

# Лекция №5

---

## **Фирма в условиях несовершенной конкуренции**

**Лектор: к. э. н. , доцент Губанова М.В.**

# Вопросы:

1. Монополия.
2. Олигополия.
3. Монополистическая конкуренция.
4. Антимонопольное регулирование рынка.

# Задачи фирмы

---

- Минимизация издержек.
  - Определение оптимального объема выпуска продукции.
  - Определение оптимальной цены реализации продукта.
  - Определение оптимального размера предприятия.
- При решении этих задач фирма максимизирует свою прибыль.

# Конкуренция

---

- Ситуация, когда все производители предлагают идентичную продукцию, и у всех участников рынка доступна свободная информация о качестве товара и его цене.
- Свобода выбора, которая реализуется в форме стремлений участников рынка получать лично для себя денежный доход.

Конкуренция не позволяет участникам рынка существенно влиять или контролировать рыночные цены. Это мобильное явление.

# Виды конкуренции

---

- **Совершенная (свободная; чистая)** – такая конкуренция, при которой рыночное поведение продавцов и покупателей заключается в приспособлении к равновесному состоянию рыночных условий. Идеализированное состояние рынка.
- **Несовершенная** - конкуренция, базирующаяся на нарушении предпосылок конкурентного равновесия.

# Модели рынка

---

Модели различаются по числу фирм в отрасли, по тому, какая продукция производится и по тому, легко или трудно новым фирмам вступить в отрасль.

- Рынок совершенной (чистой) конкуренции.
- Абсолютная (чистая) монополия.
- Монополистическая конкуренция.
- Олигополия.

Последние три модели относят к **несовершенной конкуренции**.

# Признаки совершенной конкуренции

---

- Большое число участников, которые действуют независимо.
- Стандартизированный продукт.
- Невозможность контроля за ценой.
- Свободное вступление в отрасль и выход из нее.

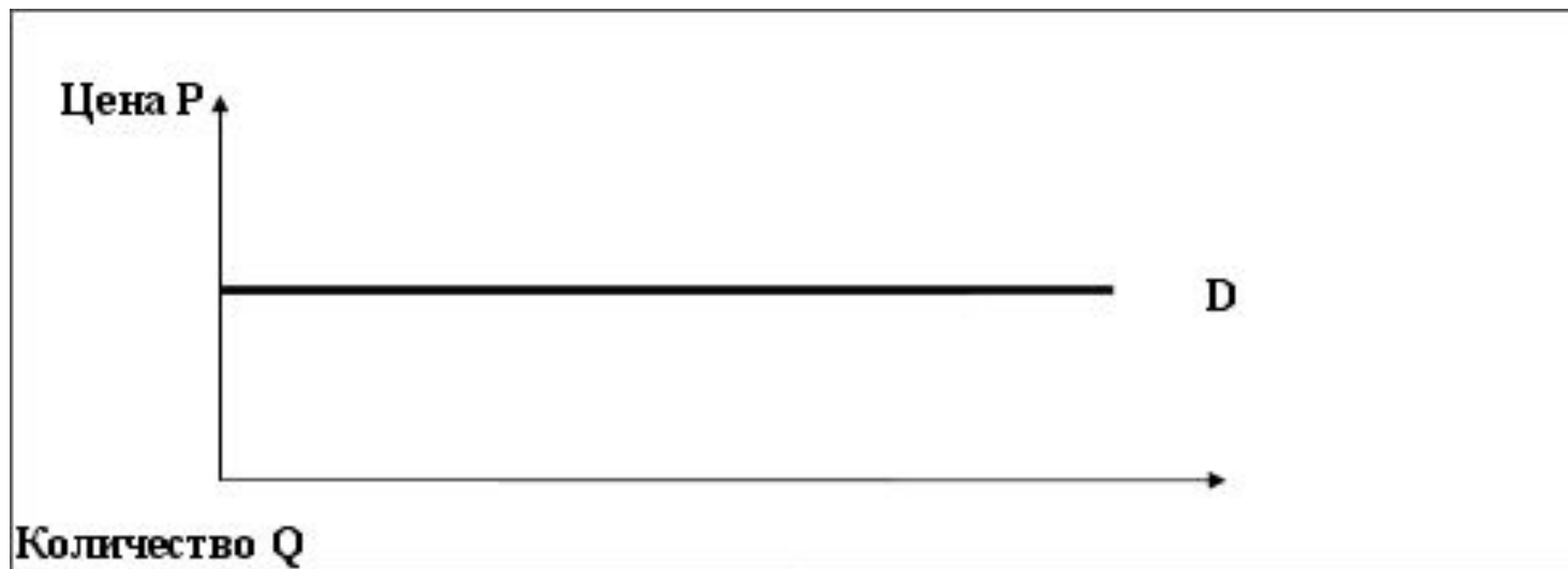
**Примеры:** биржа; рынок сельхоз продукции.

