

Модуль 4

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

При изучении Модуля 4 рассмотрим темы:

1. Фирмы и рынки

**2. Механизм рынка
совершенной конкуренции**

**3. Механизм рынков
несовершенной конкуренции**

Модуль 4

Часть 1

Фирмы и рынки

При изучении темы **«Фирмы и рынки»**
[Модуль 4] ответим на следующие
вопросы:

1. Общая теория конкуренции

2. Современные модели конкуренции

3. Фирма – совершенный конкурент

4. Фирма – несовершенный конкурент

5. Антимонопольная политика

1. ОБЩАЯ ТЕОРИЯ КОНКУРЕНЦИИ

ПОНЯТИЕ И ДВИЖУЩИЕ СИЛЫ КОНКУРЕНЦИИ

Конкуренция – это борьба за ограниченный спрос потребителя, которую ведут фирмы между собой на доступных им сегментах рынка.

Пять движущих сил конкуренции:

- ✓ Конкурентная сила отраслевых производителей.
- ✓ Конкурентная сила покупателей.
- ✓ Конкурентная сила поставщиков.
- ✓ Конкурентная сила потенциальных конкурентов.
- ✓ Конкурентная сила товаров-заменителей.

ЧЕМ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ТИП КОНКУРЕНЦИИ?

- ✓ объектами конкурентных действий (продукт, цена, объем продаж);
- ✓ принципами взаимодействия продавцов (учитывают или не учитывают поведение друг друга).

ТИПЫ КОНКУРЕНЦИИ

по отраслевой принадлежности:
ВНУТРИОТРАСЛЕВАЯ И МЕЖОТРАСЛЕВАЯ

по методам осуществления:
ЦЕНОВАЯ И НЕЦЕНОВАЯ

по степени развития конкуренции:
СОВЕРШЕННАЯ И НЕСОВЕРШЕННАЯ

Виды конкуренции

по отраслевой принадлежности:

- ✓ **Внутриотраслевая конкуренция** – это конкуренция внутри отдельно взятой отрасли.

Например: конкуренция между компаниями «Макдоналдс» и «Ростикс».

- ✓ **Межотраслевая конкуренция** – это конкуренция, которая проявляется в конкуренции продукции, производимой фирмами одной отрасли, с продукцией, производимой фирмами другой отрасли

Например: конкуренция между отраслями автомобильного и железнодорожного транспорта в сфере перевозок.

Формы конкуренции

по методам осуществления

- ✓ **Ценовая конкуренция** – борьба за получение дополнительной прибыли путем уменьшения издержек производства и цен без изменения ассортимента и качества товаров.

Методы: демпинг, ценовая дискриминация.

- ✓ **Неценовая конкуренция** – борьба на основе технического превосходства, высокого качества и надежности изделий, более эффективных методов сбыта, расширения видов предоставляемых услуг и гарантий покупателям, улучшения условий оплаты.

Методы: дифференциация товаров, стимулирование сбыта, реклама.

Типы рынков по степени развития конкуренции

- ✓ **Совершенная конкуренция** – это тип конкуренции, при котором фирмы не обладают рыночной властью и конкурируют по цене, а увеличение прибыли происходит путем снижения издержек производства.
- ✓ **Несовершенная конкуренция** – это тип конкуренции, при котором обладающие рыночной властью фирмы конкурируют за объем продаж путем применения различных конкурентных стратегий.

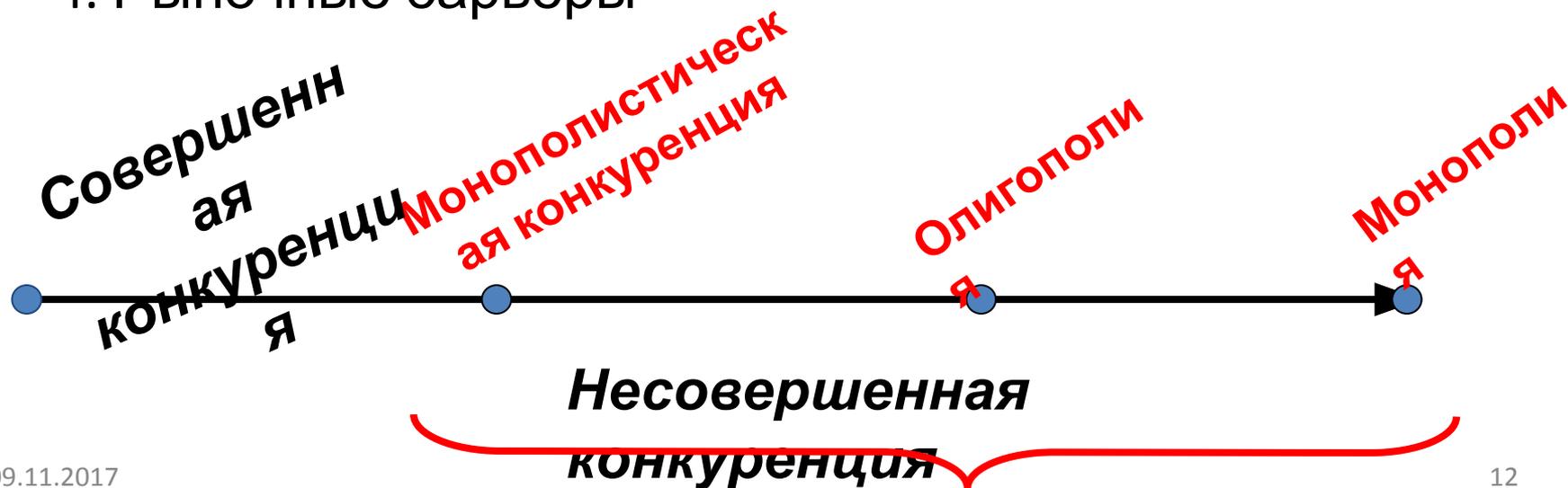
Классификация рыночных структур

Структура рынка

– это внутреннее строение, расположение, порядок отдельных элементов рынка.

