

Совершенная и несовершенная конкуренция

Основные вопросы:

- 1. Конкуренция, ее виды и методы. Типы рыночных структур.**
- 2. Максимизация прибыли на рынках совершенной конкуренции.**
- 3. Механизм монополистической конкуренции.**
- 4. Олигополия.**
- 5. Роль конкуренции в современной экономике.**

Конкуренция (от лат. «concurrere» - сталкиваться) - экономическое соперничество между участниками рыночного хозяйства за наиболее полную реализацию своих экономических интересов

В Федеральном законе № 135-ФЗ от 26 июля 2006 г. «О защите конкуренции»

конкуренция определяется как соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке (ст. 4, п. 7)

Виды конкуренции



Виды конкуренции

по субъектам конкурентных отношений

конкуренция между покупателями

конкуренция между продавцами

конкуренция между продавцами и покупателями

по соответствию правовым нормам

добросовестная (честная) конкуренция

недобросовестная (нечестная) конкуренция

конкуренция на легальном рынке

конкуренция на «черном», или «теневом» рынке

Виды конкуренции

Недобросовестная конкуренция -

- распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации
- введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей
- некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами
- продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг
- незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну (ст. 14 ФЗ «О защите

Виды конкуренции

по методам конкуренции

ценовая

неценовая

по проявлению

реально существующая

потенциальная

по влиянию государства

свободная

в условиях регулируемого рынка

по возможности влияния на рынок

совершенная

несовершенная⁶

Типы рыночных структур

- 1) Совершенная конкуренция
- 2) Монополистическая конкуренция
- 3) Олигополистическая конкуренция
- 4) Чистая монополия

Признаки «свободного рынка»

1. Свобода предпринимательской деятельности, основанная на естественном многообразии форм собственности и экономическом обособлении товаропроизводителей
2. Свободное перемещение (абсолютная мобильность) всех видов ресурсов национальной экономики, прежде всего, трудовых, материальных, финансовых
3. Полная информированность каждого участника экономической системы о сложившейся и складывающейся экономической ситуации на всех рынках
4. Отсутствие различий между одноименными товарами (отсутствие дифференциации товаров)
5. Ни один из участников свободной конкуренции не в состоянии оказывать решающее влияние на решения, принимаемые другими участниками, прежде всего, в вопросах ценообразования на производимую продукцию

Совершенная конкуренция – рыночная структура, удовлетворяющая условиям:

**множество продавцов и покупателей,
невозможность оказания решающего воздействия на установление рыночной цены**

**однородность товара и
одинаковость покупателей**

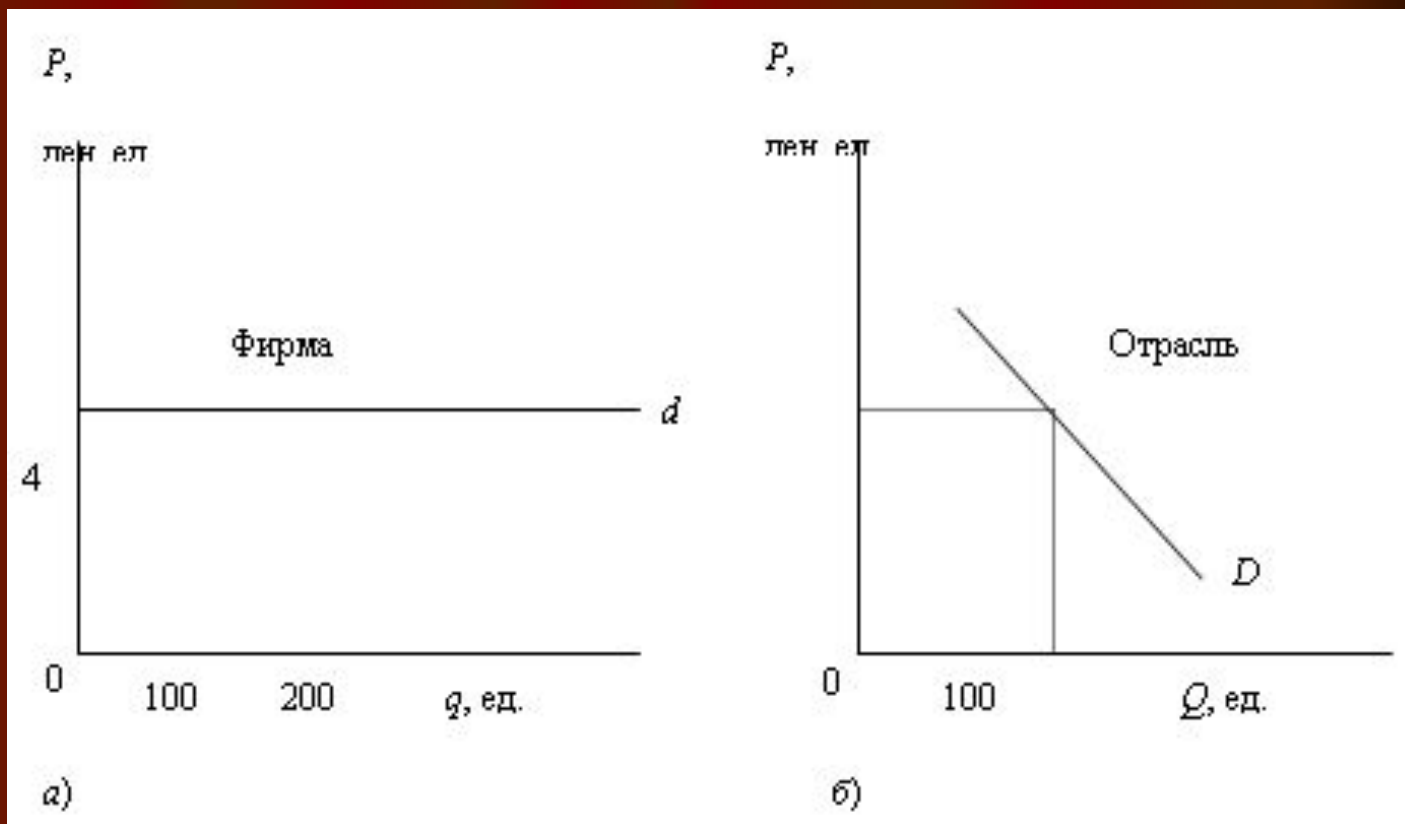
отсутствие входных и выходных барьеров для вступления в отрасль и выхода из нее