В случае, когда хотя бы один признак отсутствует, конкуренция оказывается несовершенной.

# Кривая спроса при совершенной конкуренции

---

Для отдельной фирмы





# Монополия

---

Следует различать **теоретическое** и **практическое** понятие монополии.

- **Теоретическое: совершенная монополия** – такая рыночная структура, при которой контроль над выпуском всего объема товара осуществляет одна фирма. 100% контроль над продажей товара.
- С **практической** точки зрения **монополией** считается та структура, при которой фирма-монополист контролирует свыше 60 % рынка товара.

# Признаки совершенной монополии

---

- Единственный продавец.
- Нет близких товаров-заменителей.
- Полный контроль монополиста над ценой товара и объемом продаж.
- Заблокированное входение.
- Неценовая конкуренция.

# Барьеры, препятствующие входу в отрасль

---

- Эффект масштаба.
- Правовые барьеры: патенты и лицензии. Выдаются государством.
- Контроль над важнейшими видами сырья.
- Ценообразование и другие стратегические барьеры: сброс цены, активная рекламная кампания итд. Устанавливаются монополистом.

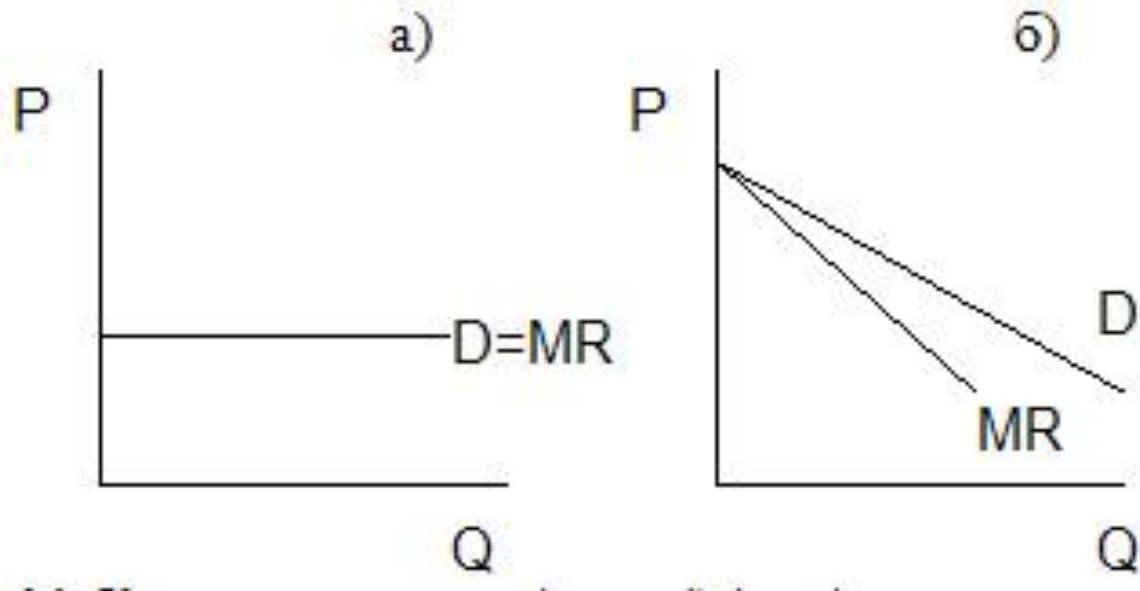
# Виды монополий

---

- **Естественная монополия** — предприятия, объединенные единой сбытовой организацией с существенным понижением издержек производства на единицу товара по мере увеличения объема производства.
- **Государственная (закрытая) монополия** — монополия, созданная силой законодательных барьеров.
- **Открытая монополия** — временная ситуация, существующая в результате появления новой технологии или продукта в период, пока конкуренты не освоили данную технологию и производство данного продукта.

