

# **Тема 7.**

## **Искаление рынка несовершенноной конкуренции**

**1. ОБЩАЯ  
ХАРАКТЕРИСТИКА  
РЫНКА  
НЕСОВЕРШЕННОЙ  
КОНКУРЕНЦИИ.**

**2. ОСОБЕННОСТИ  
ПОВЕДЕНИЯ ФИРМЫ В  
УСЛОВИЯХ  
НЕСОВЕРШЕННОЙ  
КОНКУРЕНЦИИ.**

**3. ПОЛИТИКА**

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

# Признаки несовершенной конкуренции

**1. Продукция уникальна**

**2. Значительная доля рынка у отдельных производителей**

**3. Наличие барьеров**

**4. Несовременная информация**

## Наличие барьеров

- **Административные барьеры, в качестве которых выступают лицензии, патенты.**
- **Право собственности на важнейшие сырьевые ресурсы.**
- **Отрасли естественной монополии, конкуренция в которых либо затруднена, либо просто невозможна.**
- **Эффект масштаба производства.**

## Формы монополистических объединений:

**Картель** — соглашение предпринимателей о размерах производства, рынках сбыта, ценах. Сохраняется финансовая и производственная самостоятельность.

**Синдикат** - соглашение картельного типа, предусматривающее, что его участники сбывают свои товары через единую торговую контору.

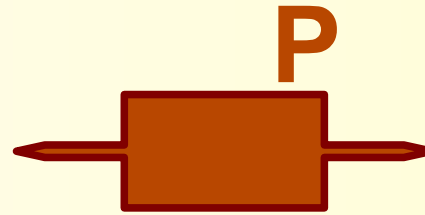
**Трест:** участники теряют производственную, коммерческую, а порой даже юридическую самостоятельность.

<b>Модель рынка</b>	<b>Количество фирм</b>	<b>Характер продукции</b>	<b>Входные барьеры</b>	<b>Контроль над ценой</b>
<b>Чистая монополия</b>	<b>Одна фирма</b>	<b>Уникальная</b>	<b>Высокие</b>	<b>Полный</b>
<b>Дуополия</b>	<b>Две фирмы</b>	<b>Однородная</b>	<b>Высокие</b>	<b>Частичный</b>
<b>Олигополия</b>	<b>Малое</b>	<b>Однородная</b>	<b>Высокие</b>	<b>Частичный</b>
<b>Монополистическая конкуренция</b>	<b>Множество фирм</b>	<b>Разнородная</b>	<b>Низкие</b>	<b>Слабый</b>

**ДЛЯ ИЗМЕРЕНИЯ  
ПОПЕРЕЛЬНОЙ ВЯЗОСТИ  
ОТДЕЛЬНОЙ ФИРМЫ  
ПОПОЛЪУСТОЯ ПИДСКО  
МЕРСЕРА (1934 Г.) - ПО ПИСИИ  
АНГЛИКОГО УКОНОКОНОТО  
ДББИ МЕРСЕРА:**

$$L = P - MC$$

**ПРИ  
СОВЕРШЕННОЙ  
КОНКУРЕНЦИИ,  
КОГДА**



**ЧИСЛО  
БОЛЬШЕ  
ОТЧИСЛА  
ПОПЕРЕЛЬНОЙ  
ВЯЗОСТИ,  
ТОГДА**



**ПРИМЕР: средние  
универсальные и  
круглоосуточные  
малышки,  
работаломыне в одной  
районе.**

**В универсальных  
торговая наценка  
обычно составляет  
15-20%,  
а в круглоосуточных  
малышках  
10-15%.**

**Для измерения  
степени контроля рынка ведущими  
фирмами используется индекс  
Герфиндаля-Хиршмана**

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

**Где  $S_1, S_2, \dots, S_n$  — выраженные в процентах доли продаж фирм в отрасли, определяемые как отношение объёма продаж фирмы к объёму всех продаж отрасли**

