

ТЕМА 9.

НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИИ

Вопреки тому что твердят экономисты, альтернативой монополии на крупном рынке является не свободная конкуренция, а олигополия – конкуренция между довольно небольшим количеством производителей или поставщиков.

Питер Друкер,
американский экономист

9.1 Модели несовершенной конкуренции

□ Олигополия

рыночная структура, при которой большая часть производства и продаж осуществляется небольшим числом сравнительно крупных предприятий

□ Монополистическая конкуренция

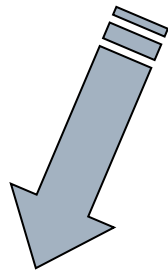
рыночная структура, характеризующаяся наличием большого количества небольших фирм, выпускающих дифференцированную продукцию

9.1 Основные характеристики рынка олигополии

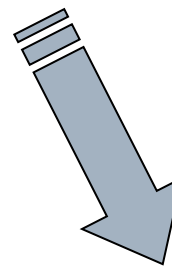
- **Количество фирм** в отрасли небольшое и, как следствие,
- **Особые взаимоотношения** фирм на рынке.
- **Продукция** однородная или дифференцированная
- Высокая **рыночная власть**
- **Вход на рынок** для новых фирм труден, но возможен

9.2 Барьеры на рынке олигополии

По характеру барьеров различают
два типа рынков



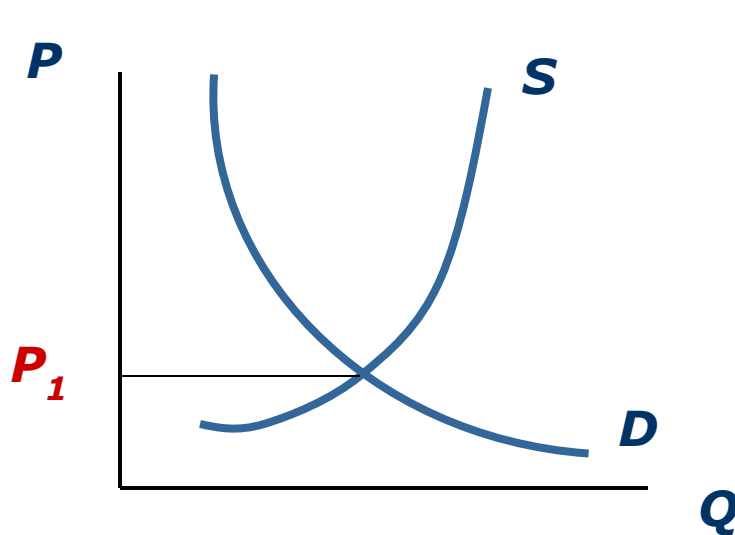
**Сложившиеся
, медленно
растущие
рынки**



