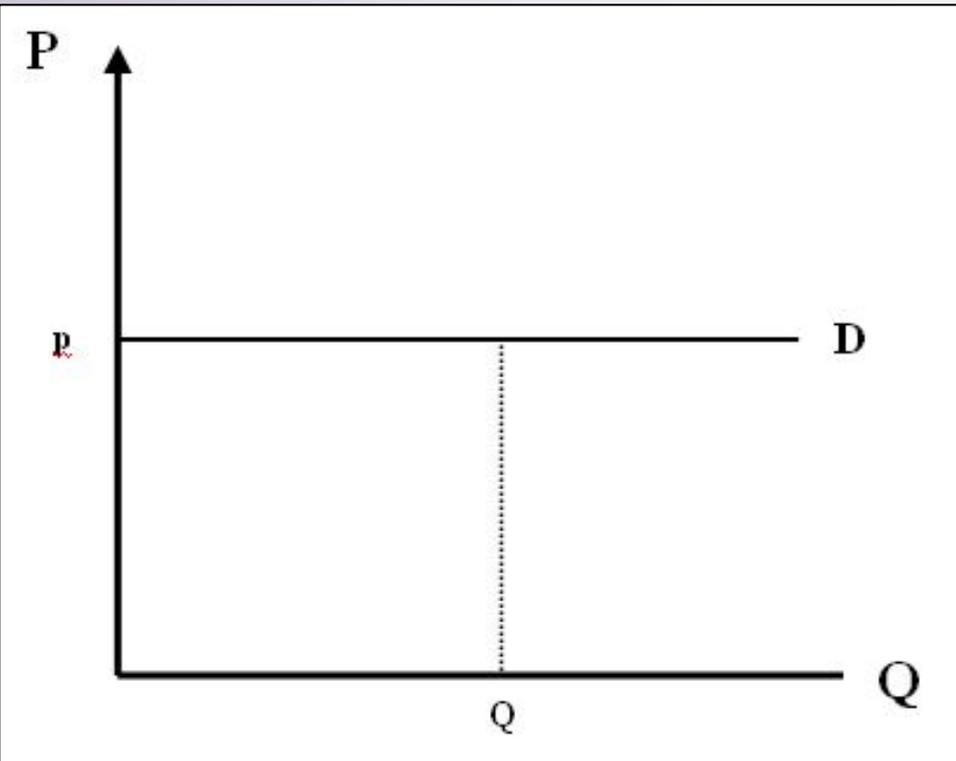
Несовершенная конкуренция подразумевает рынок, на котором не выполняется хотя бы одно из условий совершенной конкуренции.

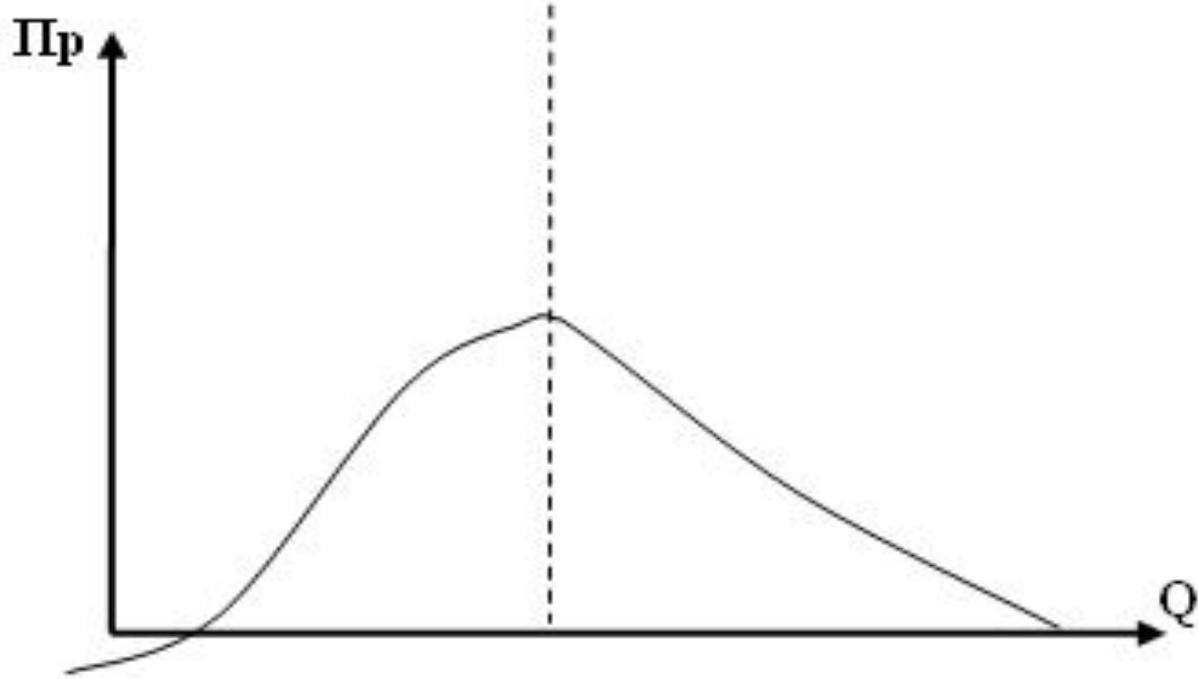
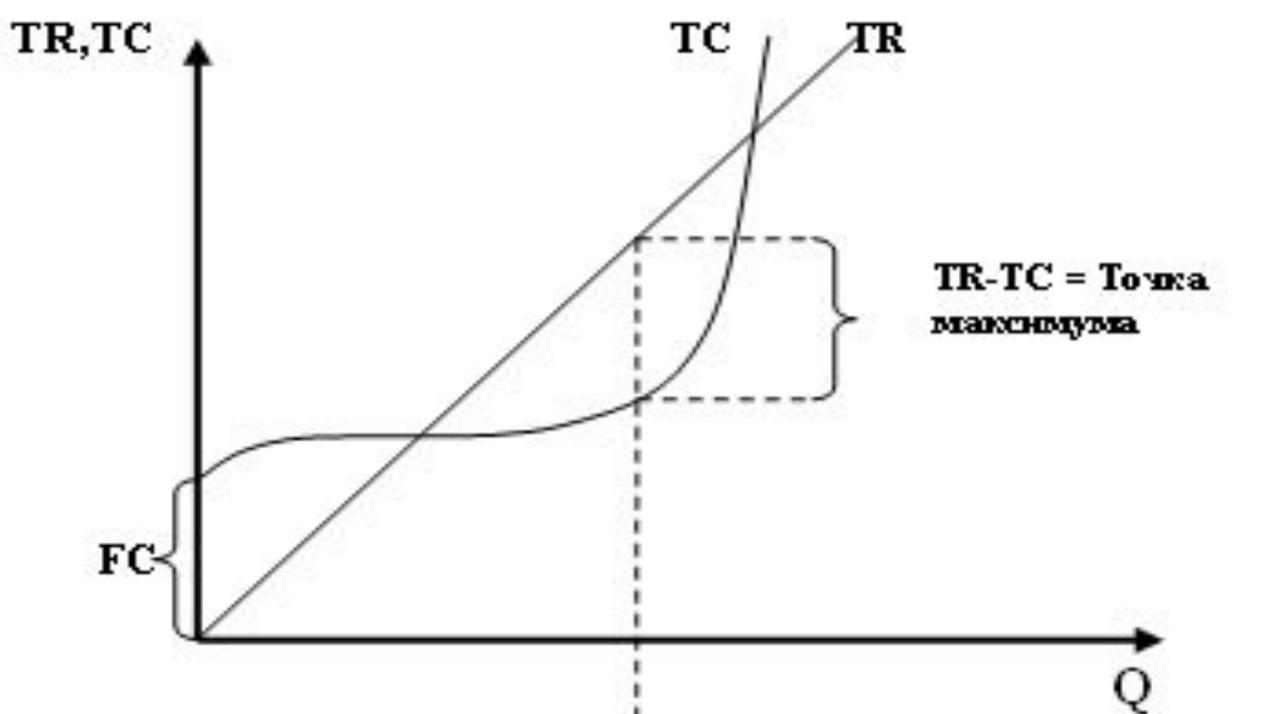
8.3 Рынок совершенной конкуренции

Рынок совершенной конкуренции - это рынок, где выполняются следующие условия:

1. Множество покупателей и продавцов товара.
2. Отсутствует возможность влиять на цену.
3. Продажа стандартизированного продукта.
4. Конкуренция носит ценовой характер.
5. Вход на рынок свободен для всех.
6. Нет препятствий, мешающих работе рыночного механизма.
7. Все субъекты рынка обладают полной информацией о состоянии данного рынка.