# Монопольный спрос

Кривая индивидуального спроса монополиста тождественна кривой рыночного спроса, т.е. имеет отрицательный наклон.



# Особенности кривых монопольного спроса

---

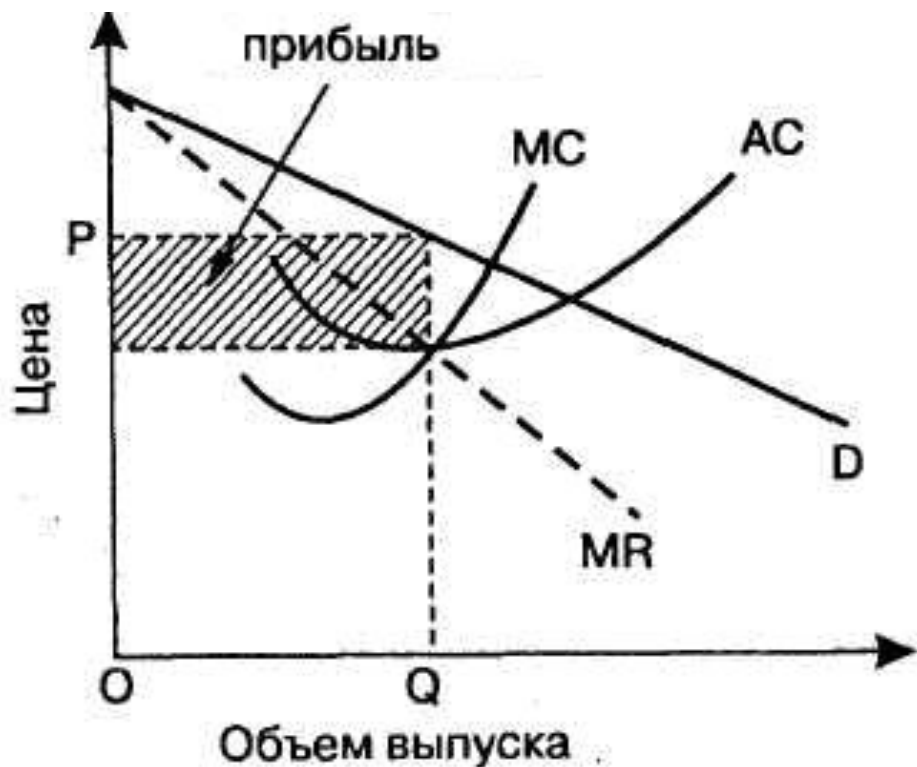
Кривая спроса на продукцию монополиста, являясь одновременно с этим и кривой среднего дохода (AR):

$$AR = TR/Q = PQ/Q = P$$

$$AR(Q) = P(Q)$$

Вследствие убывающего характера кривой спроса — AR, кривая предельного дохода лежит ниже кривой спроса при любом значении  $Q > 0$ .

# Условия максимизации прибыли



В условиях чистой монополии производитель максимизирует прибыль, производя объем продукции, при котором  $MR=MC$ . В этом случае общая экономическая прибыль монополиста измеряется **площадью заштрихованного прямоугольника**.

# Монопсония

---

**Монопсония** – монополия, возникающая со стороны спроса, когда имеется только один покупатель при множестве продавцов.



# Олигополия

---

**Олигополия** – рынок, на котором существуют несколько фирм, отдельные из которых контролируют значительную долю рынка, где вступление на рынок новых фирм затруднено. Преобладающая форма современной рыночной структуры.

# Особенности рынка олигополии

---

- Ограниченное число крупных производителей.
- Однородные или дифференцированные продукты.
- Контроль над ценами, но в условиях взаимозависимости.

# Барьеры, препятствующие входу на рынок

---

- Для медленно растущих олигопольных рынков характерны очень высокие барьеры.

Вход на такие рынки могут себе позволить лишь крупные конкурентоспособные фирмы, располагающие необходимыми финансовыми и организационными ресурсами.

- Для молодых развивающихся олигопольных рынков возможно появление новых фирм, поскольку спрос расширяется достаточно быстро, и увеличение предложения не оказывает понижающего воздействия на цены.