полная информированность всех участников рынка

абсолютная мобильность всех видов экономических ресурсов

рациональное поведение всех участников рынка, преследующих собственные интересы

Максимизация прибыли на рынках совершенной конкуренции

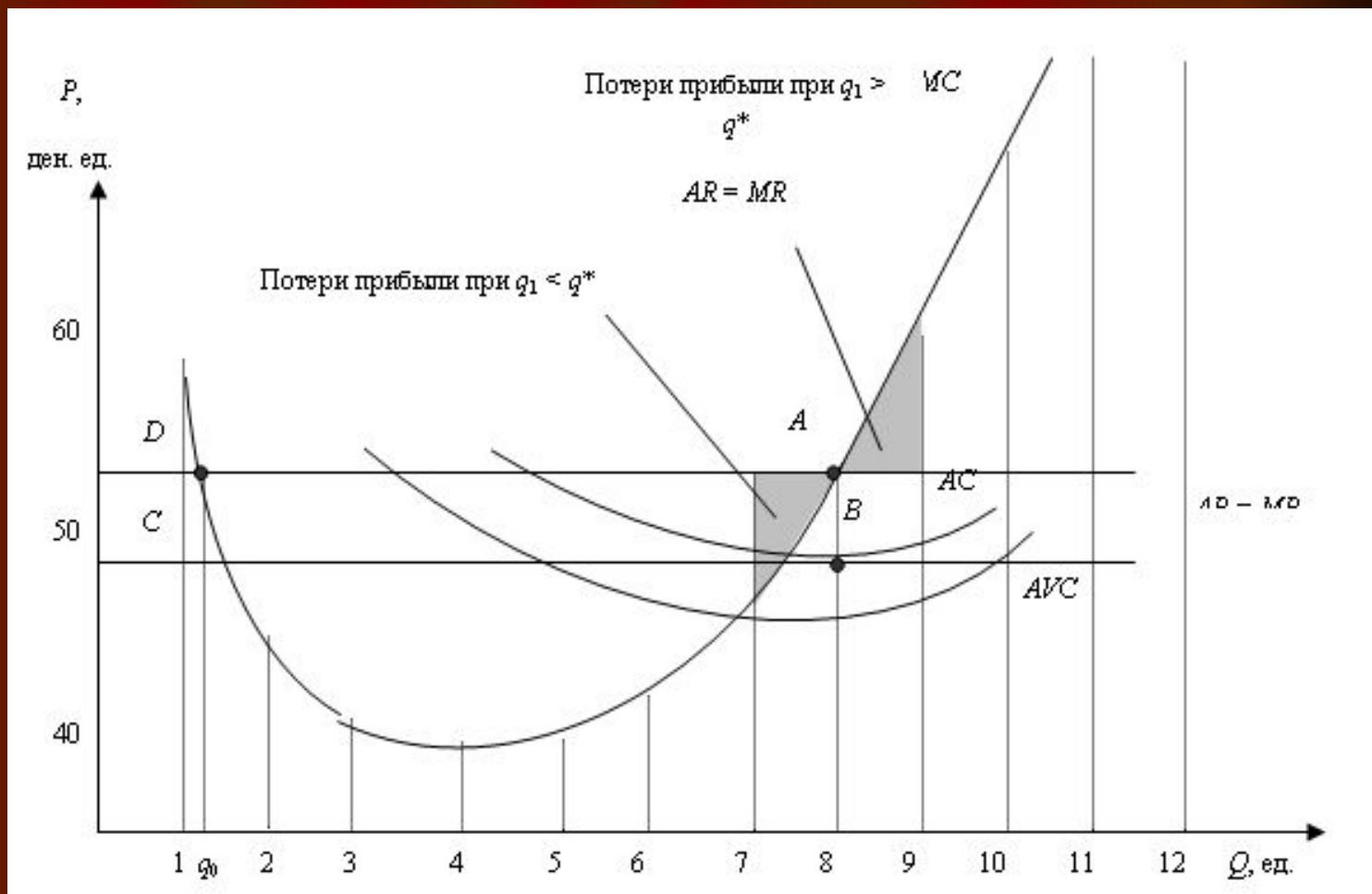


Графическое выражение спроса конкурентной фирмы (а) и отрасли (б)

Правило максимизации прибыли для конкурентной фирмы заключается в выборе такого объема выпуска продукции, чтобы цена равнялась предельным издержкам:

$$P = MC(q)$$

График максимизации прибыли конкурентной фирмой



Прибыль достигает максимума в точке A, связанной с объемом выпуска продукции $q = 8$ и ценой 40 ден. ед., т.к. в данной точке предельный доход (MR) равен предельным издержкам (MC)

Монополистическая конкуренция – это такой тип рыночной структуры, в котором преобладают черты совершенной конкуренции и имеются отдельные элементы, характерные для чистой монополии