По значению индекса Герфиндаля — Хиршмана выделяются три типа рынка:

- **I тип:  $2000 < HHI < 10000$  – высококонцентрированные рынки;**
- **II тип:  $1000 < HHI < 2000$  — умеренноконцентрированные рынки;**
- **III тип:  $HHI < 1000$  низкоконцентрированные рынки**

Пример: если в отрасли две  
фирмы-дуополии и рыночные  
доли их равны (50% у каждой),

2 2

то  $HHI = 50 + 50 = 5000$

---

**Рынок считается безопасным  
с точки зрения**

**монополизации, когда**

**$HHI < 1000$**

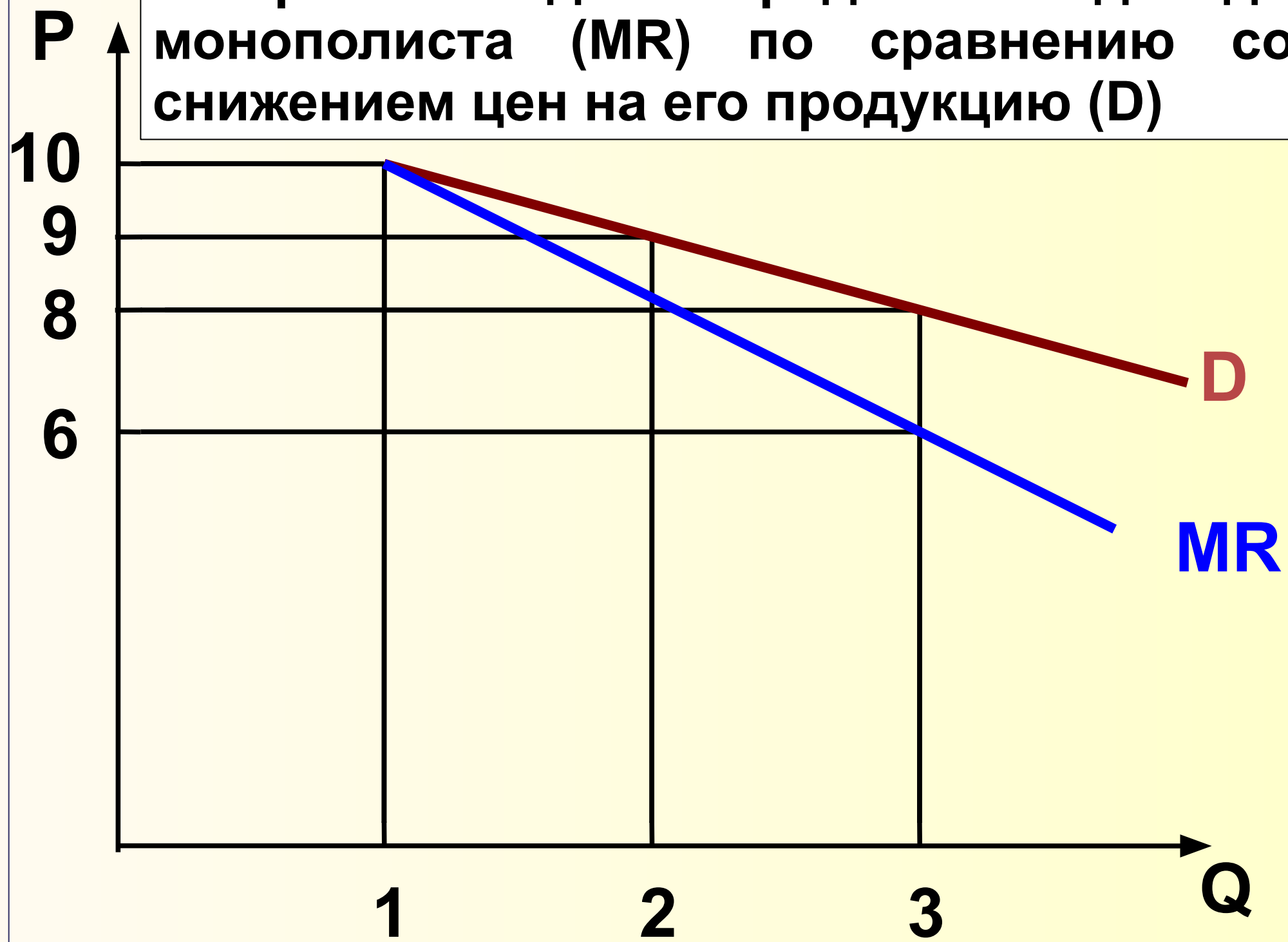
## **2. Особенности поведения фирмы в условиях несовершенной конкуренции**