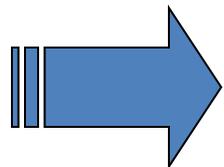
Основные критерии классификации:

1. Количество фирм в отрасли
2. Тип производимого продукта
3. Характер рыночной власти
4. Рыночные барьеры



✓ КОЛИЧЕСТВО ФИРМ В ОТРАСЛИ

- Одна
- Несколько
- Много



Степень концентрации
рынка;
Характер взаимосвязи
между экономическими
субъектами

*Количественная оценка через индекс
Герфиндаля-Хиршмана и коэффициент*

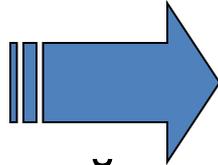
$$HNI = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$$

$$k = S_1 + S_2 + S_3 + S_4$$

S_i – удельный вес фирмы, %

✓ ТИП ПРОИЗВОДИМОГО ПРОДУКТА

- Однородный
- Уникальный
- Дифференцированный



Степень
взаимозаменяемости
конкурентных товаров
на рынке

*Количественная оценка через
коэффициент перекрестной
эластичности спроса по цене*

$$E_{ab} = [\Delta Q_a / Q_a] / [\Delta P_b / P_b]$$

✓ ХАРАКТЕР РЫНОЧНОЙ ВЛАСТИ

Степень влияния отдельной фирмы
на рыночные цены и условия
продаж

*Количественная оценка через
коэффициент Лернера*

$$L = (p - MC) / p$$

или

$$L = 1 / |E_P|$$

Преобразование коэффициента Лернера

В связи с трудностью расчета предельных издержек, часто на практике их заменяют средними издержками.

$$L = \frac{(P - AC)}{P} = \frac{(P - AC)Q}{PQ} = \frac{PR}{TR}$$

Численное значение коэффициента Лернера всегда находится в интервале $0 < L < 1$.

- ✓ В условиях совершенной конкуренции $L = 0$, т.к. $P = MC$.
- ✓ Чем больше L для фирмы в несовершенной конкуренции, тем выше

✓ РЫНОЧНЫЕ БАРЬЕРЫ

Возможности входа на рынок и выхода из него

Количественная оценка:

- ✓ объем первоначальных капиталовложений;
- ✓ величина невозвратных издержек;
- ✓ наличие в отрасли положительного эффекта масштаба производства;
- ✓ административные барьеры и т.д.

ВОПРОС 2.

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики
Несовершенная конкуренция		
Монополистическая конкуренция	Много производителей Товар дифференцированный	Умеренная власть Разнообразная ценовая политика
Олигополия	Мало производителей Товар стандартизированный или дифференцированный	Существенная власть Ценовая политика зависит от конкурентов
Монополия	Один производитель Товар уникальный	Максимальная рыночная власть Самостоятельная ценовая политика

Рыночные структуры	Характерис тика	Рыночная власть

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики
Несовершенная конкуренция		

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики
Несовершенная конкуренция		
Монополистическая конкуренция	Много производителей Товар дифференцированный	Умеренная власть Разнообразная ценовая политика

Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики
Несовершенная конкуренция		
Монополистическая конкуренция	Много производителей Товар дифференцированный	Умеренная власть Разнообразная ценовая политика
Олигополия	Мало производителей Товар стандартизированный или дифференцированный	Существенная власть Ценовая политика зависит от конкурентов