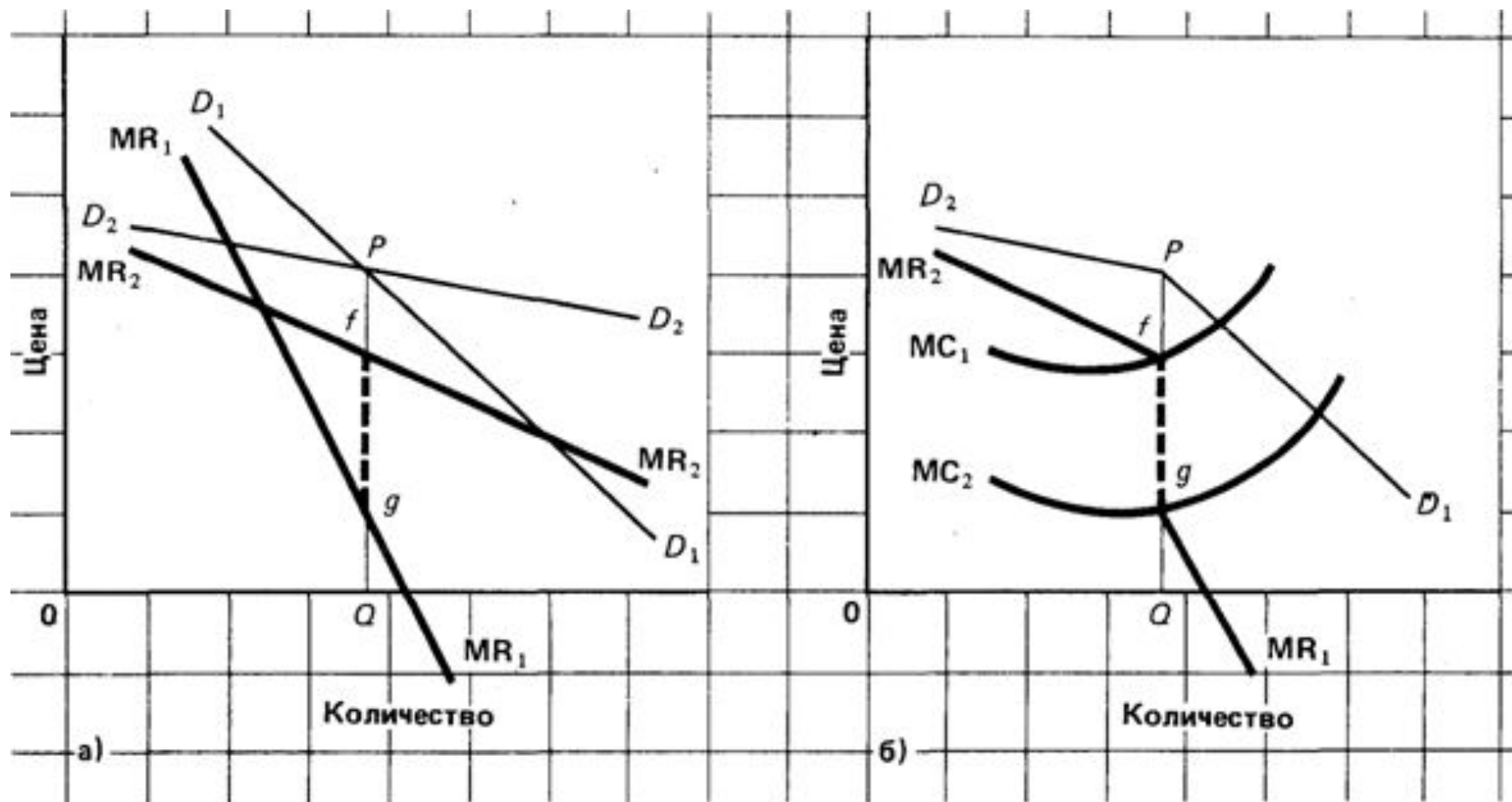
# Специфика поведения олигополистов на рынке

---

Олигополист:

- не может рассматривать кривую спроса на свою продукцию как заданную (в отличие от монополии);
- не имеет заданной кривой предельного дохода (так же, как и спрос, MR меняется в зависимости от поведения самой фирмы и ее конкурентов);
- не имеет четкой точки равновесия (подобно тому, как это существует при совершенной конкуренции или при чистой монополии);
- не может использовать равенство  $MR=MC$  для нахождения точки оптимума.