**В ДЕСЯТСЯТЬНОСТИ  
ФЕРМЫ —  
НЕСОВЕРШЕННОГО  
КОНКУРСА  
ПРИМЕНЕНИЕ  
КАЖДОЙ ФЕРМЫ  
ДОХОДА КОМПОНЕНТА  
ПО СРАВНЕНИЮ СО  
СЛУЖИТЕЛЬСКИМ  
НА ЕГО ПРОДУКЦИЮ**

# Динамика предельного дохода фирмы в условиях несовершенной конкуренции

Выпуск продук ции (Q)	Цена (P)	Валовой доход (TR)	Предель ный доход (MR = TR <sub>n</sub> - TR <sub>n-1</sub> )
1	1	1	10=10
	0	0	-0
2	9	18	8=18- 10
3	8	24	6=24-18

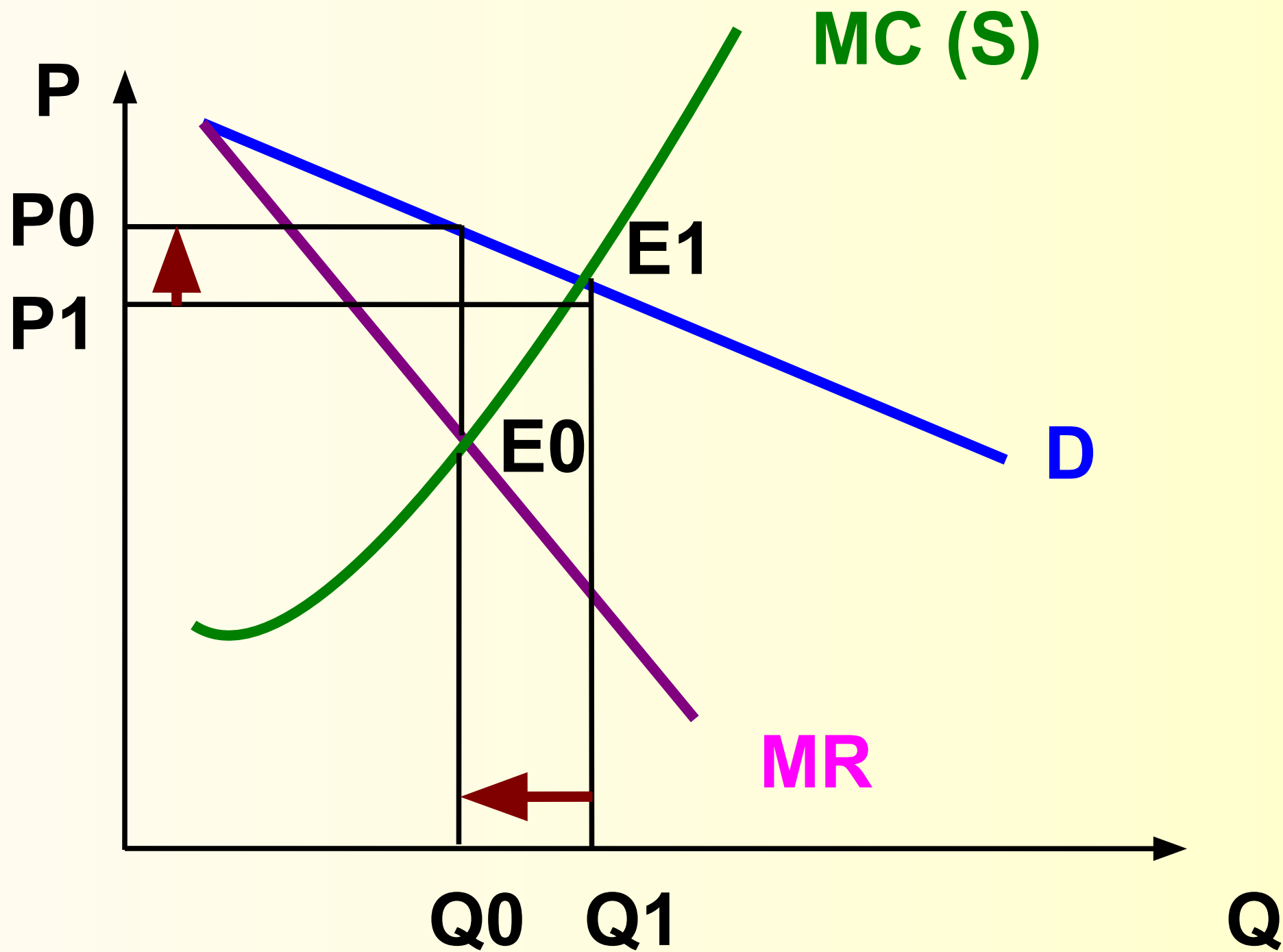
Ускоренное падение предельного дохода монополиста (MR) по сравнению со снижением цен на его продукцию (D)





