

# Лекция 15 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

внутриотраслевая  
конкуренция

международная  
конкуренция

межотраслевая  
конкуренция

По сфере действия

внутринациональ-  
ная конкуренция

конкуренция на  
локальных рынках

конкуренция в  
общенациональном  
масштабе

# 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

несовершенная<sup>6</sup>

# 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**

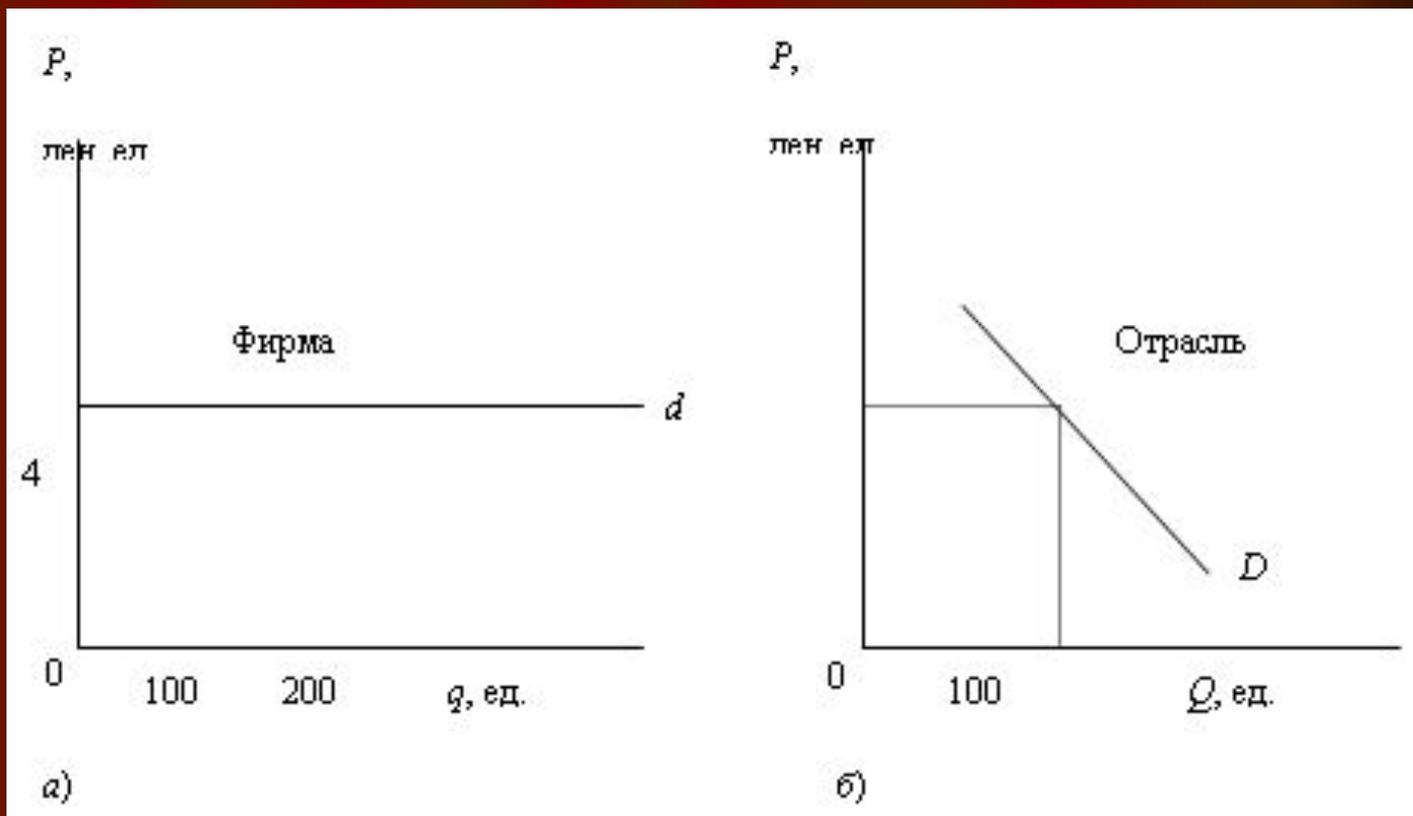
**отсутствие входных и выходных барьеров для вступления в отрасль и выхода из нее**