# Олигополия: ломаная кривая спроса



# Монополистическая конкуренция

---

Рассмотрим структуру рынка, при которой действуют многочисленные фирмы, продающие близкие, но не совершенные товары-заменители. Такую структуру рынка принято называть монополистической конкуренцией — монополистической в том смысле, что каждый производитель является монополистом над своим вариантом товара и конкуренцией — поскольку существует значительное число конкурентов, продающих подобные товары.

# Особенности рынка монополистической конкуренции

---

- Дифференциация продукции.
- Большое количество продавцов.
- Относительно низкие барьеры входа и выхода из отрасли.
- Жесткая неценовая конкуренция.

# Дифференциация продукции

---

**Дифференциация продукции** предполагает наличие в отрасли группы продавцов (производителей), выпускающих близкие, но не однородные по своим характеристикам товары, т.е. товары, не являющиеся совершенными заменителями.

Дифференциация товаров может быть основана на:

- физических характеристиках товара;
- месторасположении;
- "мнимых" различиях, связанных с упаковкой, торговой маркой, имиджем фирмы, рекламированием.



# Большое количество продавцов

---

Большое количество продавцов:

- с одной стороны, исключает возможность сговора и согласованных действий между фирмами с целью ограничения объема выпуска и повышения цен;
- с другой — не позволяет фирме существенным образом влиять на рыночные цены.

# Барьеры входа в отрасль

---

Обычно не затруднено, что связано с:

- малым эффектом масштаба производства;
- небольшими первоначальными инвестициями;
- небольшим размером уже действующих предприятий.

# Неценовая конкуренция

---

Фирма, действующая в условиях монополистической конкуренции, может применять три основных стратегии влияния на объем продаж:

- изменять цены (ценовая конкуренция);
- производить товар с определенными качествами;
- пересмотреть стратегию рекламы и сбыта.

Две последних стратегии относятся к **неценовым формам конкуренции** и более активно используются компаниями.

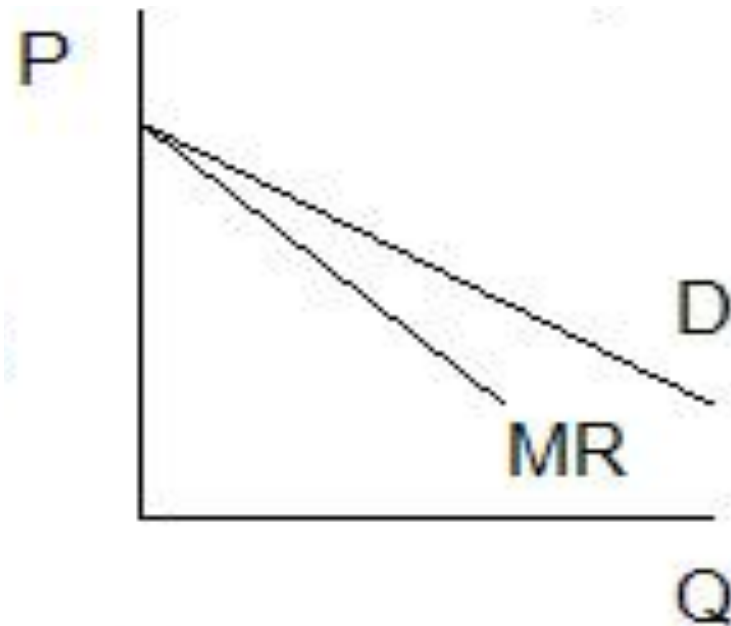
# Кривая спроса на продукцию монополистического конкурента

---

В условиях монополистической конкуренции отдельная фирма имеет дело с **убывающей кривой спроса** (в отличие от совершенной конкуренции), что объясняется дифференциацией продукции.

# Кривая спроса и предельный доход

Если кривая спроса фирмы является убывающей, то ее кривая предельного дохода не совпадает с кривой спроса и среднего дохода, а **лежит левее и ниже**.