Кривая спроса фирмы





**Оптимальный
объем
выпуска**

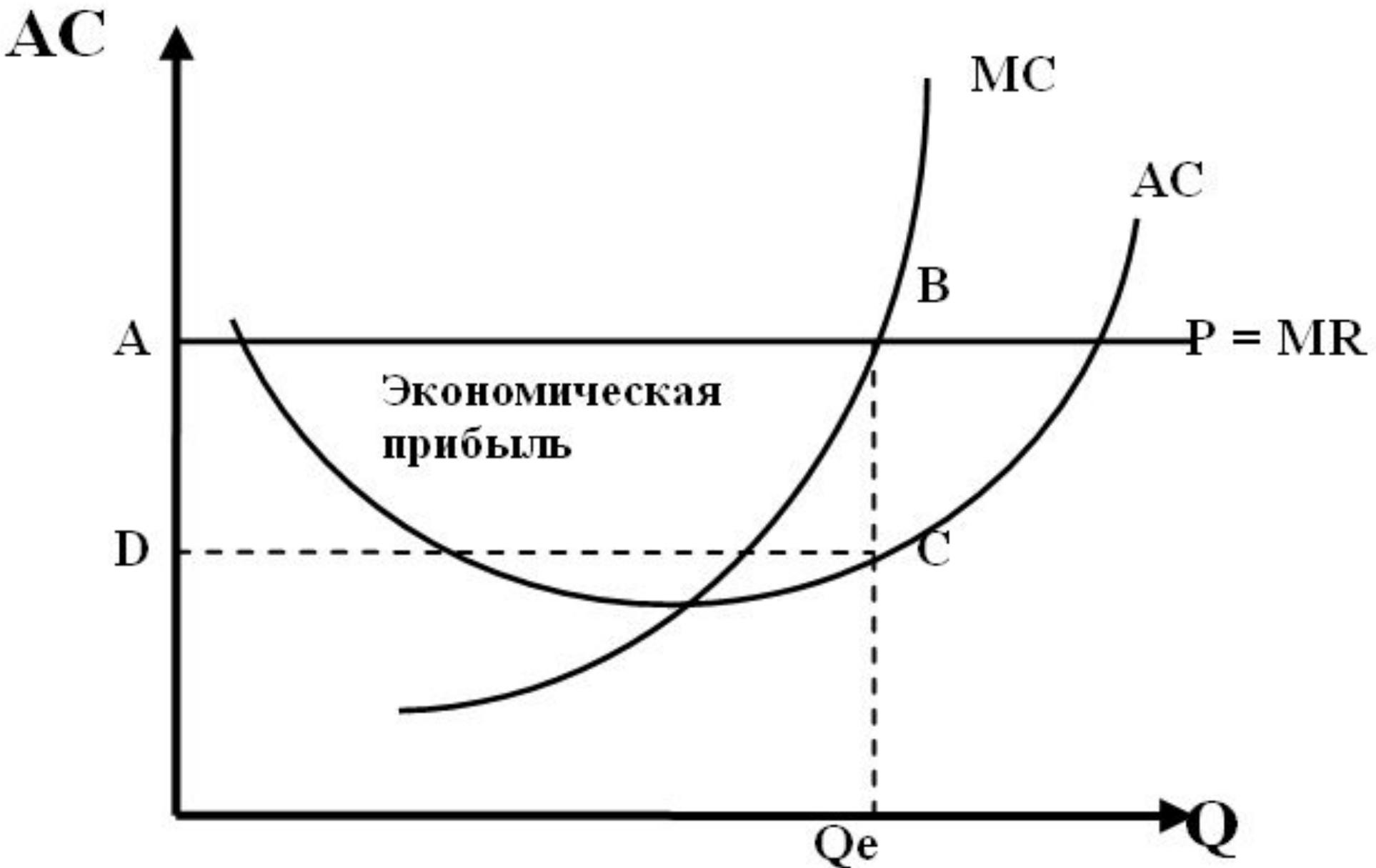
Когда $MR > MC$, продажа дополнительной единицы продукции будет увеличивать прибыль;

Когда $MR < MC$, продажа дополнительной единицы продукции будет уменьшать прибыль;

Когда $MR = MC$, прибыль будет равна нулю.

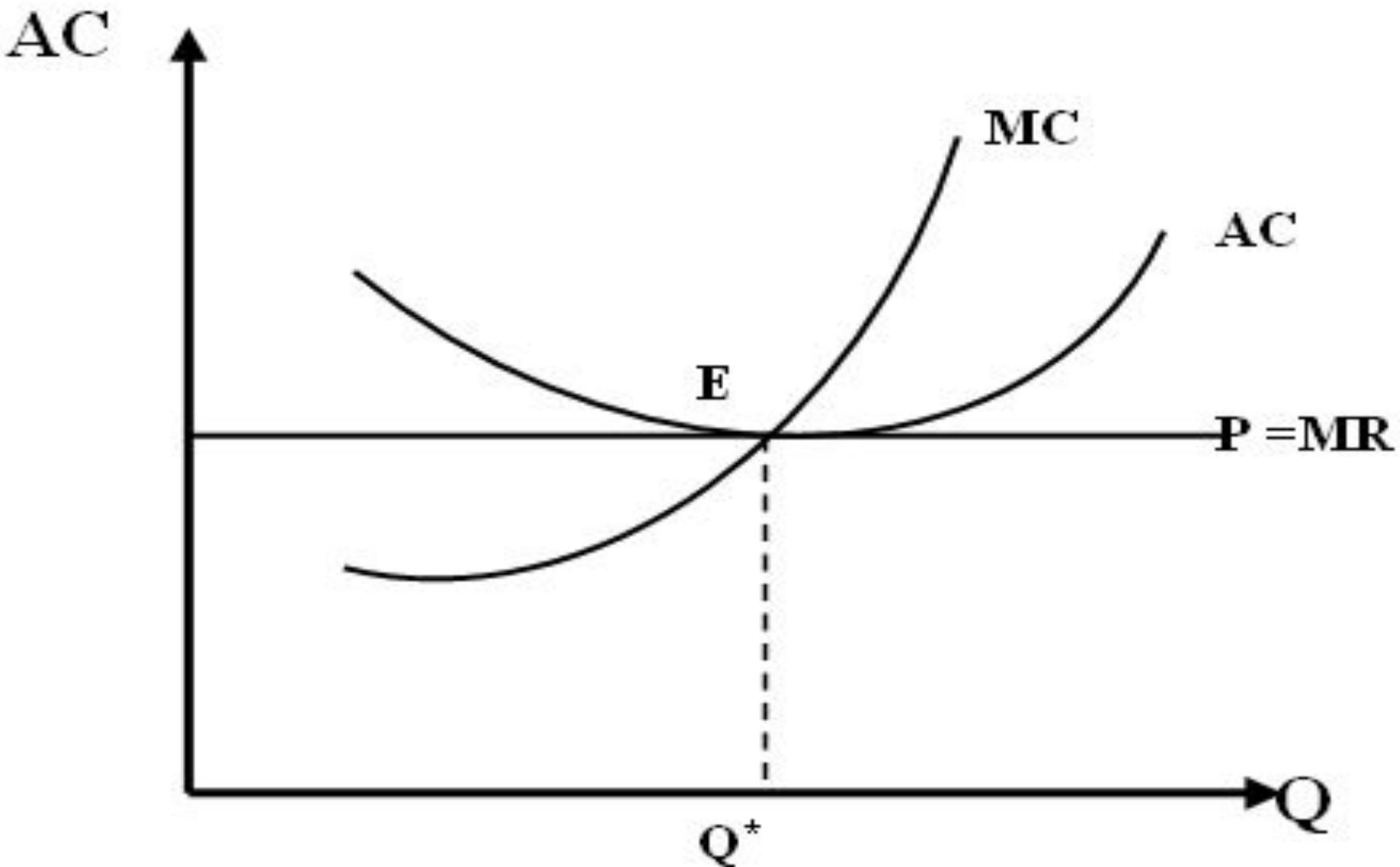
**Предельная прибыль (MP) – это
разница между предельным
доходом и предельными
издержками: $MP = MR - MC$.**