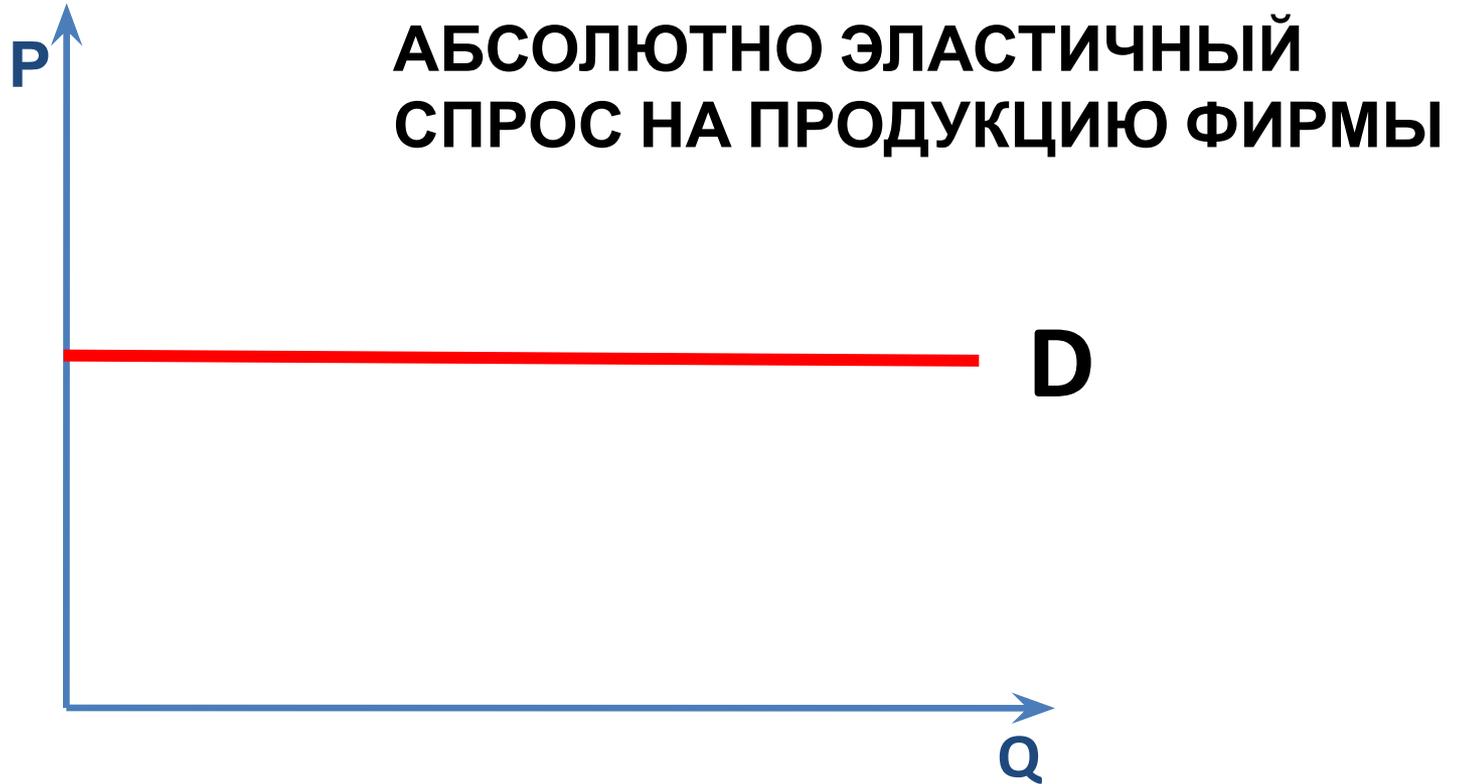
Рыночные структуры	Характеристика	Рыночная власть
Совершенная конкуренция	Много производителей Товар стандартизированный	Нет власти Нет ценовой политики
Несовершенная конкуренция		
Монополистическая конкуренция	Много производителей Товар дифференцированный	Умеренная власть Разнообразная ценовая политика
Олигополия	Мало производителей Товар стандартизированный или дифференцированный	Существенная власть Ценовая политика зависит от конкурентов
Монополия	Один производитель Товар уникальный	Максимальная рыночная власть Самостоятельная ценовая политика

3. ФИРМА – СОВЕРШЕННЫЙ КОНКУРЕНТ

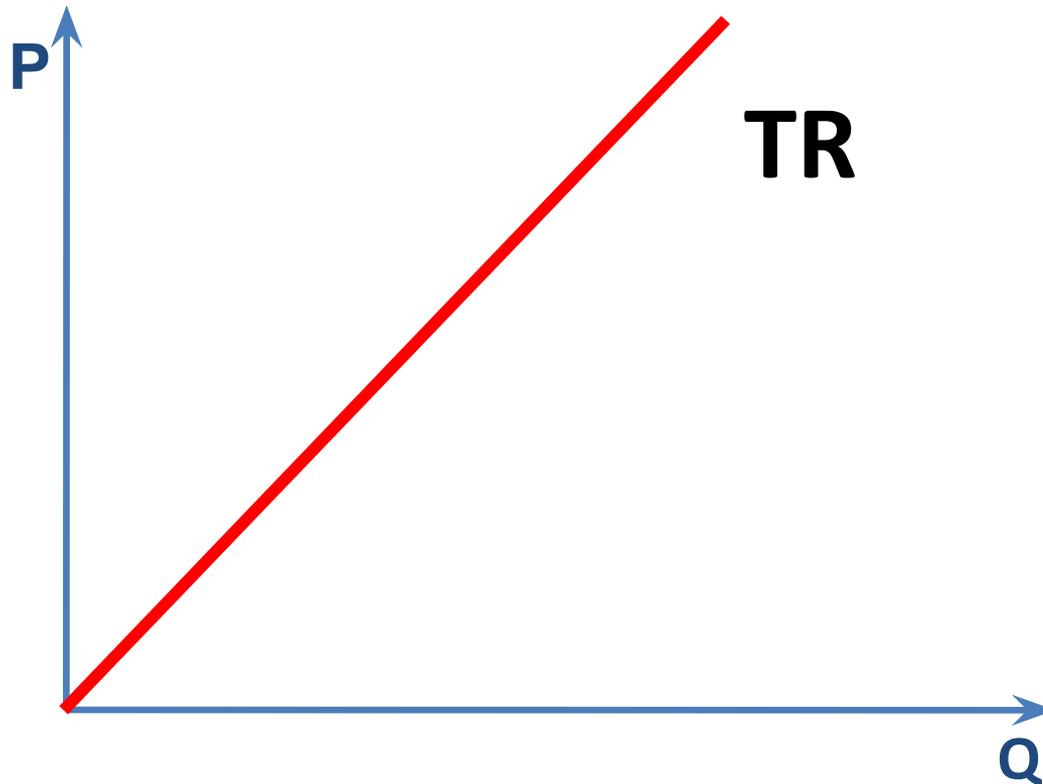
ПОНЯТИЕ КОНКУРЕННОЙ ФИРМЫ

Конкурентная фирма – фирма, принимающая цену на свою продукцию как данную, не зависящую от реализуемого ею объема продукции на совершенно конкурентном рынке.