**Молодые,
динамично
развивающиеся
рынки**

9.2 Барьеры на рынке олигополии

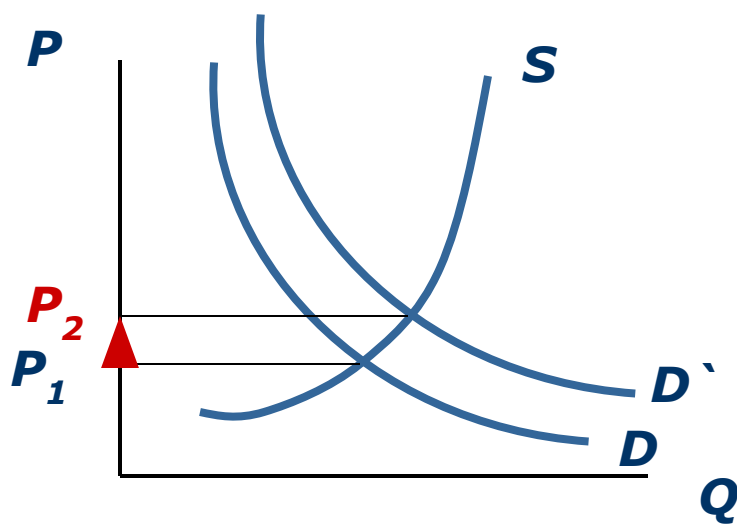
1. Медленно растущие рынки



P_1 –
первоначальная
равновесная цена

9.2 Барьеры на рынке олигополии

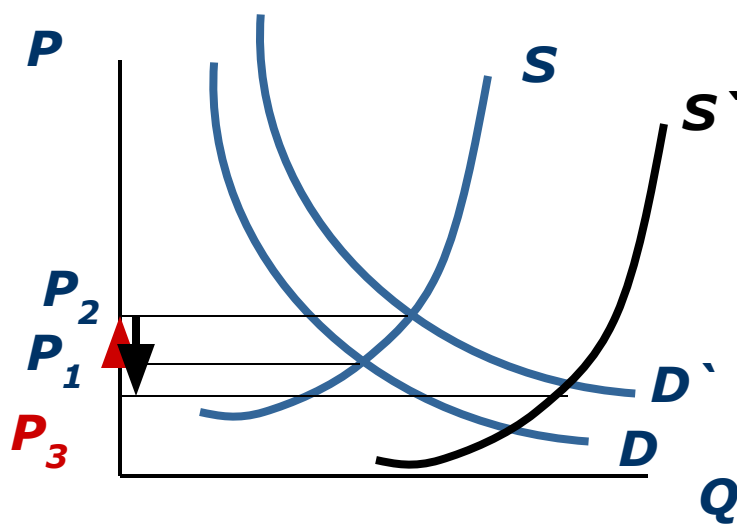
1. Медленно растущие рынки



P_2 – новая
равновесная
цена
(ожидаемый рост
спроса)

9.2 Барьеры на рынке олигополии

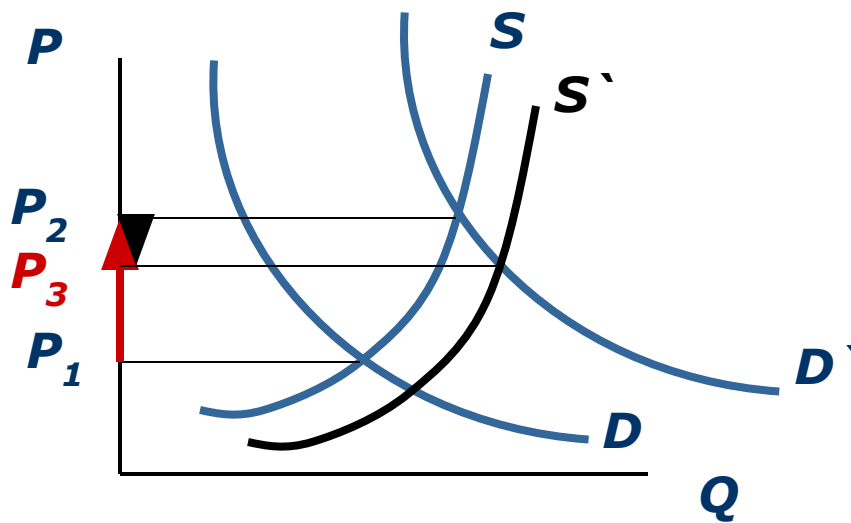
1. Медленно растущие рынки



P_3 – ожидаемая цена (вход на рынок новых фирм)

9.2 Барьеры на рынке олигополии

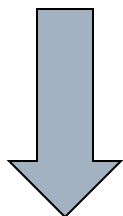
2. Динамично развивающиеся рынки



9.3 Два основных типа поведения фирм

□ **НЕКООПЕРАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

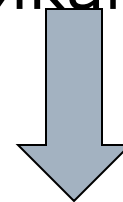
Фирма самостоятельно определяет цены и объемы выпуска



- **Модель дуополии Курно,**
- **модель ломаной кривой спроса и др.**

□ **КООПЕРАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

Фирмы согласуют свое поведение с другими участниками рынка



- **Модель картеля,**
- **модель ценового лидерства и др.**

9.4 Модель дуополии Курно (1838)

Исходные условия:

- Рынок дуополии
- Товар однородный
- Рыночный спрос известен, $P=a-bQ$, где $Q=Q_1+Q_2$
- Решения принимаются одновременно, самостоятельно и независимо друг от друга
- Выпуск конкурента предполагается постоянным
- Объем выпуска меняется от оценки предполагаемого выпуска конкурента.