**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

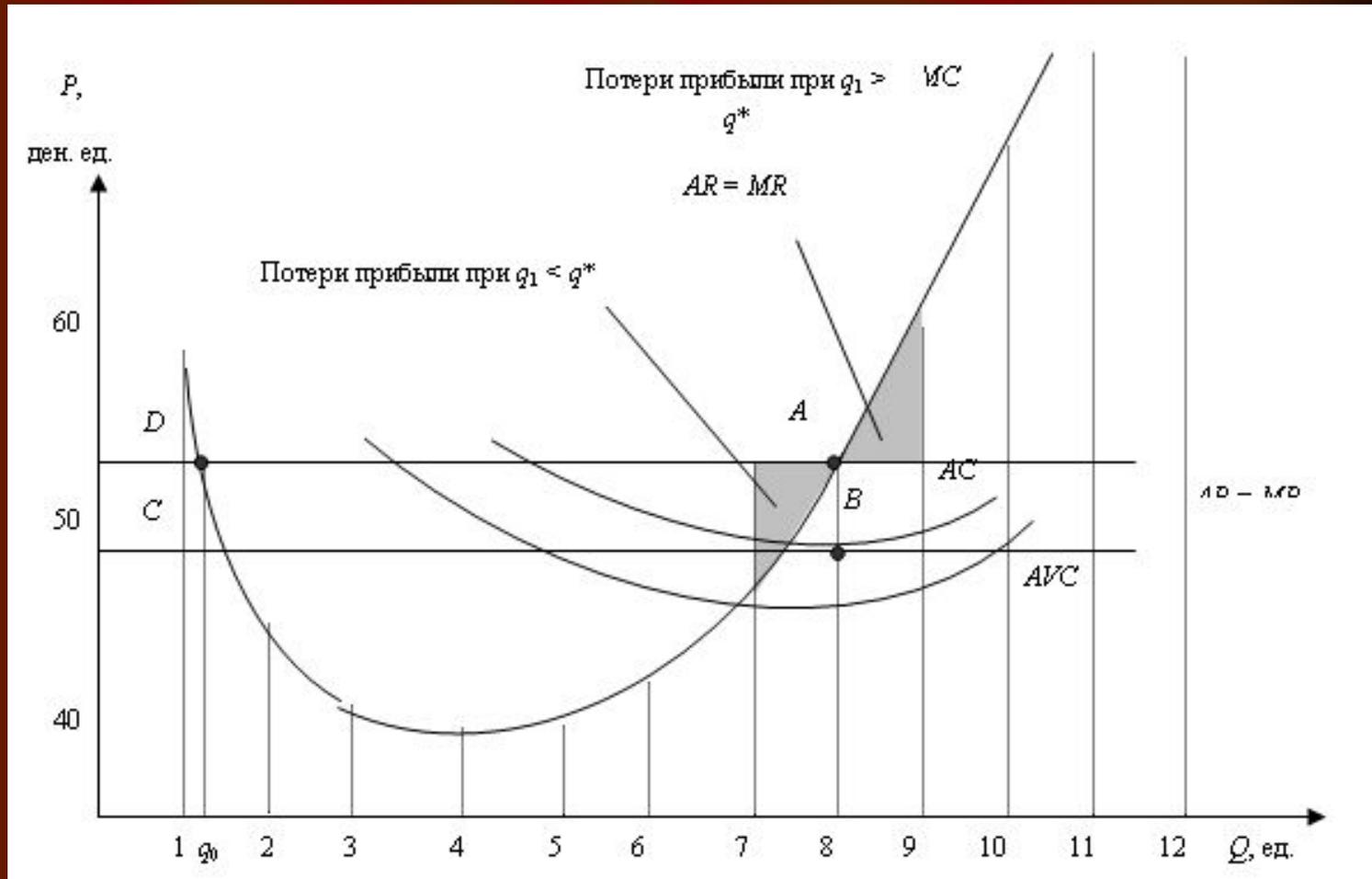


Графическое выражение спроса конкурентной фирмы (а) и отрасли (б)