КРИТЕРИЙ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

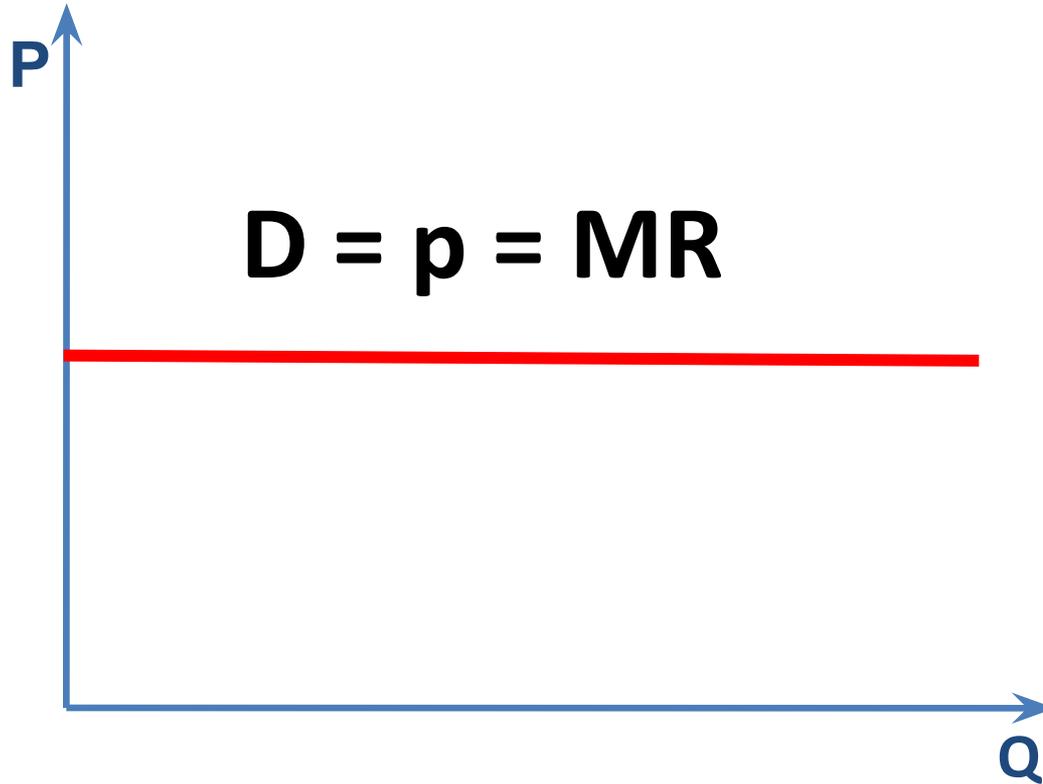


ВАЛОВОЙ ДОХОД СОВЕРШЕННОГО КОНКУРЕНТА



ЛИНЕЙНАЯ ВОЗРАСТАЮЩАЯ ФУНКЦИЯ ВАЛОВОГО
ДОХОДА

ЦЕНА И ПРЕДЕЛЬНЫЙ ДОХОД СОВЕРШЕННОГО КОНКУРЕНТА

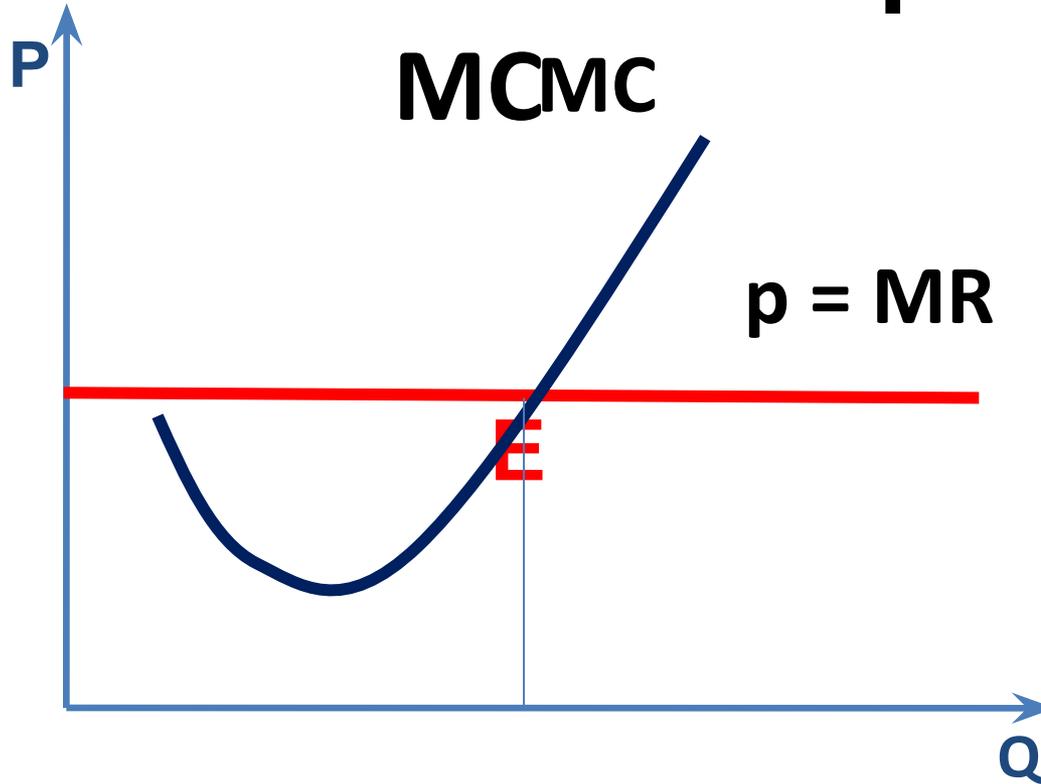