9.4 Модель дуополии Курно (1838)

Основная задача модели

- Определить при каком объеме выпуска обе фирмы достигают равновесия, если сговор исключен.

Рассмотрим задачу 11 (стр.116)

Задача 11 (стр.116)

На локальном рынке действуют две компании. Рыночный спрос известен и имеет вид

$$**Pd=100 - (Q_1+Q_2).**$$

Предельные издержки обеих фирм одинаковы и равны

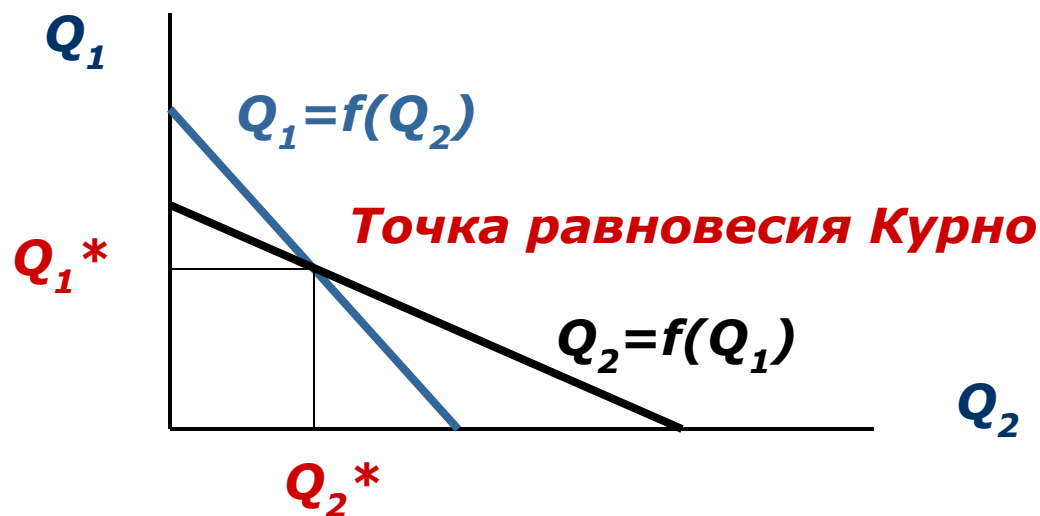
$$**MC_1=MC_2=10 \text{ у.е.}**$$

Определите **рыночную цену и отраслевой объем** продаж, если фирмы ведут себя в соответствии с условиями модели **Курно**.

9.4 Модель дуополии Курно (1838)

- **Взаимозависимость выпуска любой из фирм от предполагаемого производства конкурента,**

$$\left[\begin{array}{l} Q_1 = f(Q_2) \\ Q_2 = f(Q_1) \end{array} \right.$$



9.5 Модель ломанной кривой спроса (Поль Свизи, 1939)

Основная задача модели

- объяснить **жесткость цен** в условиях некооперативной олигополии

Исходные условия модели

- Три фирмы имеют примерно равные доли на **слабо дифференцированном** рынке;
- На рынке сложилась **единая цена P^***

Оценим вероятную реакцию на одностороннее изменение ценовой политики одной из фирм

9.5 Модель ломанной кривой спроса (1939)

- Фирма А **понижает** цены ниже уровня P^* ,
- Фирма А **повышает** цены выше уровня P^* ,

- **Какова наиболее вероятная реакция конкурентов?**
- **Оцените последствия данной ценовой политики для фирмы А.**

9.5 Модель ломанной кривой спроса (1939)

□ Фирма А **понижает** цены ниже уровня P^* ,

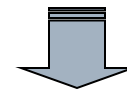
□ **конкуренты** также скорее всего **понижают** свои цен



Фирма А теряет доходы. Спрос **неэластичный**.

