

# 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

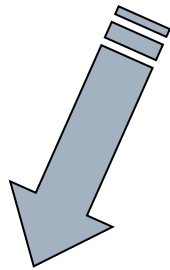
---

- **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

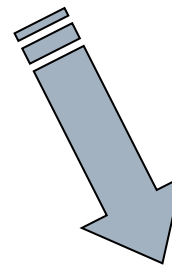
## 9.2 Барьеры на рынке олигополии

---

**По характеру барьеров** различают  
**два типа рынков**



**Сложившиеся  
, медленно  
растущие  
рынки**

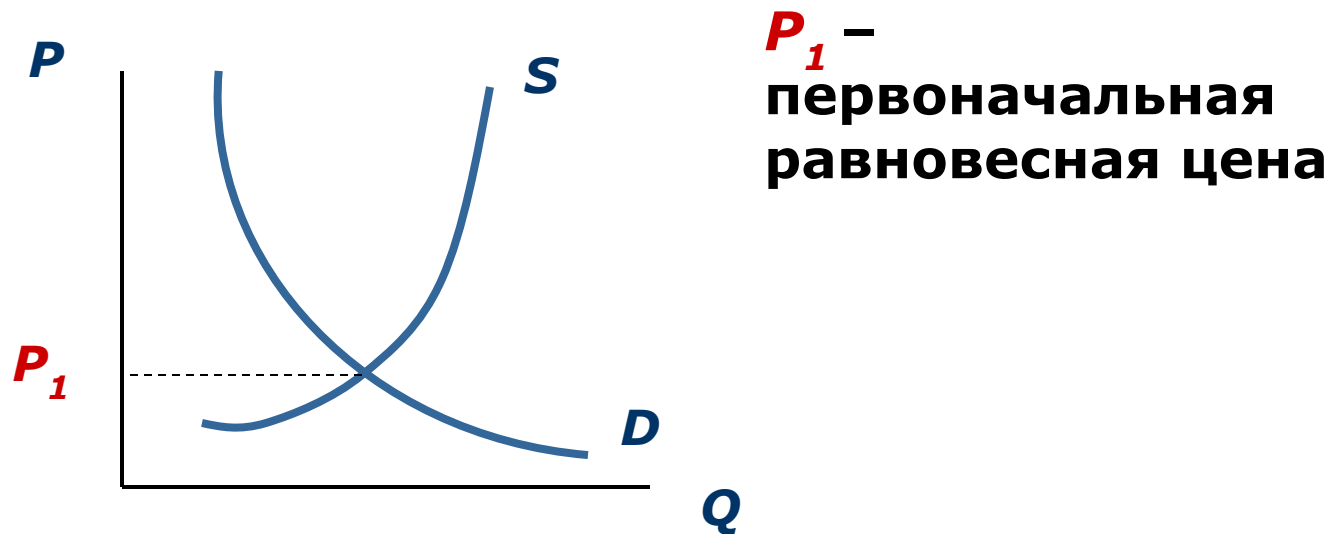


**Молодые,  
динамично  
развивающиеся  
рынки**

## 9.2 Барьеры на рынке олигополии

---

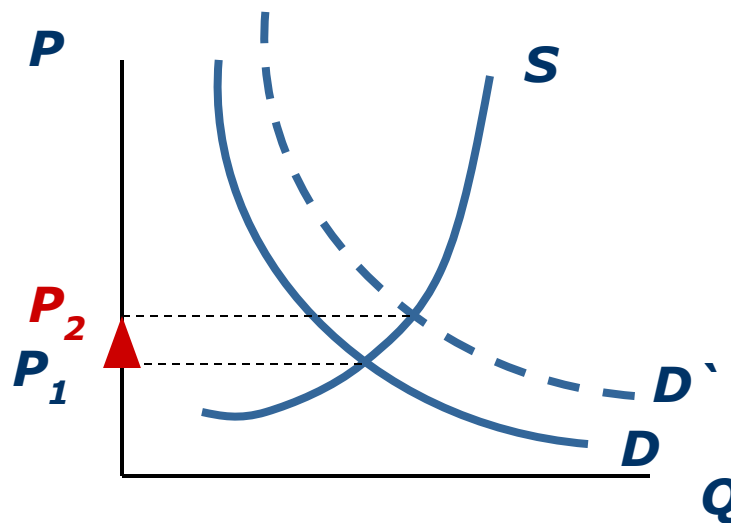
### ***1. Медленно растущие рынки***



## 9.2 Барьеры на рынке олигополии

---

### ***1. Медленно растущие рынки***

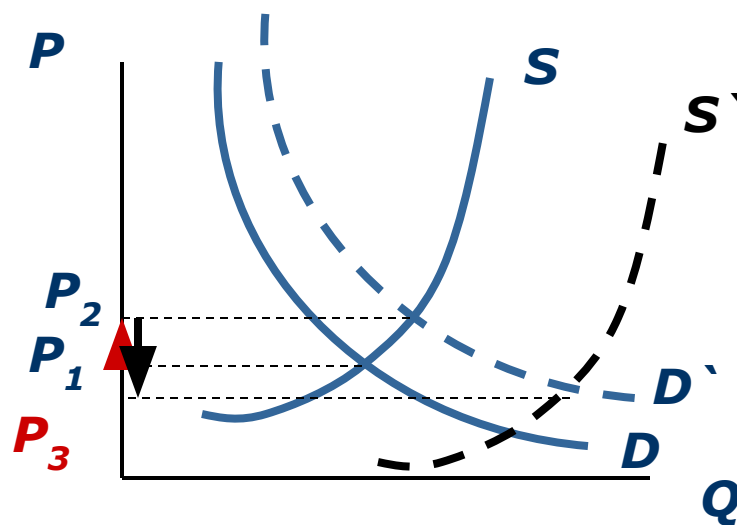


**$P_2$**  – новая  
равновесная  
цена  
(ожидаемый рост  
спроса)

## 9.2 Барьеры на рынке олигополии

---

### 1. Медленно растущие рынки

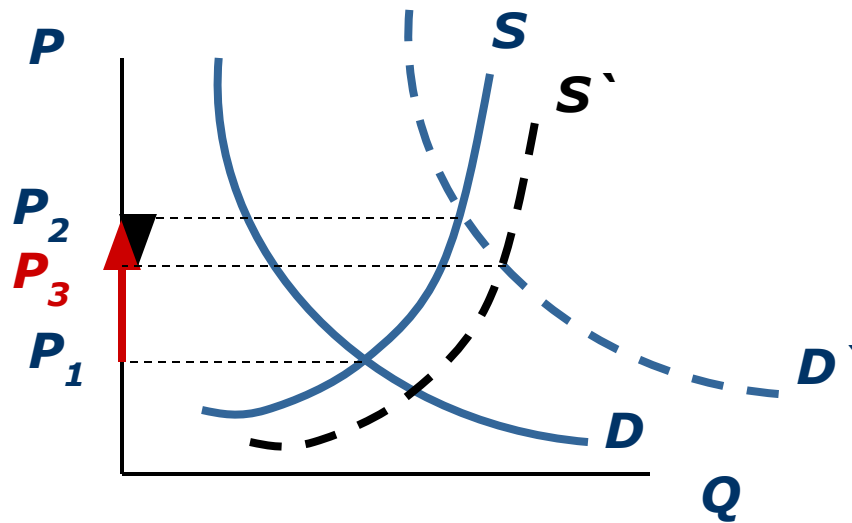


**$P_3$**  – ожидаемая  
цена (вход на  
рынок новых  
фирм)