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

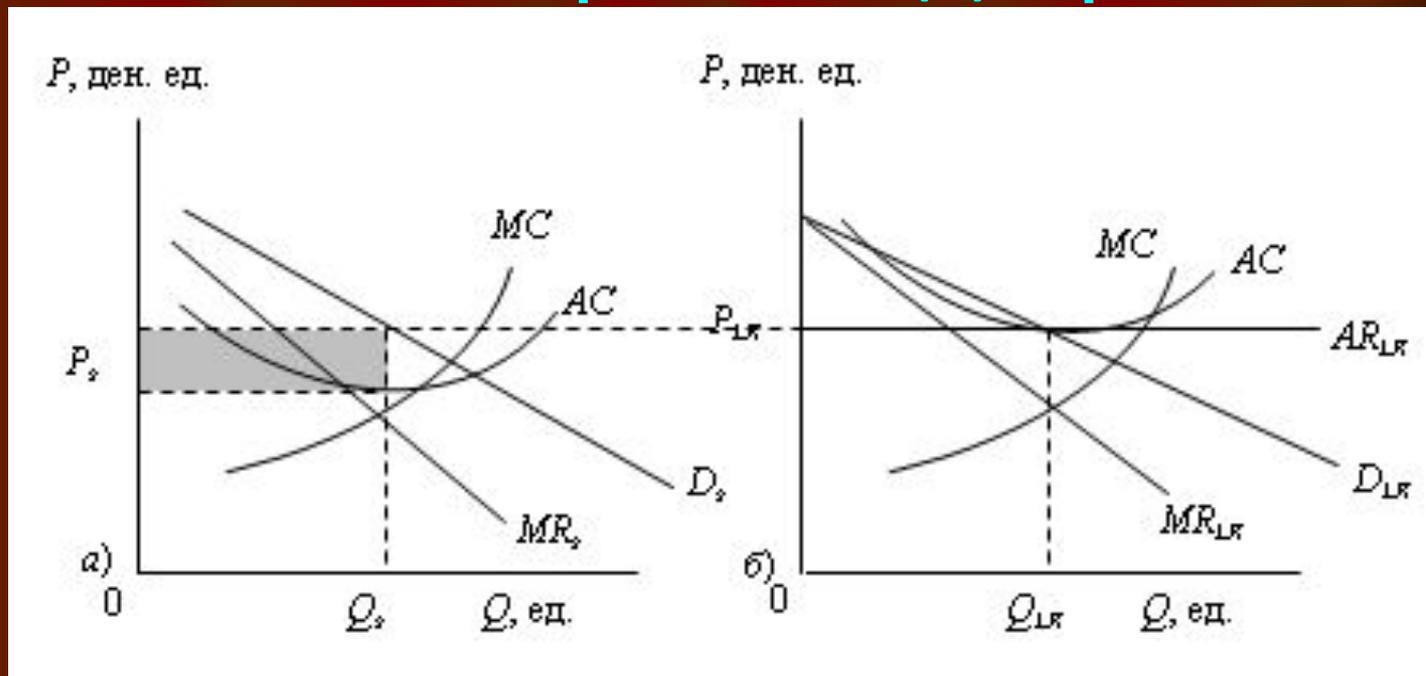
### Характерные черты

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

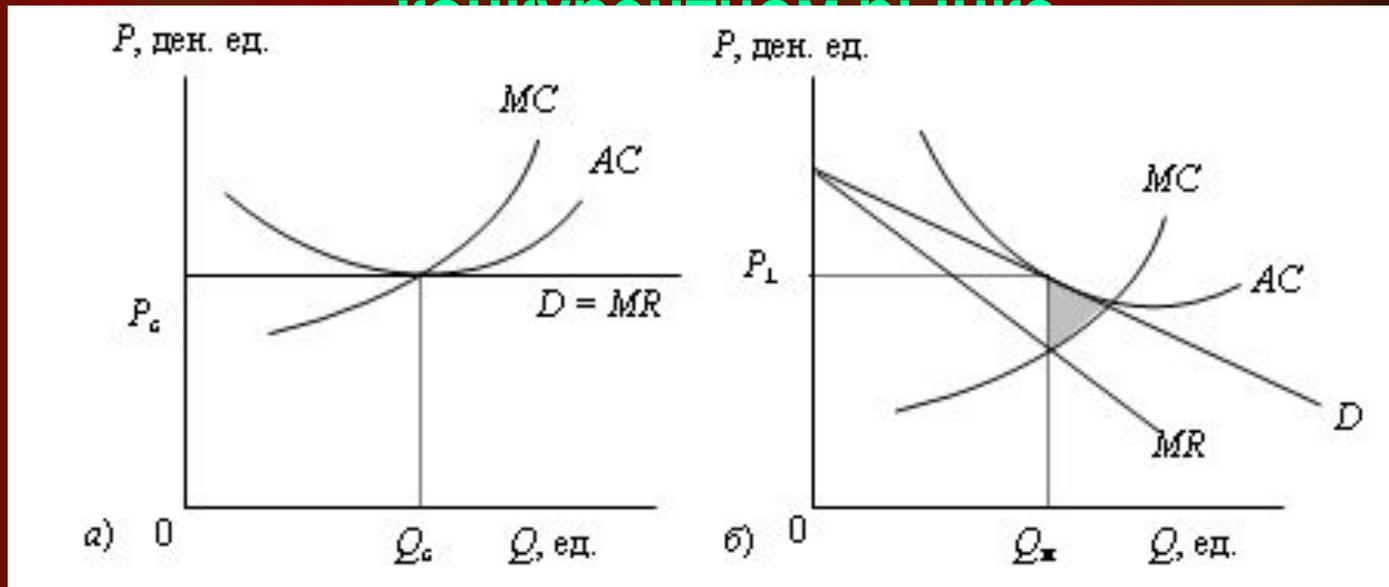
# Изменение предложения и спроса монополистически конкурентной фирмы в кратковременном (а) и долгосрочном (б) периодах