СРЕДНИЙ ДОХОД СОВЕРШЕННОГО КОНКУРЕНТА



Условие оптимизации – равенство цены, предельного дохода и предельных издержек

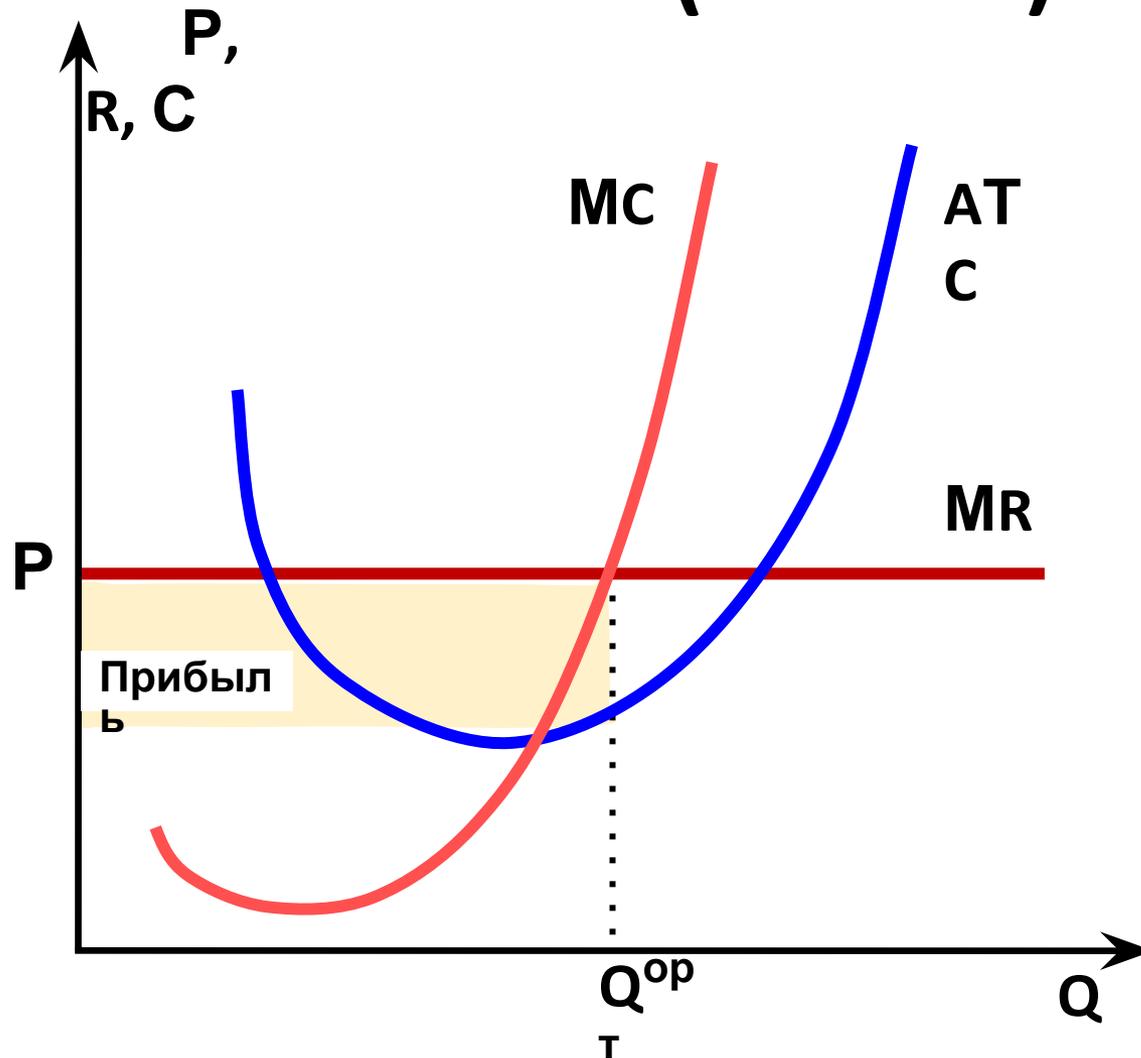
$$p = MR =$$



Q_{OPT}

Прибыль совершенного конкурента

$$PR = TR - TC = (P - ATC) \times Q$$



4. ФИРМА – НЕСОВЕРШЕННЫЙ КОНКУРЕНТ