Правило максимизации прибыли

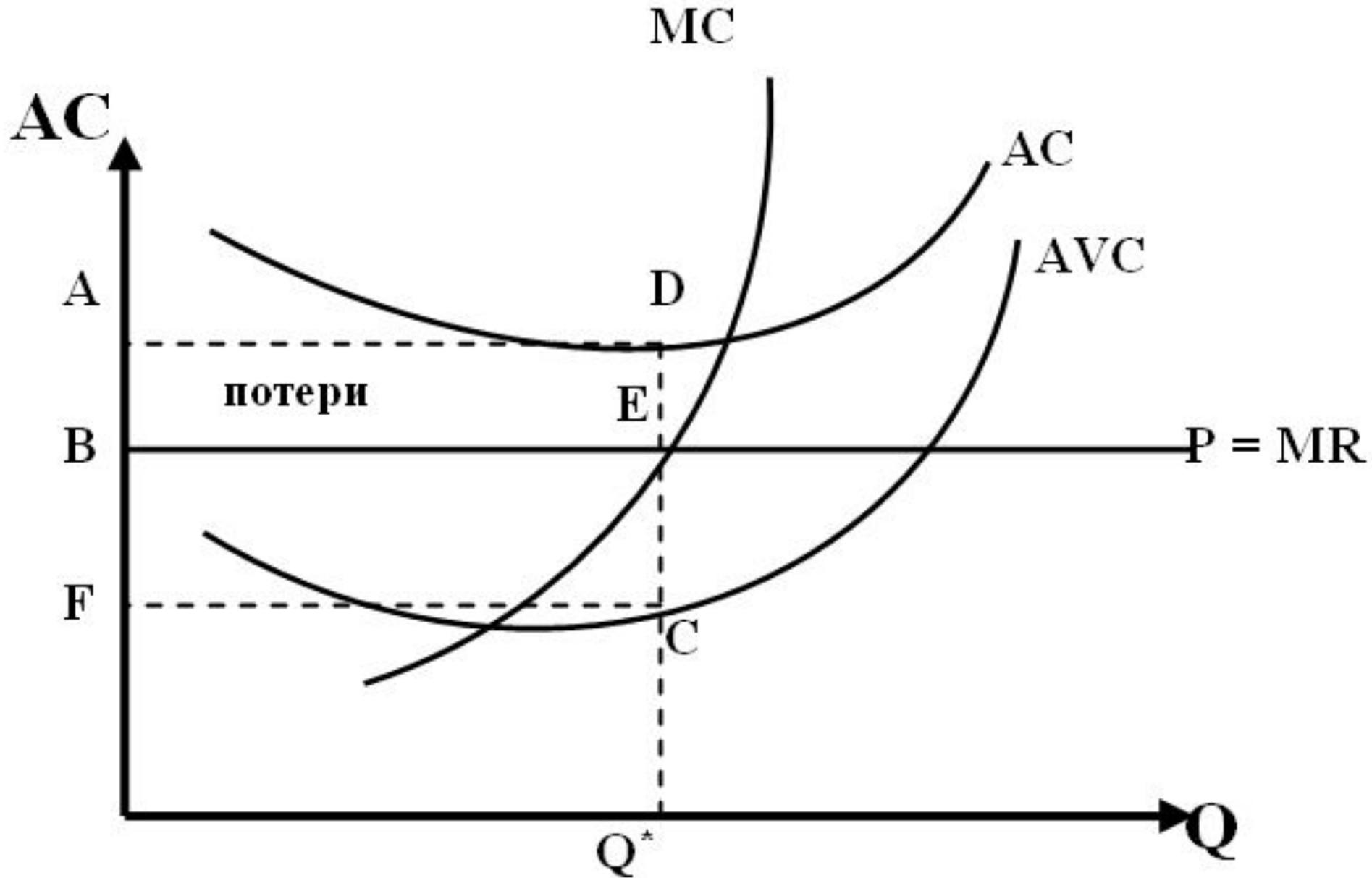


**Условием максимизации
прибыли для конкурентной
фирмы является равенство
цены предельным
издержкам ($P = MC$).**

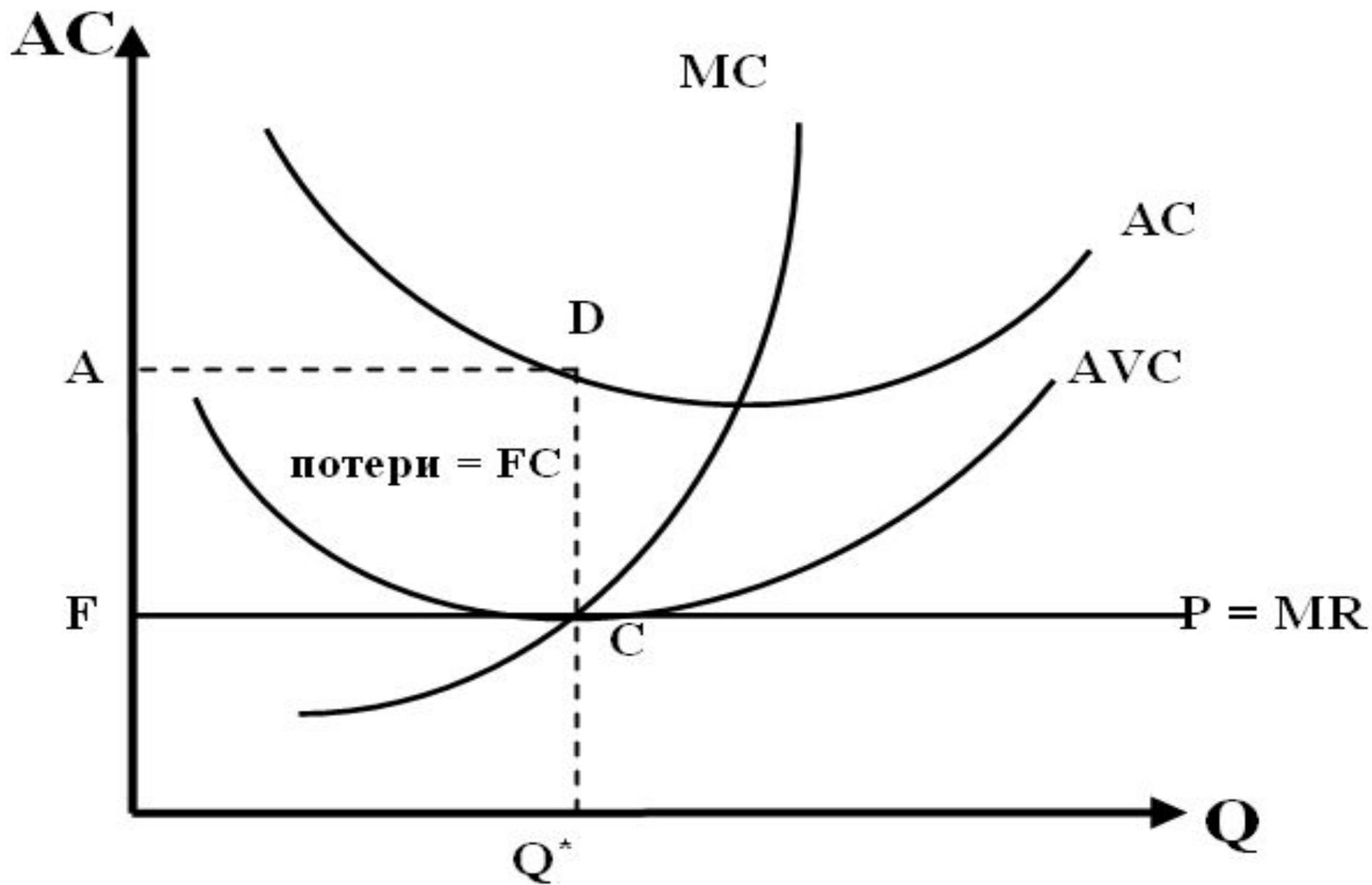