**В отличие от совершенно конкурентной фирмы фирма- монополист является ценоискателем:**

**она решает не только проблему выбора оптимального количества производимой продукции, но и определяет цену на эту продукцию.**



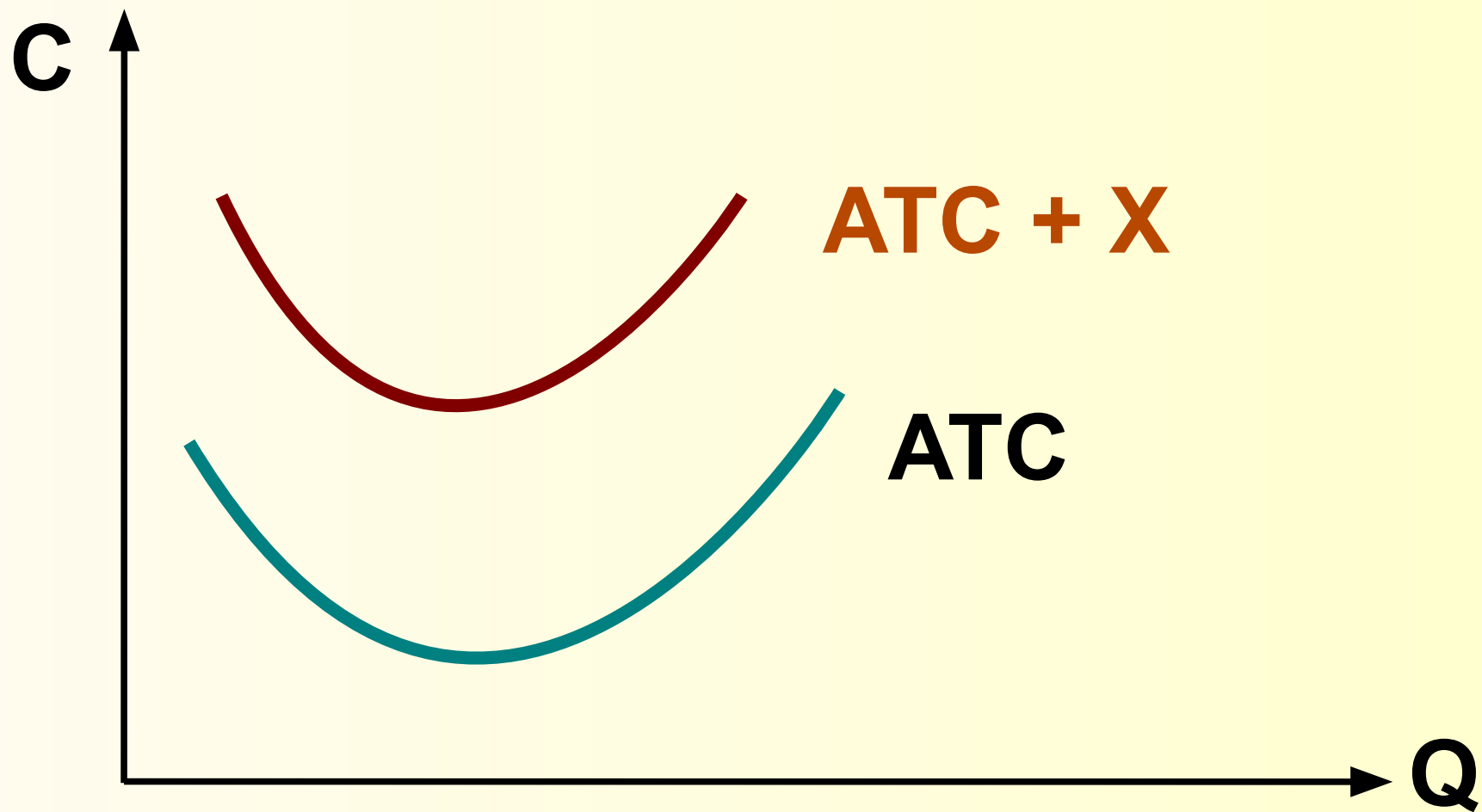
# Типичными последствиями несовершенно конкурентного рынка являются:

- недопроизводство товаров:  
 $Q_0 < Q_1$ ;
- завышение цен:  
 $p_0 > p_1$ ;  
как результат двух названных  
выше особенностей –
- получение монополистической  
прибыли

**Распространение монополий  
снижает экономическую  
эффективность.**

**Возникает явление  
Х-неэффективности.**

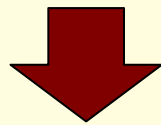
**Х-неэффективность** означает  
бесхозяйственное ведение дела,  
ведущее к увеличению издержек  
выше объективно  
обусловленного уровня.



**X-неэффективность как характеристика деятельности монополии была предложена американским экономистом Х. Либенстайном**

# **3. Ценовая дискриминация**

**Монополист стремится присвоить себе излишек потребителя и тем самым максимизировать свою прибыль**



**Ценовая дискриминация -**  
продажа одного и того же товара разным потребителям или группам потребителей по разным ценам, причём различия в ценах не обусловлены различиями в издержках производства

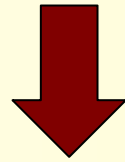
**В зависимости от того, в какой степени удаётся монополисту присвоить излишек потребителя и максимизировать свою прибыль**

**ценовая дискриминация  
подразделяется на три вида**



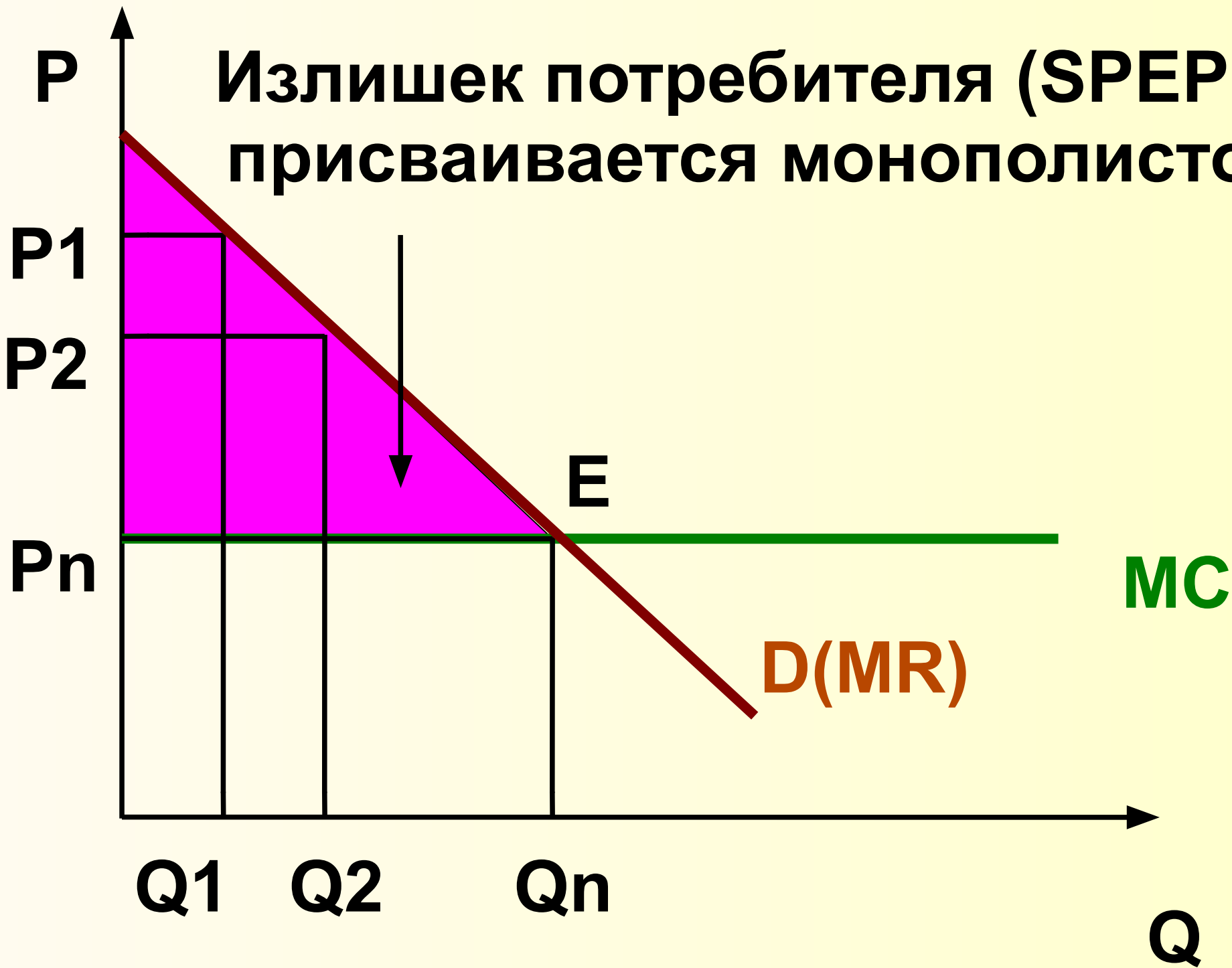


**При ценовой дискриминации первой степени монополист продаёт каждую единицу товара каждому покупателю по его максимальной цене, которую потребитель согласен заплатить за каждую единицу товара.**



**Весь излишек потребителя присваивается монополистом, и кривая предельного дохода MR совпадает с кривой спроса D**

**Излишек потребителя (SPEPn)  
присваивается монополистом**



**При ценовой дискриминации второй степени монополист устанавливает различные цены в зависимости от количества покупаемой продукции: при покупке большего количества товаров потребителю устанавливают более низкую цену за каждый дополнительно купленный экземпляр товара**

**При ценовой дискриминации третьей степени монополист продаёт товары разным группам покупателей по разной цене.**

**Происходит сегментация рынка, т. е. разделение покупателей на группы в зависимости от их покупательной способности.**

**Монополист создаёт «дорогой» и «дешёвый» рынки**