□ Фирма А **повышает** цены выше уровня P^* ,

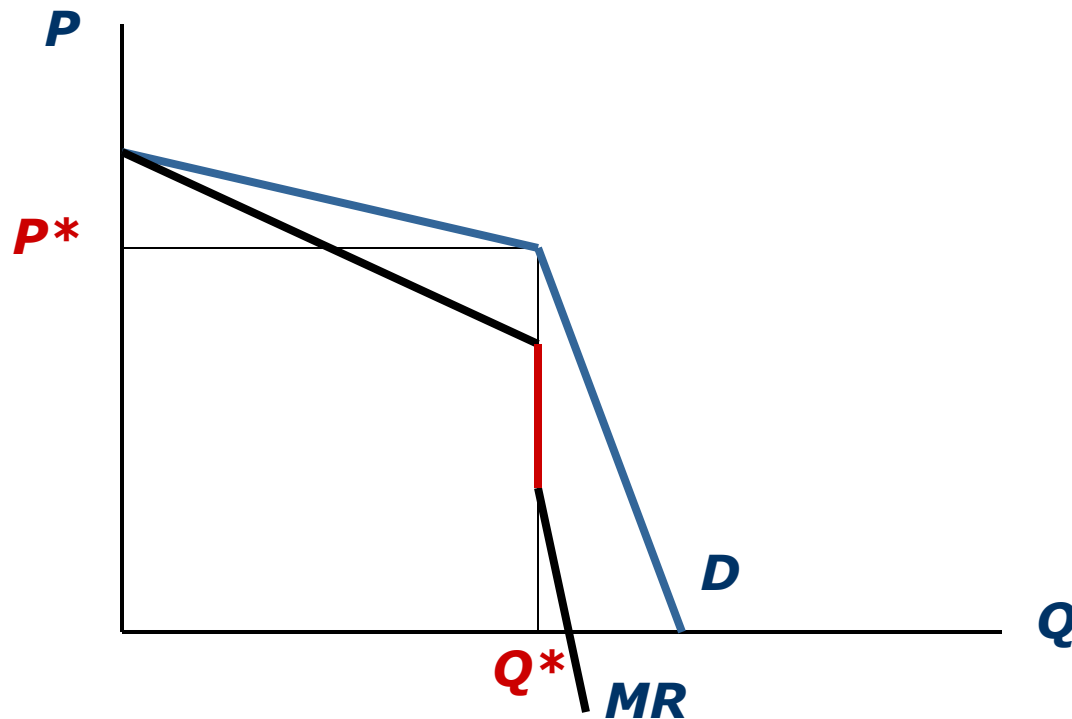
□ **конкуренты** скорее всего **игнорируют** это **повышение**



Фирма А теряет доходы. Спрос **эластичный**.