Экономическая прибыль равна нулю



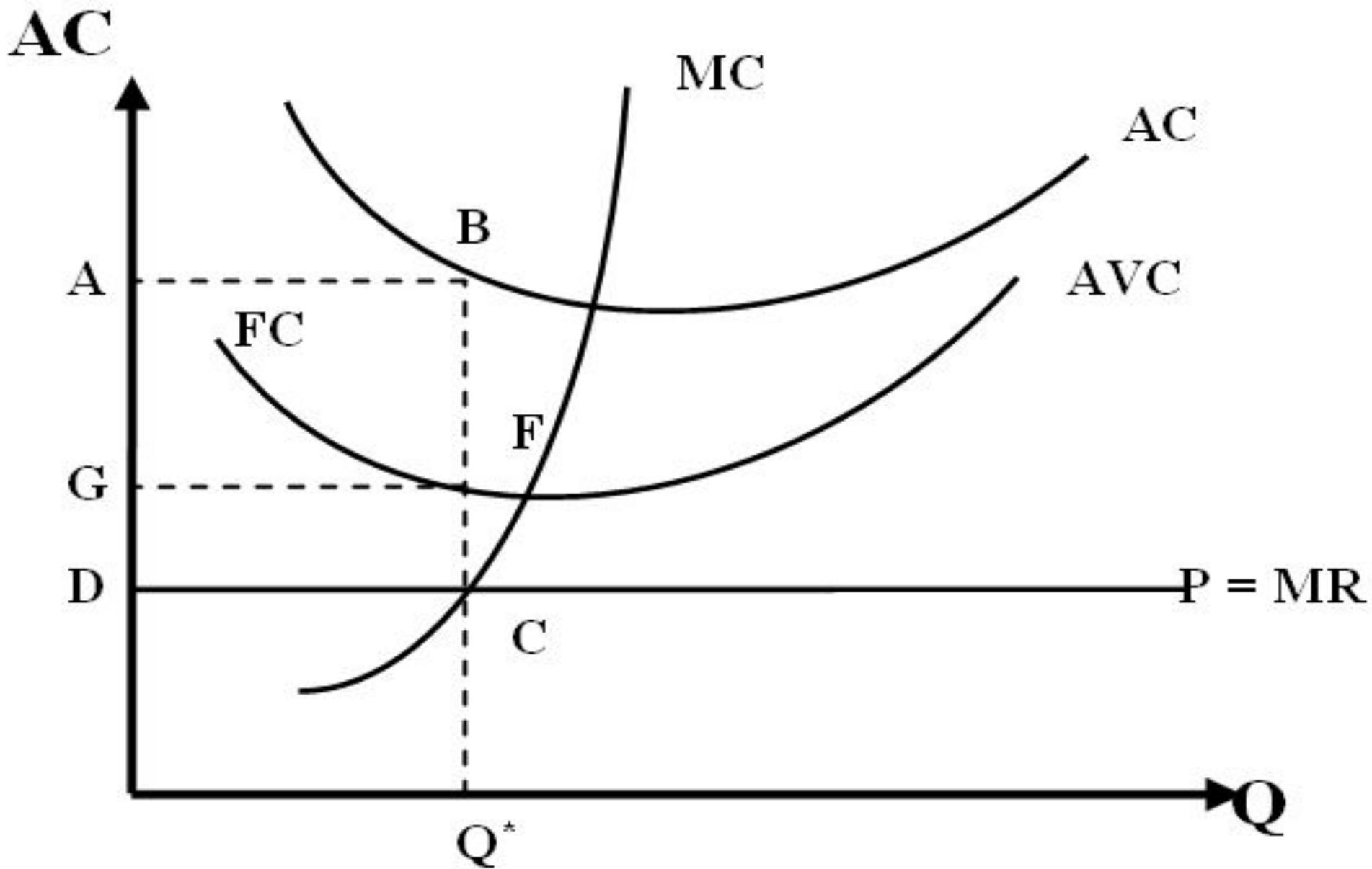
Фирма терпит убытки



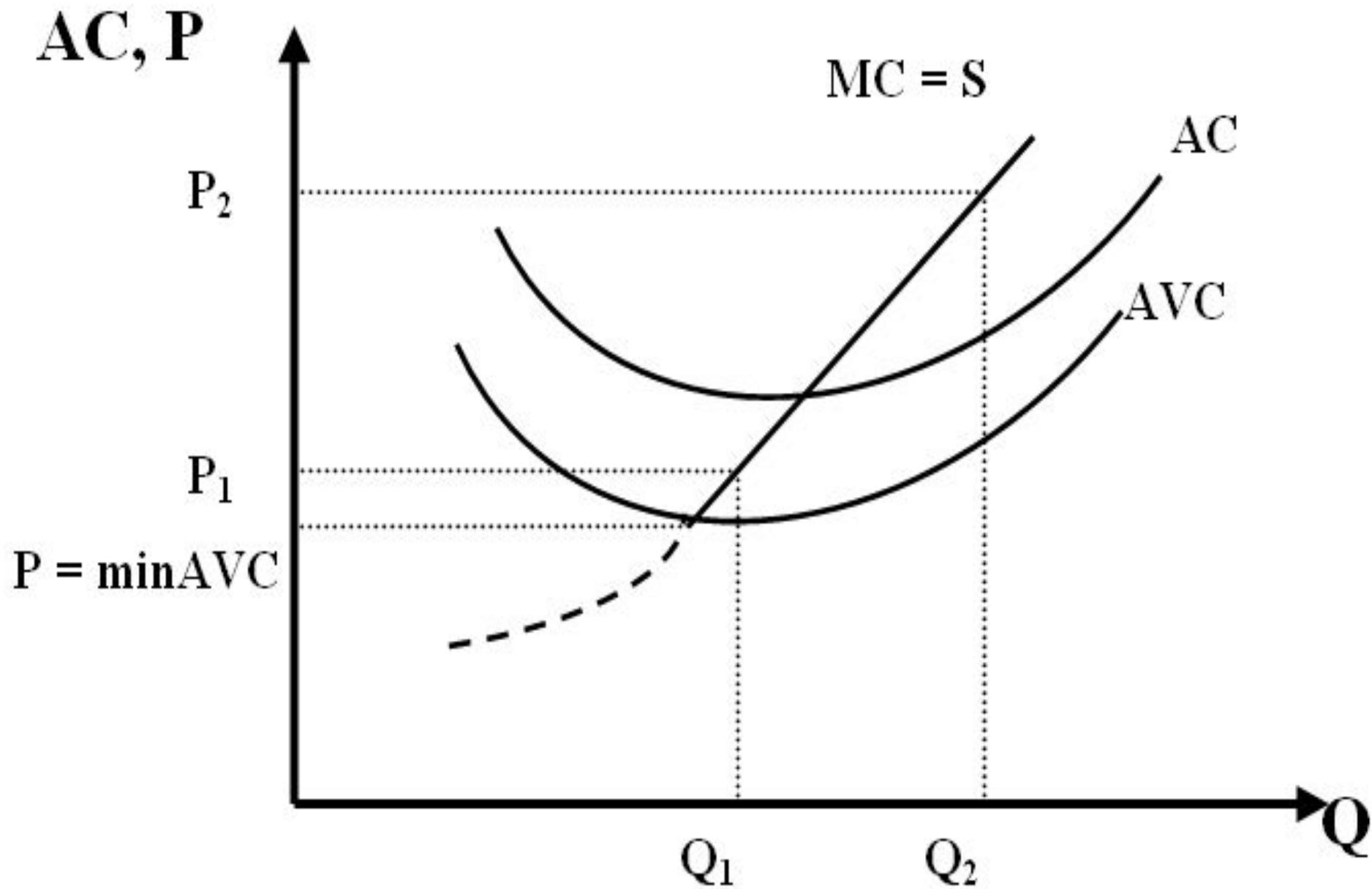
Точка «бегства» фирмы с рынка: $P = \min AVC$