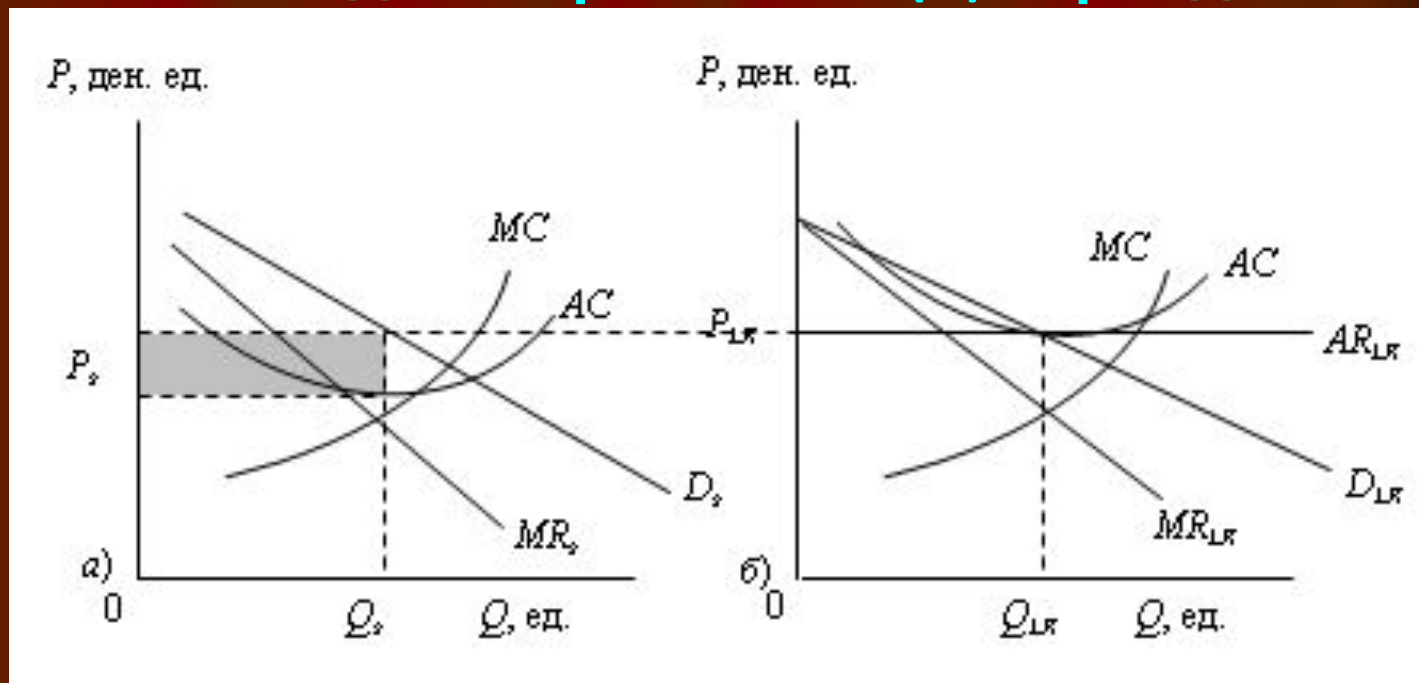
Характерные черты

Присутствие в отрасли довольно значительного количества небольших по объему производства фирм, выпускающих однотипные, но не одни и те же товары

Товаропроизводители имеют определенную возможность выпускать товар, не схожий с производимым конкурентами (дифференциация товара)

Неценовая конкуренция товаропроизводителей
Свобода входа на рынок и выхода из него

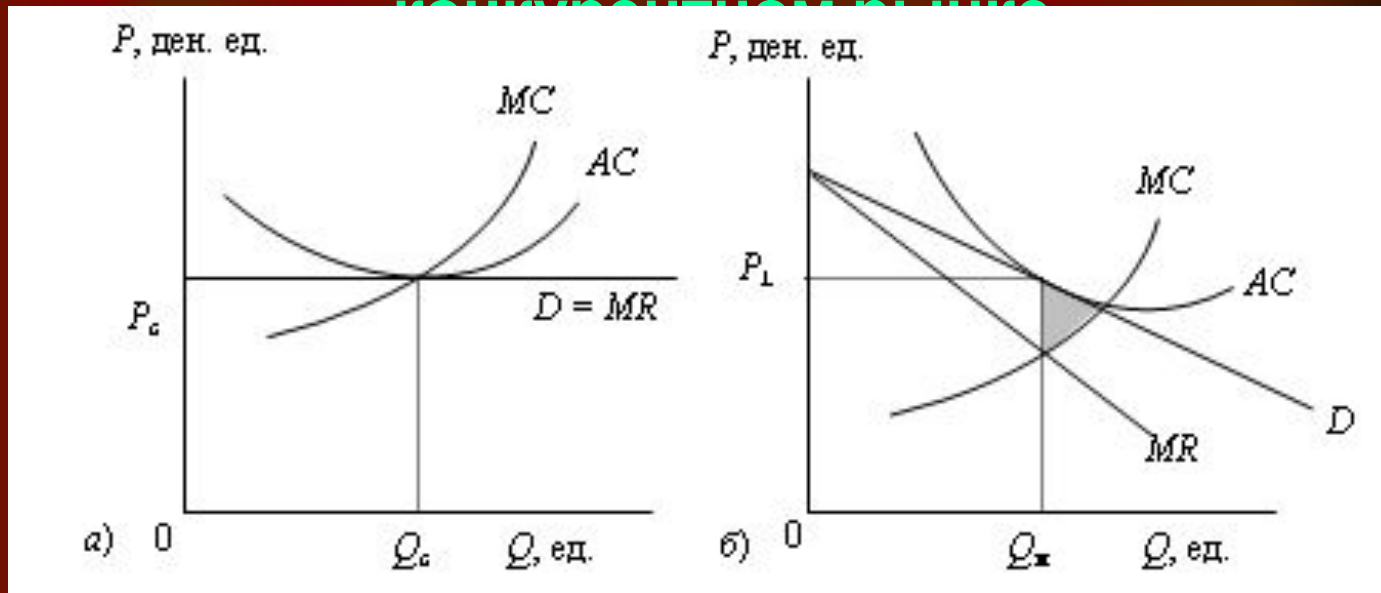
Изменение предложения и спроса монополистически конкурентной фирмы в кратковременном (а) и долгосрочном (б) периодах