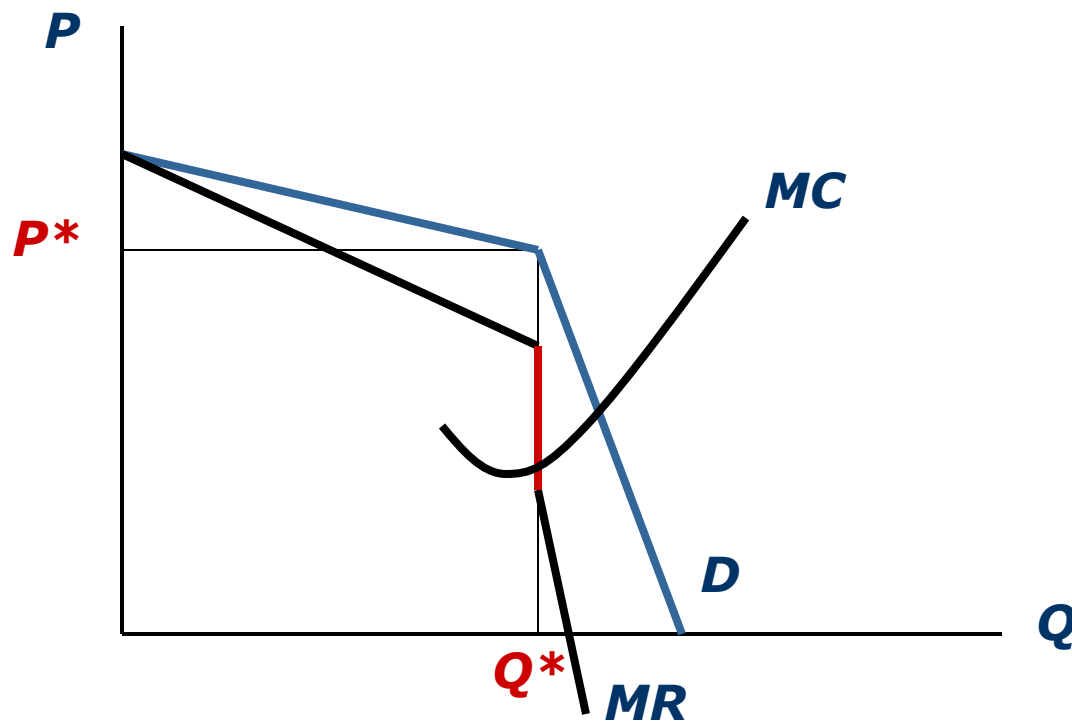
9.5 Модель ломанной кривой спроса (1939)

□ *Графическое изображение*



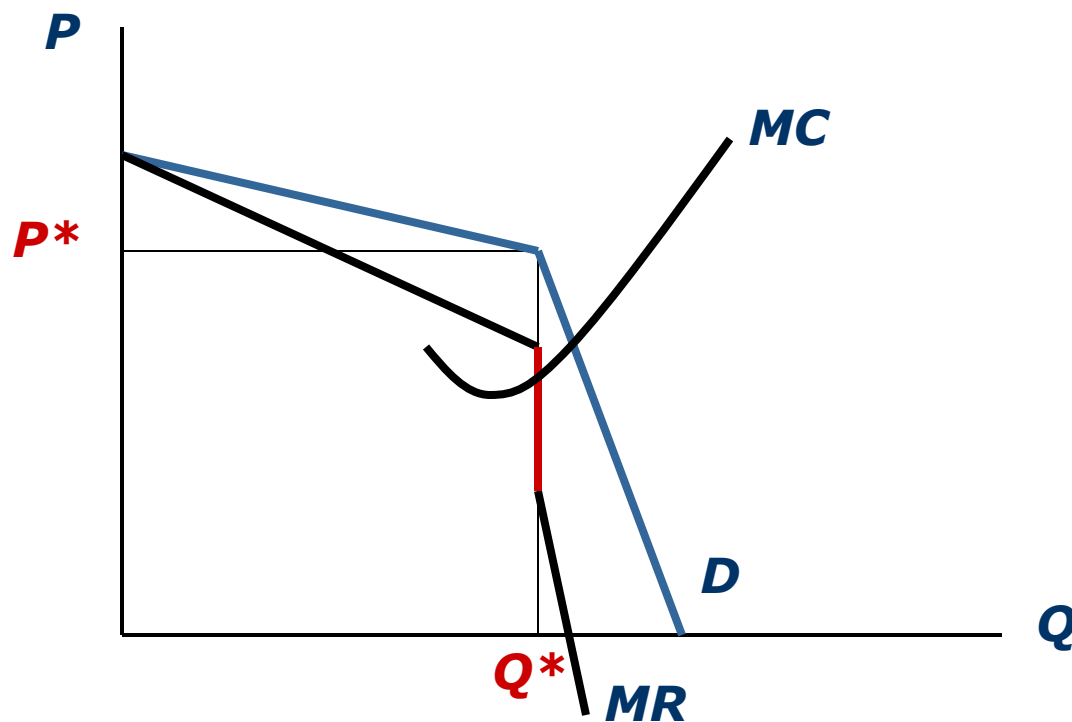
9.5 Модель ломанной кривой спроса (1939)

□ *Графическое изображение*



9.5 Модель ломанной кривой спроса (1939)