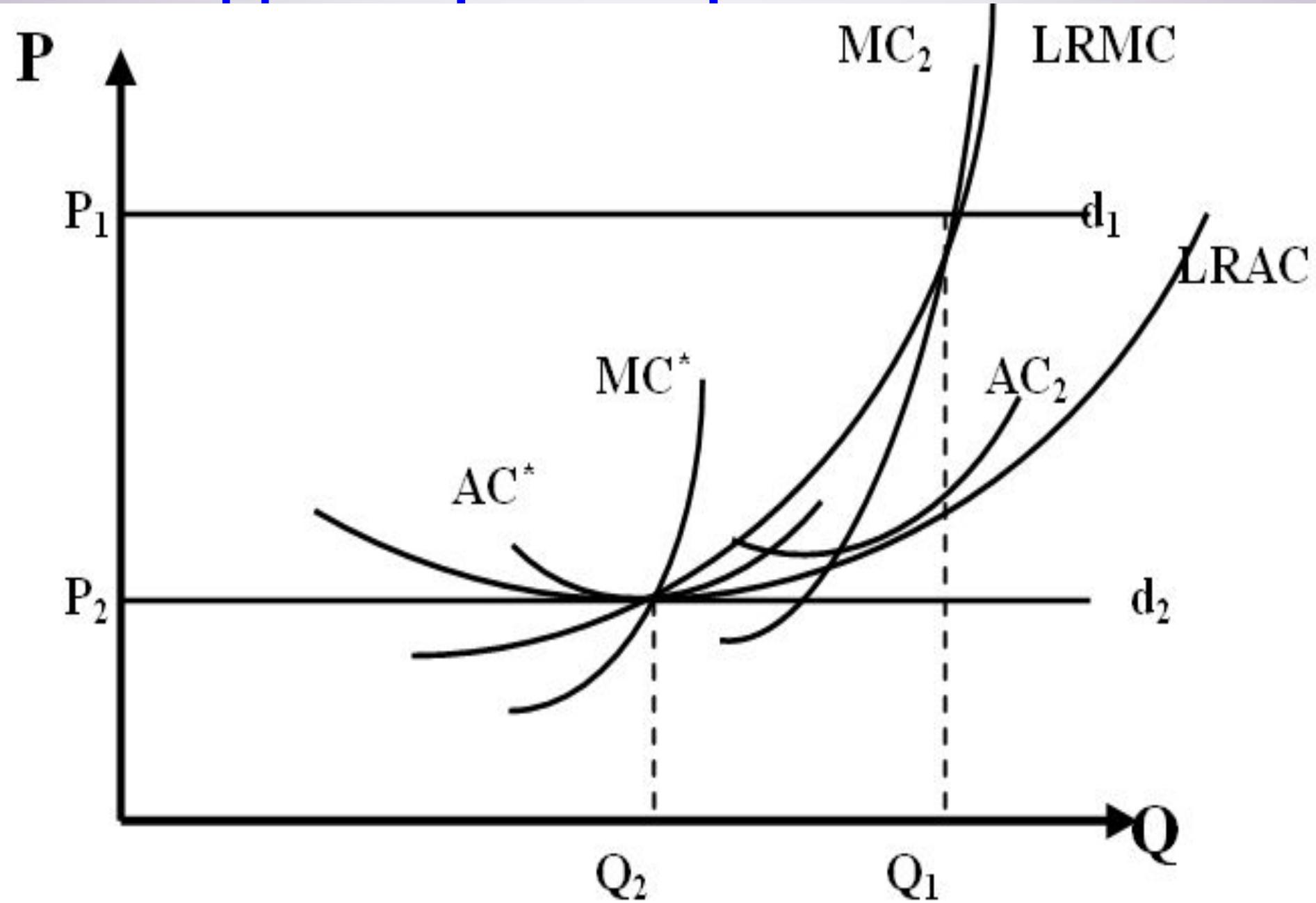
Заккрытие фирмы: $P < \min AVC$

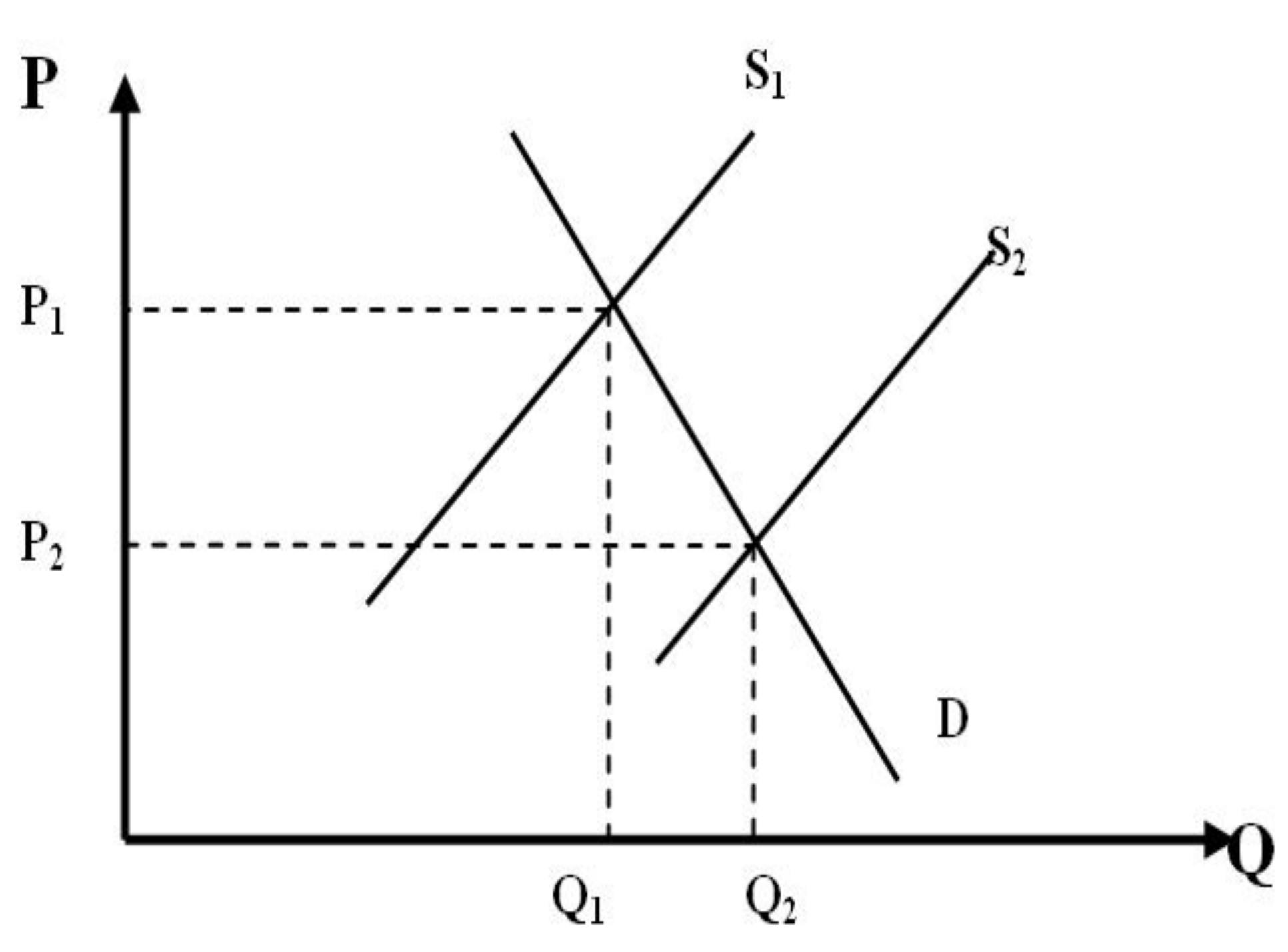


Краткосрочная кривая предложения



Долгосрочное равновесие





Конкурентное равновесие в долгосрочном периоде - это объем выпуска продукции и рыночная цена, которые позволяют фирмам в отрасли получать нулевую «экономическую» прибыль.