# Условия максимизации прибыли

---

## 1. Метод совокупных издержек — совокупного дохода.

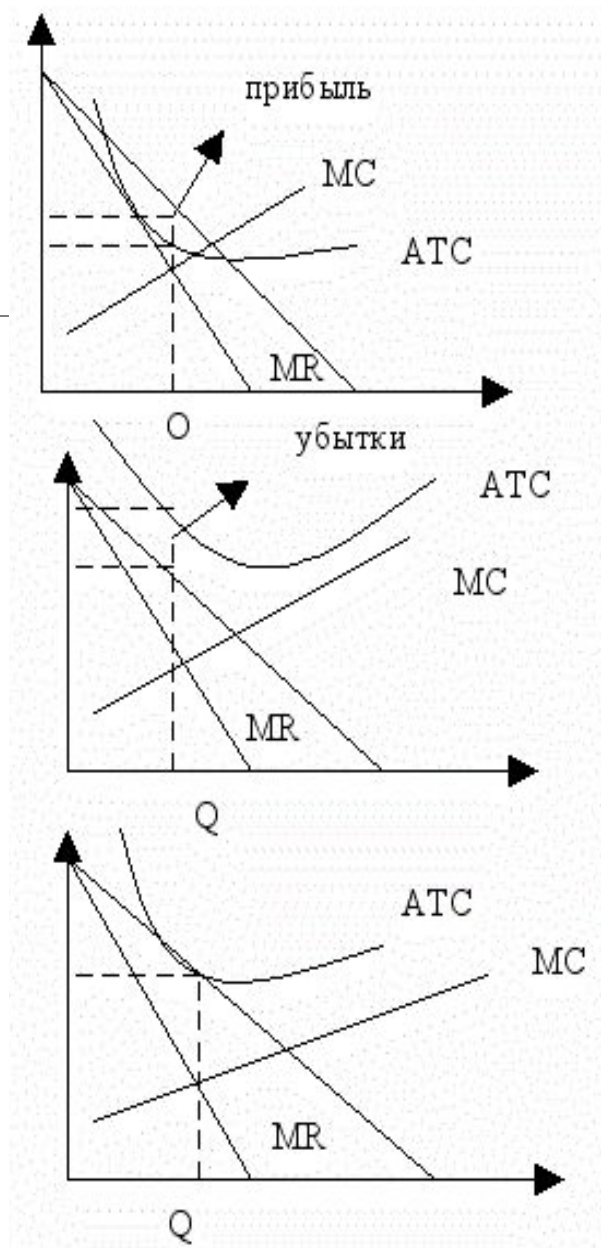
Как известно, экономическая прибыль представляет собой разницу между совокупными доходами и совокупными издержками фирмы, или

$$\pi = TR - TC$$

Следовательно, для достижения экономического равновесия монополистический конкурент должен обеспечить такой объем выпуска, при котором совокупный доход максимально превышает совокупные издержки.

## 2. Метод предельных издержек — предельного дохода.

Прибыль максимизируется при таком объеме выпуска, когда предельные издержки равны предельному доходу ( $MC=MR$ ), а прибыль от последней проданной единицы товара (предельная прибыль) равна нулю ( $M\pi=0$ ).



# Антимонопольная политика государства

---

**Монополизация производства** влечет за собой существенные общественные потери.

На создание условий добросовестной конкуренции и предотвращения монополизации рынка направлена **государственная антимонопольная политика**. Она выполняет важнейшие функции в развитии национальной экономики, так как создает условия повышения конкурентоспособности отечественного производителя и экономики в целом.



# Методы борьбы государства с монополизацией

---

Антимонопольная политика со стороны государства предполагает:

- Административный контроль монополизированными рынками
- Организационный механизм
- Антимонопольное законодательство

# Административный контроль и организационный механизм

---

**Административный контроль** монополизированных рынков объединяет способы воздействия на монополизированное производство путем финансовых санкций.

**Организационный механизм** имеет своей целью антимонопольную профилактику путем последовательной либерализации рынков (снижение таможенных пошлин, отмена количественных квот).

# Антимонопольное законодательство

---

Наиболее эффективным способом государственного регулирования является **антимонопольное законодательство**. Его цель – регулирование структуры отрасли через запрещение предполагаемых слияний крупных фирм, если оно ведет к существенному ослаблению конкуренции или установлению монополии.

# Задания

---

- Как кривая спроса, с которой сталкивается действующий в условиях совершенной монополии продавец, отличается от кривой совершенно конкурентной фирмы? Почему они различаются?
- Объясните, как вступление новых фирм на рынок воздействует на кривую спроса отдельной фирмы в условиях монополистической конкуренции и как это, в свою очередь, влияет на ее экономическую прибыль.