□ *Графическое изображение*



9.5 Модель ломанной кривой спроса (1939)

- Существуют ли исключения из данной модели?**

См. задание 10 (стр.116)

Задание 10 (стр. 116)

Считается, что **допущение о возможной реакции конкурентов в модели не является правильным**, если

1. понижение цены одним из конкурентов расценивается **не как попытка ценовой конкуренции...** В этих условиях **реакции конкурентов будет зависеть от их видения ситуации.**
 2. в условиях **инфляции**
 3. при серьезных изменениях **в отраслевых издержках** и/или **рыночном спросе**
-

9.6 Модель картеля

Рыночная ситуация, при которой фирмы, сохраняя юридическую самостоятельность заключают соглашение относительно

- ***принципа установления цен***
- ***раздела рынков сбыта***
- ***квот производства и сбыта участников***
- ***обмена патентами и другой информацией, имеющей коммерческий интерес и т.д,***

с целью **максимизации совокупной прибыли** участников картеля

9.6 Модель картеля

Классификация видов картеля

- Национальные и международные
- Правомерные (желательные) и неправомерные

В России картели могут быть признаны ***правомерными***, если ***"хозяйствующие субъекты докажут, что положительный эффект от их действий, в том числе в социально-экономической сфере, превысит негативные последствия для рассматриваемого товарного рынка"***.

9.6 Модель картеля

Факторы эффективности

- **Эффективность антимонопольного законодательства**
- **Количество продавцов и производителей продукции**
- **Однородность выпускаемой продукции и сопоставимость издержек**
- **Стабильность и предсказуемость, низкая ценовая эластичность спроса**
- **Взаимоотношения между участниками картеля**

9.7 Модели ценового лидерства

- Модель доминирующей фирмы***
- Модель барометрической фирмы***

9.7 Лидерство доминирующей фирмы

Необходимые условия возникновения лидерства

- Контроль над значительной частью рынка
- Наименьшие издержки в отрасли
- Высокая дифференциация продукции

Условия сохранения доминирующего положения

- Установка на долгосрочную максимизацию прибыли
 - Активное использование неценовых форм конкуренции
 - Ориентация на диверсифицированное производство.
-

9.8 Конкуренция или сговор. «Дилемма заключенных»

- Матрица 1 «**Дилемма заключенных**»
(года предполагаемого заключения)

		Заключенный В	
		Признание	Непризнание
Заключенный А	Призн	-5, -5	-1, -10
	Непризн	-10, -1	-2, -2

9.8 Конкуренция или сговор. «Дилемма заключенных»

- Матрица 2. **Дилемма ценообразования**
(объем предполагаемой прибыли)

		Фирма В	
		Цена 4 у.е.	Цена 6 у.е.
Фирма А	4 у.е.	12 , 12	20 , 4
	6 у.	4 , 20	16 , 16

9.9 Монополистическая конкуренция и ее характеристики

- **Высокая степень дифференциации продукции в отрасли**
- **Значительное количество фирм**
- **Низкая рыночная власть**
- **Относительно небольшие барьеры вхождения:**
 - **малый эффект масштаба производства,**
 - **небольшие первоначальные инвестиции,**
 - **небольшие размеры уже действующих предприятий.**

9.9 Условия равновесия при монополистической конкуренции

□ **Краткосрочный период**

**Высокая
монопольная
власть в
отдельной
рыночной нише**

$$MC=MR$$

□ **Долгосрочный период**

**Сильная
конкуренция
среди участников
рынка**

$$P=LATC$$

$$П \triangleright 0$$

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ 9

Интегральный анализ структуры рынка

Указать

- примерное количество участников,
- коэффициент их концентрации,
- тип продукта,
- существующие на рынке барьеры и
- коэффициент рыночной власти вашей компании

Сделать вывод о типе рыночной структуры

- Совершенная или несовершенная конкуренция
- Характер взаимоотношений фирм на рынке
- Существование ценового лидера
- Применение на рынке стратегий ценовой дискриминации

Отметить возможности и угрозы данной конкурентной среды для деятельности вашей компании.