Условием долгосрочного равновесия фирм будет:

$$P = LRMC = \min LRAC$$

8.4 Монополия в рыночной экономике

Монополия в широком смысле означает экономическую ситуацию (явление), при которой на рынке отсутствует конкуренция за потребителя между производителями (продавцами) товаров или услуг.

Чистая монополия - это такая рыночная ситуация, при которой в отрасли действует только один продавец какого-либо товара или услуги.

Классификация монополий:

1. По признаку наличия специальных прав, полученных от государства в сфере защиты от конкурентов.

Открытая монополия - ситуация, при которой экспансия одной фирмы превращает ее в единственного поставщика продукта. Монопольной власти фирма достигает, не имея специальных прав.

Закрытая монополия возникает, когда фирма имеет специальные права, полученные от государства. Она защищена юридическими ограничениями и запретами, выдвинутыми государством по отношению к конкурентам.

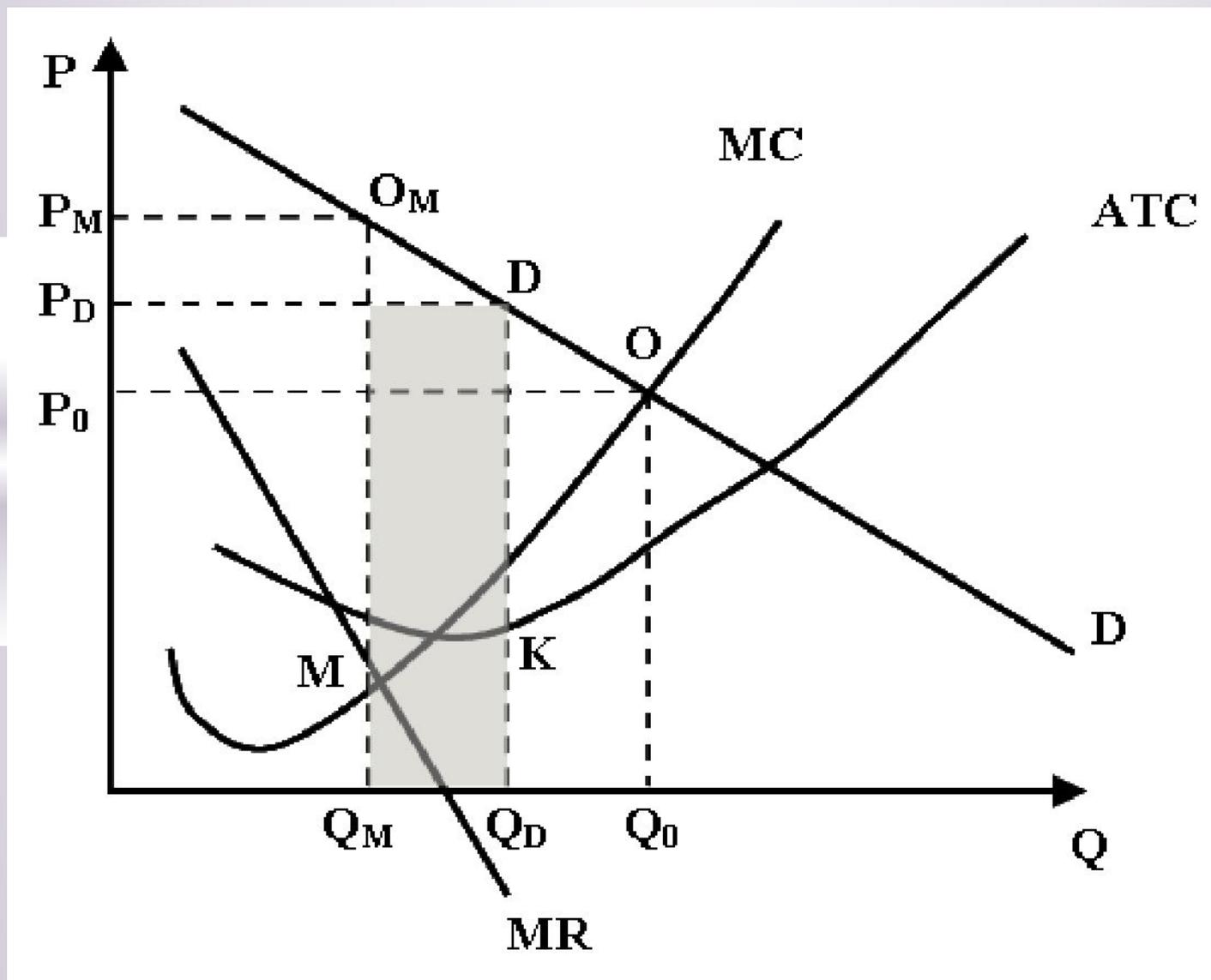
Классификация монополий:

2. По признаку образования и функционирования:

Естественная монополия - экономическое явление, при котором спрос на благо в определенной отрасли в лучшей степени удовлетворяется одной или несколькими фирмами.

Искусственная (предпринимательская) монополия - ситуация преобладания на рынке нескольких фирм, сотрудничающих как единое целое, как правило на основе тайного сговора.

Выбор оптимального размера производства фирмой-монополистом



Позитивные стороны монополии как экономического явления

- 1.** Крупное производство позволяет лучше использовать эффект масштаба.
- 2.** Монополии принадлежит ведущая роль в совершенствовании технологии. Получаемая сверхприбыль позволяет финансировать дорогостоящие НИОКР.

Позитивные стороны монополии как экономического явления

- 3.** Монополия может расчленять рынок на разные сектора, предлагая разным группам покупателей дифференцированные цены.
- 4.** Монополии в современной экономике несут в себе факторы конкуренции.
- 5.** Наличие монопольных структур - показатель состояния зрелости национальной экономики.

Негативные проявления экономического поведения предприятия-монополиста

- 1.** Уменьшение натурального объема производства.
- 2.** Дискриминационные цены.
- 3.** Присвоение высоких прибылей за счет искусственного повышения цен.
- 4.** Появление X-неэффективности (X. Лайбенстайн).
- 5.** Отсутствие целенаправленной работы по минимизации средних издержек производства.
- 6.** Сдерживание внедрения изобретений

Основные барьеры в монополистической отрасли

- 1.**Преимущества крупного производства (вплоть до естественной монополии);
- 2.**легальные барьеры (монопольное владение источниками сырья, землей, правами на научно-технические достижения, санкционированные государством исключительные права);
- 3.**нечестная конкуренция (демпинг, диктат условий в договорах, некорректная реклама).

Принципиальные возможности демонополизации рынков

- 1.** Прямое разделение монопольных структур.
- 2.** Иностранная конкуренция.
- 3.** Создание новых предприятий.

8.5 Олигополия

Олигополия - модель рыночной структуры, в рамках которой несколько крупных фирм контролируют производство и сбыт основной массы продукции определенной отрасли хозяйства.