В кратковременном периоде цена P_s превышает средние издержки AC , фирма зарабатывает прибыль (это показано затемненным прямоугольником)

На долгосрочном этапе данная прибыль будет стимулировать вступление на рынок других фирм. Но вступление на рынок других фирм и конкуренция свели прибыль фирмы к нулю

Сравнение конкурентного равновесия: а) на рынке совершенной конкуренции; б) на монополизированном



Рыночный механизм в отрасли с монополистической конкуренцией является неэффективным, т.к.

- 1) равновесная цена P_L рынка монополистической конкуренции превышает предельные издержки MC , значит потребители недополучают продукцию фирмы
- 2) фактический объем производства фирмы меньше, чем тот, который минимизирует средние издержки из-за наличия резервных мощностей

Олигополистическая конкуренция – тип рыночной структуры, когда на рынке данного товара доминируют (занимают ведущее положение) несколько крупных фирм

Характерные черты

В отрасли находится несколько соперничающих фирм-товаропроизводителей

Доступ на рынок значительно затруднен

Фирмы-олигополисты могут производить как дифференцированный, так и однородный (гомогенный) продукт

Доступ к экономической информации фирм-конкурентов существенно затруднен

Возможность оказания решающего воздействия на установление цены товара

Тенденции, действующие в олигополистической отрасли

производители заинтересованы в проведении совместных действий и в достижении договоренности о разделе рынка, поскольку это сулит получение монопольной прибыли

эгоистическое стремление каждой фирмы к достижению сверхприбыли за счет своих конкурентов отталкивает их друг от друга. Взаимная подозрительность затрудняет проведение совместной ценовой политики

Критерии поведения фирм-олигополистов (по В. Феллнеру)

Тенденция к совместным действиям выше в отрасли, выпускающей однородный товар

Тенденция к совместным действиям выше в отраслях с небольшим числом фирм

Тенденция к совместным действиям фирм выше в отрасли, где наблюдается экономический подъем

Тенденция к совместным действиям выше в отрасли с лидирующей фирмой

Тенденция к совместным действиям фирм выше в отрасли, где меньше применяют неценовые методы конкуренции

Тенденция к совместным действиям выше в тех отраслях, где выше барьеры на пути вхождения новых фирм в отрасль