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 рынке



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

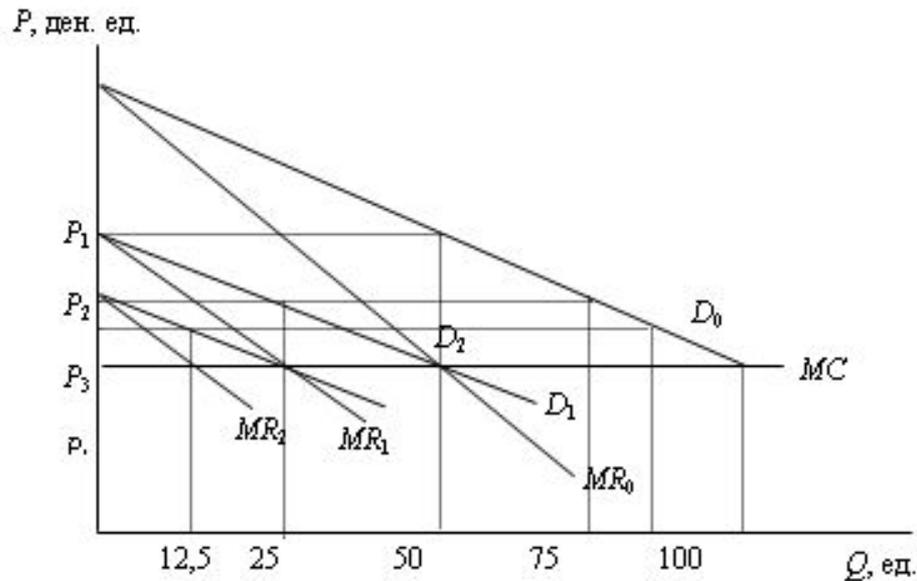
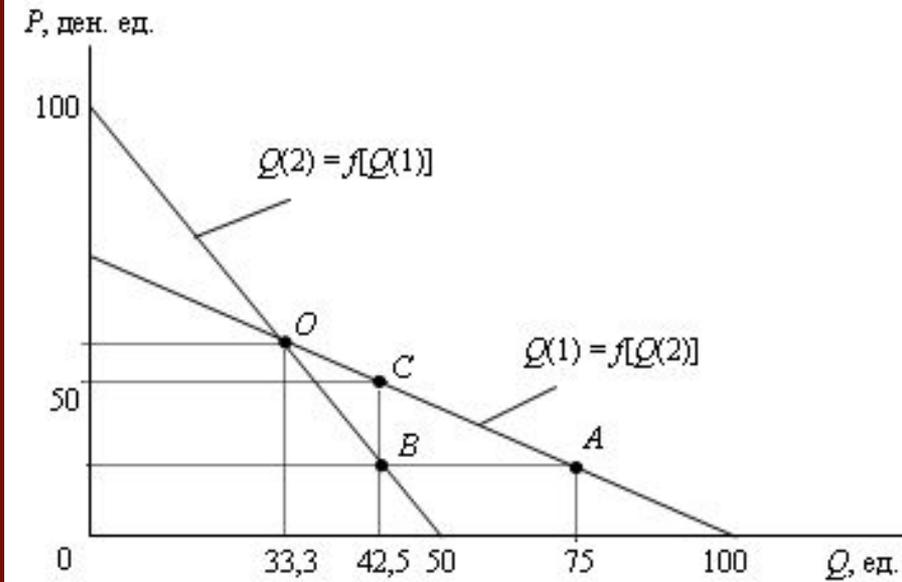


График оптимизации объема производства фирмы 1



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*