КРИТЕРИЙ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ
НАКЛОН КРИВОЙ
СПРОСА НА
ПРОДУКЦИЮ ФИРМЫ

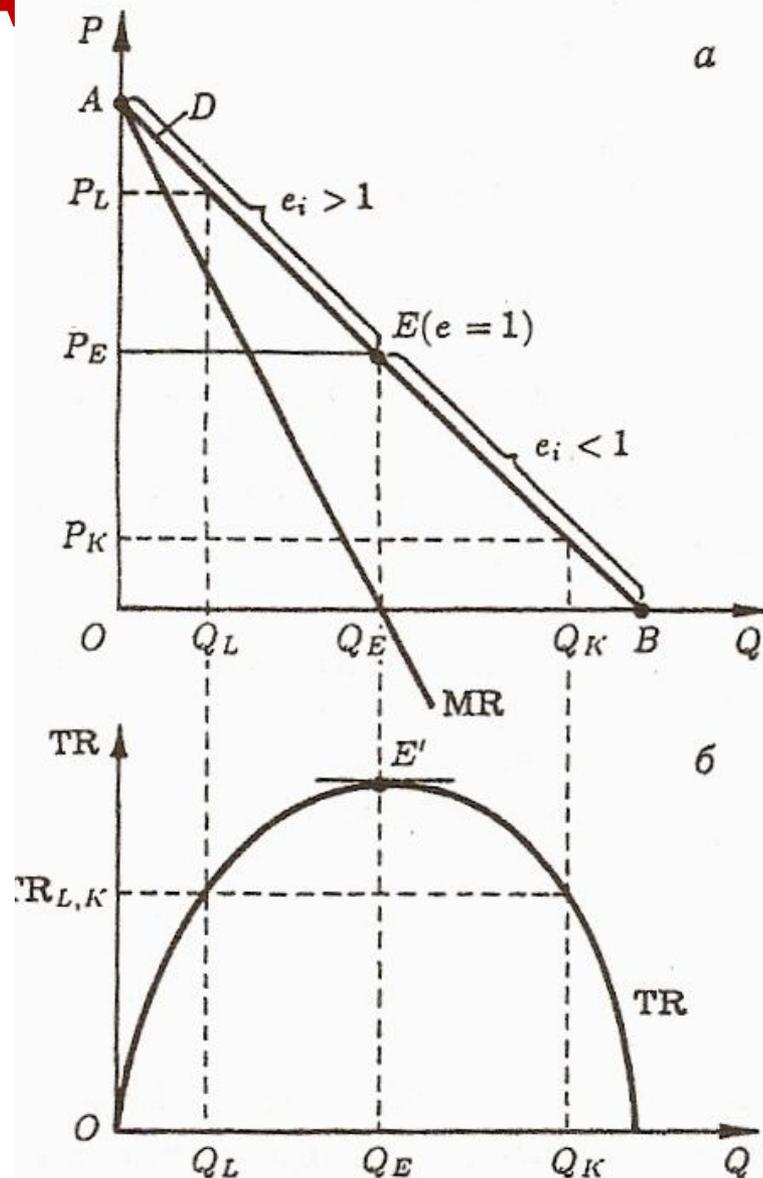


НАЛИЧИЕ ПРЕДЕЛА РОСТА ВАЛОВОГО ДОХОДА

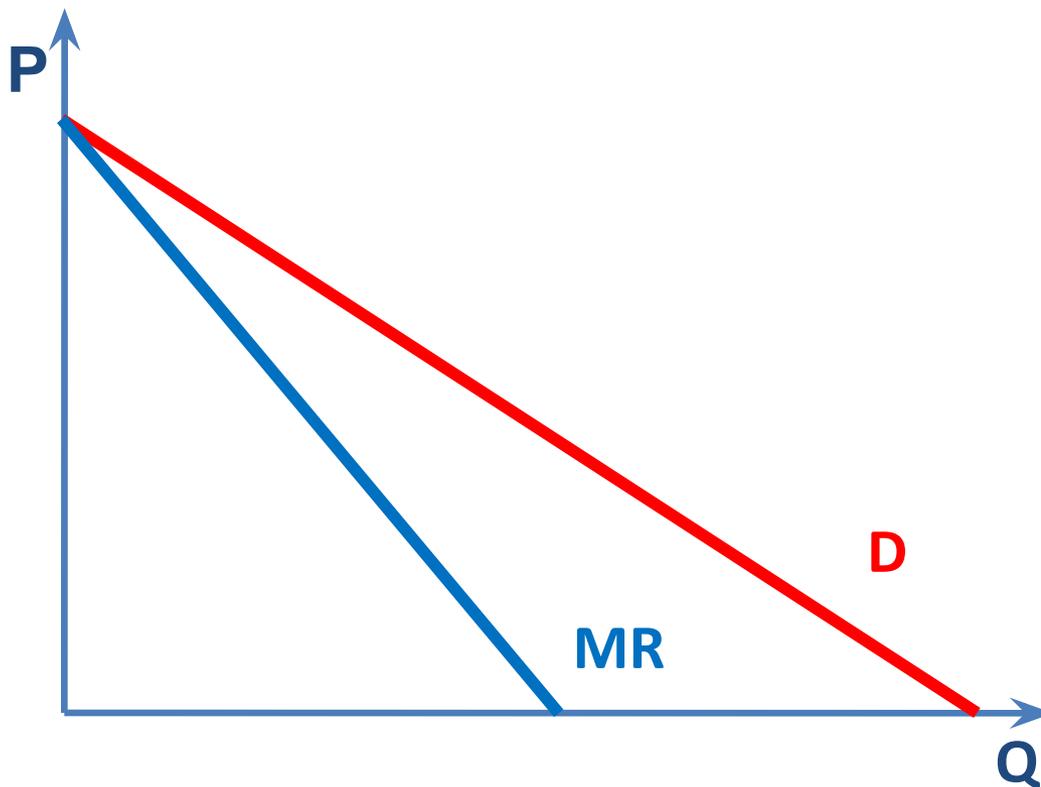
Если $E_D = 1$, то $MR = 0$, TR – max.