Модель Курно

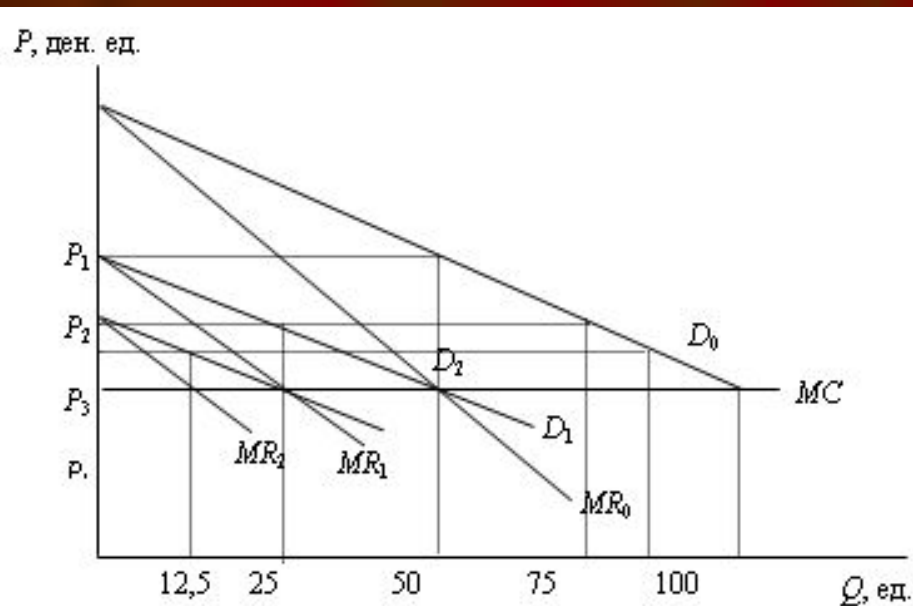
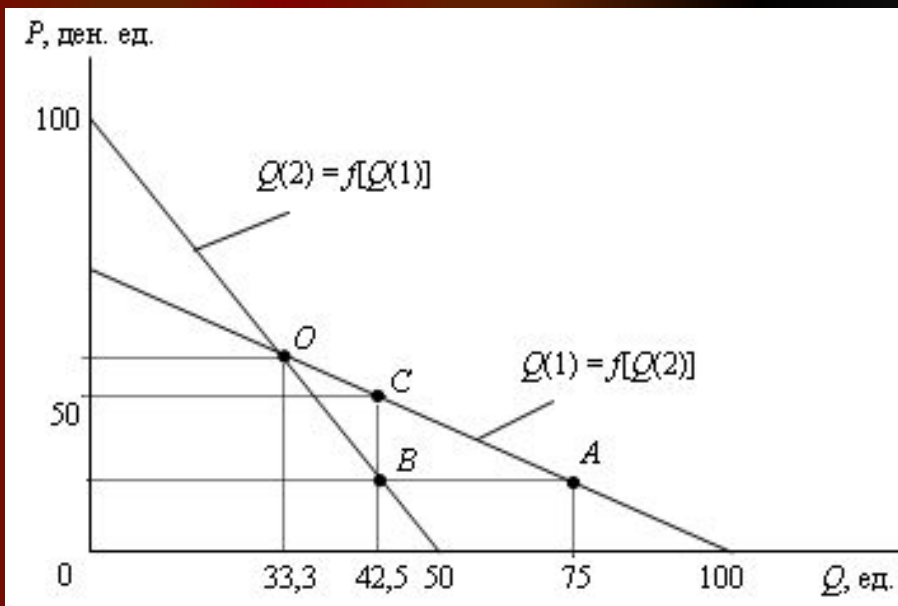


График оптимизации объема производства фирмы 1



Равновесие Курно

Выводы из модели Курно:

1. При олигополии объем производства больше того уровня, который устанавливался бы при чистой монополии, но меньше, чем сложился бы при свободной конкуренции: $Q_M < Q_{\text{олигоп}} < Q_C$
2. Цены в условиях олигополии ниже монопольных, однако превышают конкурентные: $P_M > P_{\text{олигоп}} > P_C$
3. Для любого дуополиста объем рынка не является постоянной величиной, а прямо зависит от решения конкурентов

**выявляет и устанавливает
рыночную стоимость
товара**

**сводит конкретный труд к
общественно
необходимому**

**Функции
конкуренции в
экономике**

**содействует выравниванию индивидуальных
стоимостей и прибыли в зависимости от
производительности труда и эффективности
управления производством**

Позитивные последствия конкуренции

снижение издержек производства

быстрое внедрение достижений НТР в производство

гибкое приспособление к спросу со стороны потребителей продукции

повышение качества продукции

расширение ассортимента товаров и услуг

препятствие к завышению цен на товары и услуги

Негативные последствия конкуренции

создание условий для
безработицы, инфляции,
банкротства



способствование
возникновению
экономических кризисов



рост экологических
нарушений

увеличение дифференциации
доходов и создание условий
их несправедливого
распределения



чрезмерная эксплуатация
ресурсов



конкуренция выступает
объективным фактором
монополизации экономики