Степень концентрации производства

1. Коэффициент концентрации - процентное отношение продаж четырех или восьми крупнейших фирм к общему отраслевому объему продаж.
2. Индекс Герфиндаля. Определяется как сумма квадратов рыночных долей (выраженных в %) каждой фирмы в отрасли:

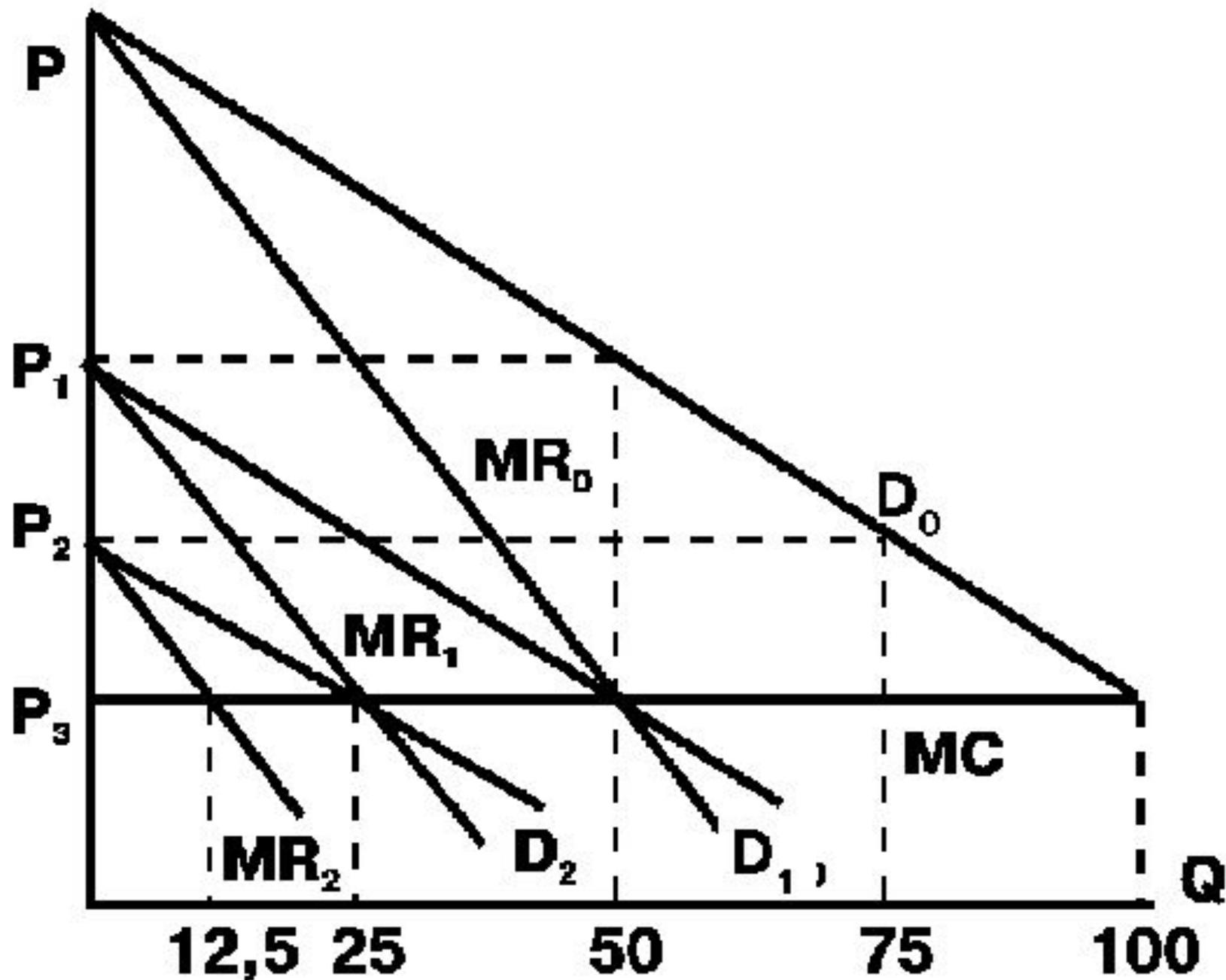
$$I_h = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$$

Закономерности поведения олигополиста на рынке

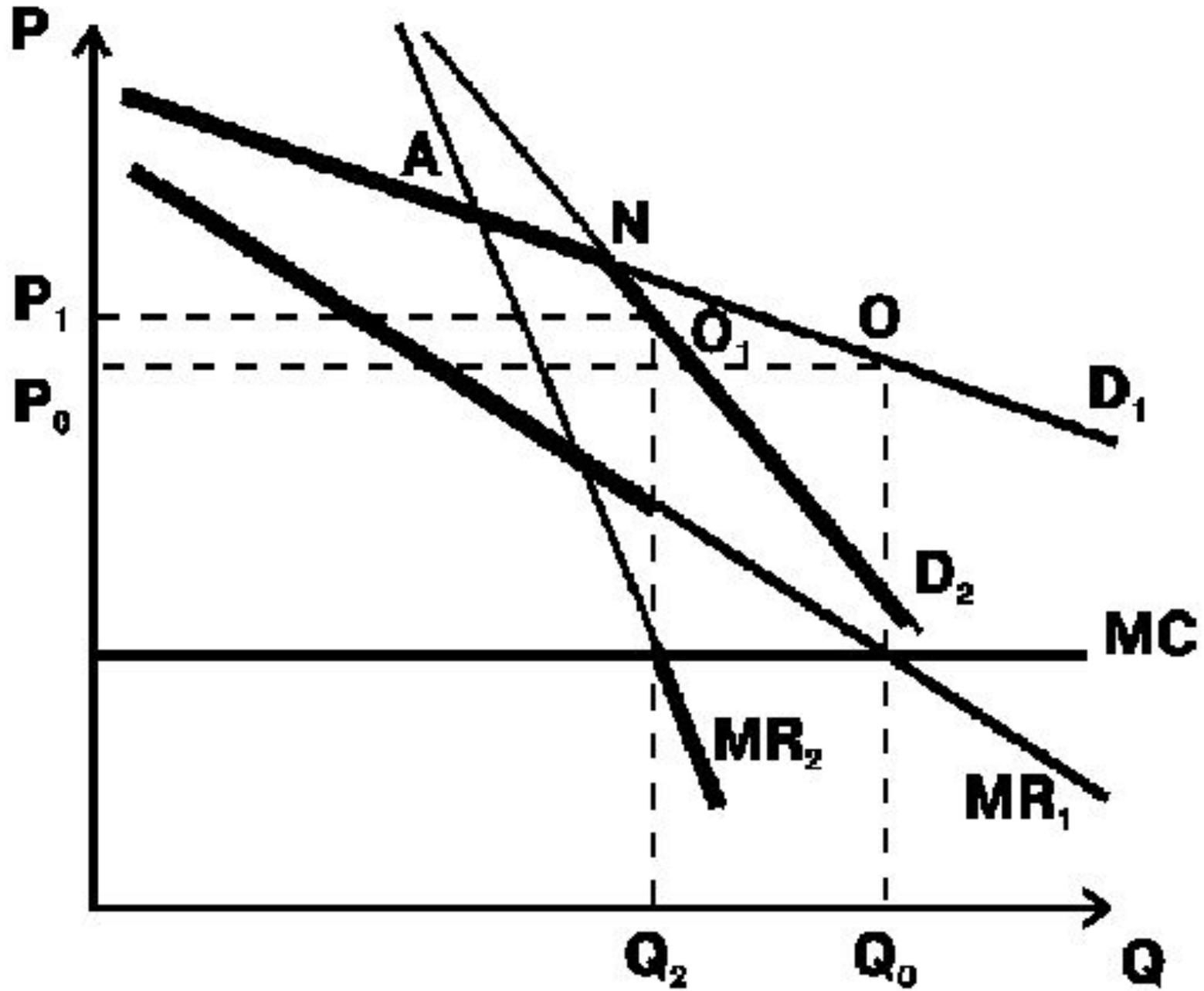
1. Взаимная адаптация олигополистов определенной отрасли друг к другу. Желая максимизировать свою прибыль, олигополист вынужден учитывать поведение других крупных конкурентов в его отрасли.

В итоге экономический результат работы данных фирм во многом определяется характером их взаимоотношений.

Равновесие Курно



Модель ломаной кривой спроса



2. Модели, поведения олигополистических фирм на рынке.

Нескоординированная олигополия (фирмы не вступают в контакты и не пытаются найти точку устраивающего всех равновесия).

Создание картеля (тайный сговор фирм по установлению цены и объем производства, которые избрала бы монополия)

Образование картелеподобной структуры рынка (фирмы сознательно делают свое поведение понятным и предсказуемым для конкурентов; «молчаливая договоренность»).