Если $E_D > 1$, то $MR > 0$, $TR \uparrow$.

Если $E_D < 1$, то $MR < 0$, $TR \downarrow$, хотя $MC > 0$.

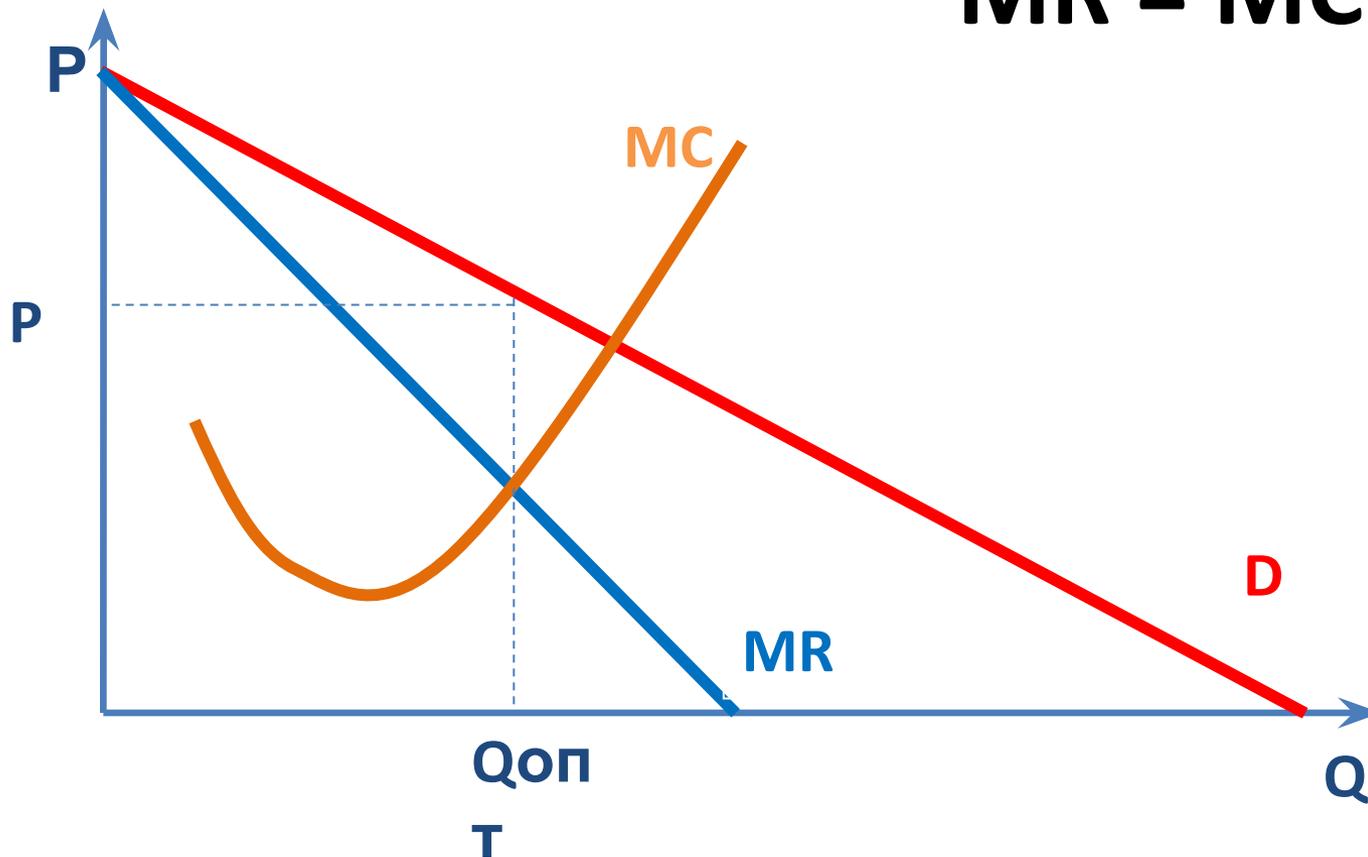


УСКОРЕННОЕ ПАДЕНИЕ ПРЕДЕЛЬНОГО ДОХОДА MR



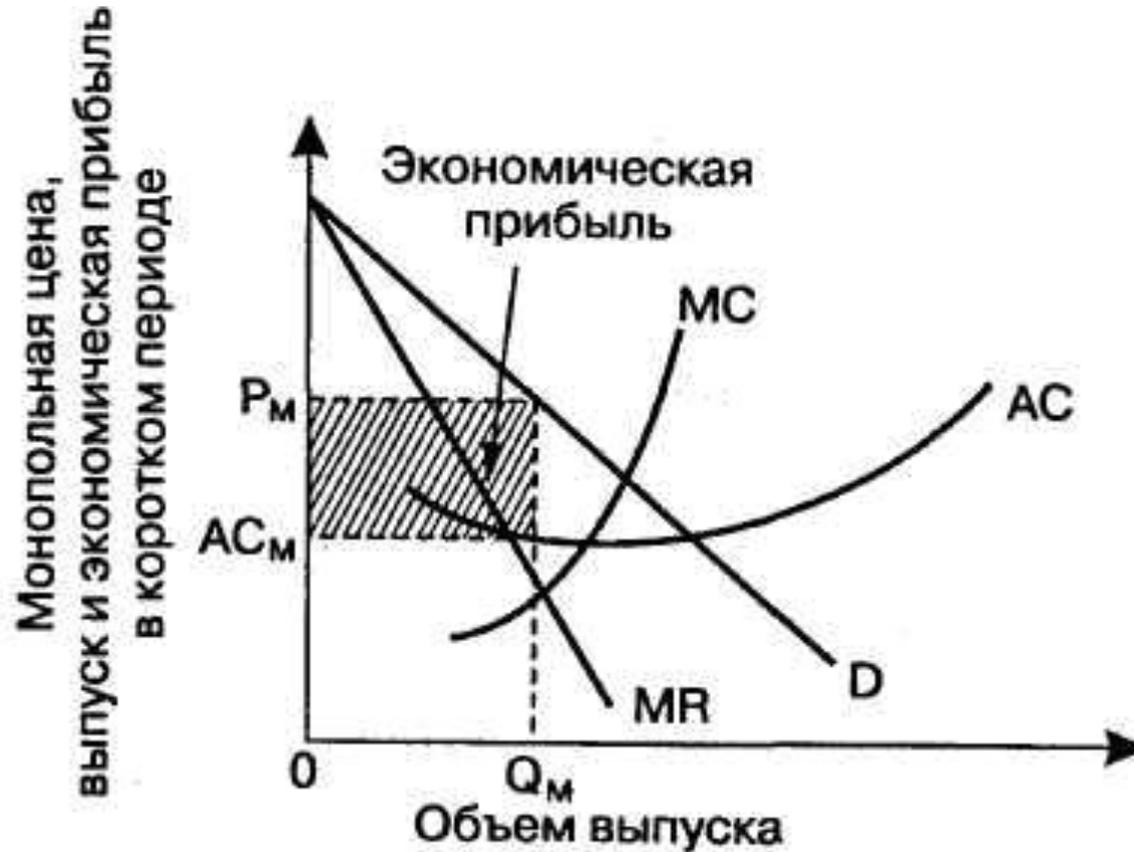
Условие оптимизации – равенство предельного дохода предельным издержкам

$$MR = MC$$



Прибыль несовершенного конкурента (на примере монополии)

$$MR = MC, \quad PR = (P_M - AC_M) Q_M$$



ВОПРОС 5.

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

Понятие антимонопольной политики

- ✓ **Антимонопольная политика – это серия законов, цель которых предотвратить использование фирмами рыночной власти путем сокращения производства и повышения цен.**

Меры антимонопольной политики

Государственные меры против монополизации для развития конкуренции:

- коррекция поведения фирмы и структурная политика;
- прямое регулирование цен;
- регулирование естественных монополий;
- система налогообложения;
- денационализация собственности;
- расширение малого бизнеса

Действия, попадающие под антимонопольное законодательство

- ✓ монополизация рынка: рыночная доля составляет 60 % и более;
- ✓ фиксирование цен (картельный сговор по ценам);
- ✓ слияние компаний;
- ✓ ценовая дискриминация
- ✓ переплетение директоратов.

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО США

- ✓ **Закон Шермана** (1890 г.) признает незаконным создание монополий или сговор, направленный на ограничение свободы торговли.
- ✓ **Закон Клейтона** (1914 г.) противостоит любым действиям, направленным на ценовую дискриминацию, слияния и поглощения компаний горизонтального типа.
- ✓ **Закон Федеральной торговой комиссии** (1914 г.) и **закон Уилера Ли** (1938 г.) направлены на защиту потребителя: запрещение ложной рекламы; преследование нечестных методов конкуренции.