3. Возможность влияния на цену.

4. Характер реакции олигополиста на изменение поведения другого конкурента.

Позитивные проявления олигополии

- 1.** Крупный научно-технический потенциал олигополистических корпораций позволяет добиваться высоких успехов в НТП.
- 2.** Сдержанная политика в области динамики цен выступает определенным фактором, тормозящим инфляцию и резкие колебания цен.
- 3.** Олигополии не сдерживают масштабы производства, как это свойственно монополиям.

Издержки олигополии

- 1.** Высокие технологические и экономические барьеры входа в олигополистические отрасли тормозят в них развитие конкуренции.
- 2.** Политика, направленная на выжидательную позицию по отношению к своим конкурентам, порой замедляет внедрение новой технологии.
- 3.** Малоподвижные цены нарушают саморегулирующие свойства рынка.
- 4.** Снижение цен конкурентами может приводить к ценовым войнам.

8.6 Монополистическая конкуренция

Монополистическая конкуренция -
модель рыночной структуры,
объединяющая в себе ряд свойств
совершенной конкуренции и
монополии.

Поведение монополистического конкурента на рынке

1. Сегментация рынка.

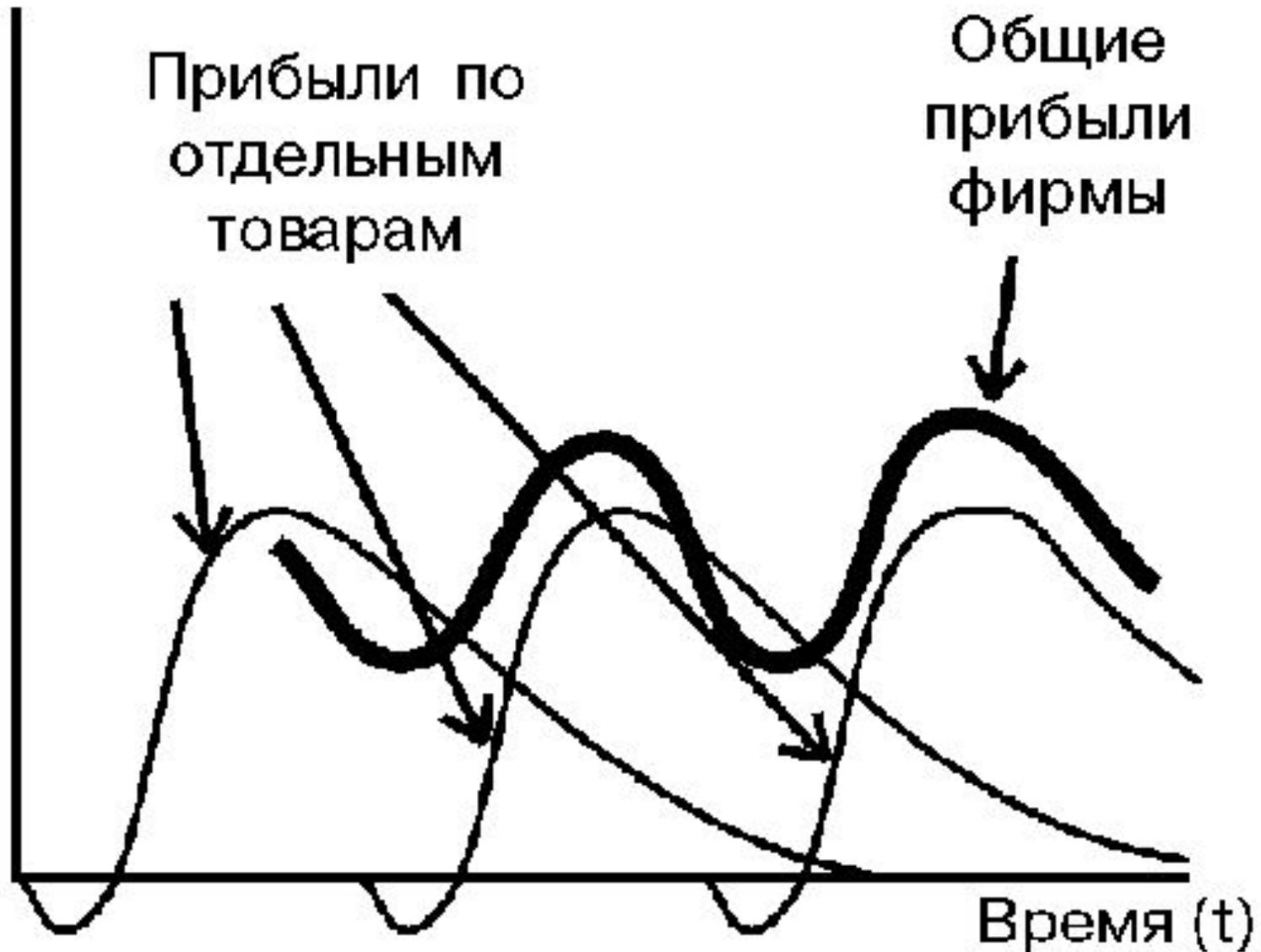
2. Использование неценовых методов конкуренции. Это побуждает использовать другие методы:

- Реальное изменение качественных характеристик товара.
- Сохранение традиционного содержания блага, но придание ему новых внешних форм.
- Активное использование рекламы с целью убедить потребителя в новых свойствах

Поведение монополистического конкурента на рынке

3. В динамике прибыли от производства и реализации отдельного продукта прослеживается спад и подъем.
4. В краткосрочном равновесии фирма обеспечивает себе максимизацию прибыли.
5. В долгосрочном периоде равновесия цена спроса выше предельных издержек фирмы.
6. Рынки монополистической конкуренции обеспечивают многообразие товаров.

Динамика прибыли по отдельным продуктам и фирме в целом



Позитивные проявления монополистической конкуренции

- 1.** Высокая степень соперничества между монополистическими конкурентами, обуславливает повышение качественных характеристик производимой продукции, обеспечивает ее разнообразие и введение послепродажного обслуживания.
- 2.** Подвижность цен способствует саморегулирующей функции рынка.
- 3.** Отсутствие власти фирм над ценообразованием снимает проблему завышения цен.

Издержки монополистической конкуренции

- 1.** Возможен сговор между фирмами по ценам на товары.
- 2.** Структура рынка монополистической конкуренции заставляет потребителя платить за товар «лишние» деньги.
- 3.** При монополистической конкуренции устанавливается несколько меньший, чем наиболее эффективный объем выпуска и реализации продукции.

8.7 Антимонопольное законодательство и регулирование экономики

Антимонопольная политика - комплекс мер, направленных на демонополизацию экономики, контроль и наблюдение за процессами концентрации на рынках, пресечение монополистических действий и недобросовестной конкуренции.

Принципиальные возможности демополизации рынков

- 1.** Прямое разделение монопольных структур.
- 2.** Иностранная конкуренция.
- 3.** Создание новых предприятий.

Основные направления антимонопольной политики

- 1. Регулирование цен.**
- 2. Установление предельных норм рентабельности для производителей, контролирующих более 35% рынка.**
- 3. Недопущение формирования новых монополий.**
- 4. Недопущение ограничения конкуренции со стороны местных властей.**

Государственная программа демонополизации экономики и развития конкуренции

- 1.** Совершенствование антимонопольной политики;
- 2.** ввод запрета на достижение вертикальных соглашений и осуществление согласованных действий, в результате которых происходит ограничение конкуренции;
- 3.** государственная поддержка развития среднего и малого бизнеса;

- 4.** развитие экстратерриториального применения антимонопольного законодательства РФ, развитие сотрудничества ФАС России с антимонопольными органами других стран;
- 5.** снижение уровня монополизации и развитие конкуренции на рынке;
- 6.** защита интересов предпринимателей и потребителей от монопольной деятельности;
- 7.** создание структуры горизонтальных связей между предприятиями для обеспечения саморегулирующих механизмов развития экономики;
- 8.** уменьшение зависимости предприятий от государственных управленческих структур.