- ✓ **Закон Целлера-Кефопера** (1950 г.) ограничивает вертикальное слияние фирм.

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИИ

1. Отсутствие государственной политики в области конкуренции и повышения конкурентоспособности отечественной продукции на мировом рынке.
2. Жесткая протекционистская политика правительства в отношении импортных товаров с целью снижения их конкурентоспособности на внутреннем рынке (посредством высоких импортных пошлин).
3. Сырьевая экспортная ориентация народного хозяйства России на мировом рынке и импорт продукции высокотехнологичных отраслей (как следствие, ущербный торговый баланс и низкий жизненный уровень населения).

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИИ

4. Отставание технологий в большинстве отраслей промышленного производства народного хозяйства России от мирового уровня на 10-30 лет (как следствие, дорогая и относительно низкого качества продукция).
5. Последствия валютного кризиса августа 1998 года, приведшие к резкому удорожанию импортных товаров.
6. Экономически невыгодный уровень концентрации производства на большинстве крупных предприятий народного хозяйства России (как следствие, чрезмерные цены на выпускаемую продукцию и ее низкая конкурентоспособность).

СПЕЦИФИКА АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ

*Контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных и финансовых рынках в РФ осуществляет **Федеральная антимонопольная служба России (ФАС)**.*

- ✓ использование выгод крупномасштабной экономики;
- ✓ нейтрализация негативных последствий, связанных с ослаблением конкуренции;
- ✓ сохранение некоторых видов монополий, обеспечивая их государственное регулирование (денежно-эмиссионную деятельность; экспорт, импорт отдельных товаров; производство и сбыт алкогольной продукции);
- ✓ 09.11.2017 контроль деятельности естественных монополий.