## 9.2 Барьеры на рынке олигополии

---

### ***2. Динамично развивающиеся рынки***



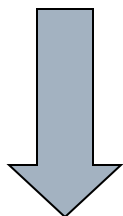


## 9.3 Два основных типа поведения фирм

---

### □ **НЕКООПЕРАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

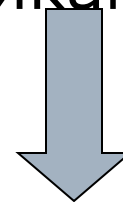
Фирма самостоятельно определяет цены и объемы выпуска



- **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

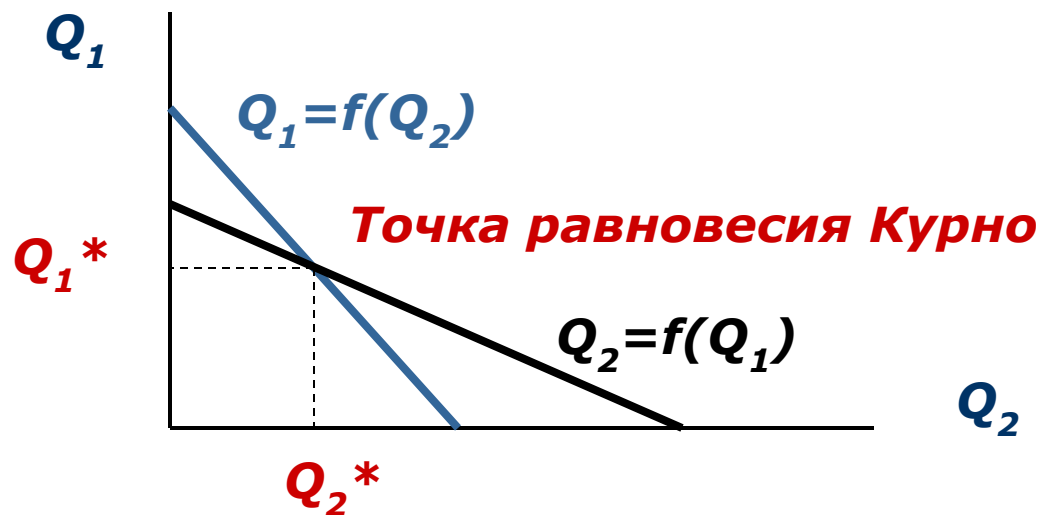
$$MC_1 = MC_2 = 10 \text{ у.е.}$$

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,**

$$\begin{cases} Q_1 = f(Q_2) \\ Q_2 = f(Q_1) \end{cases}$$



## 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)

---

- |                                                                           |                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Фирма А <b>понижает</b> цены ниже уровня $p^*$ , | <input type="checkbox"/> Фирма А <b>повышает</b> 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**



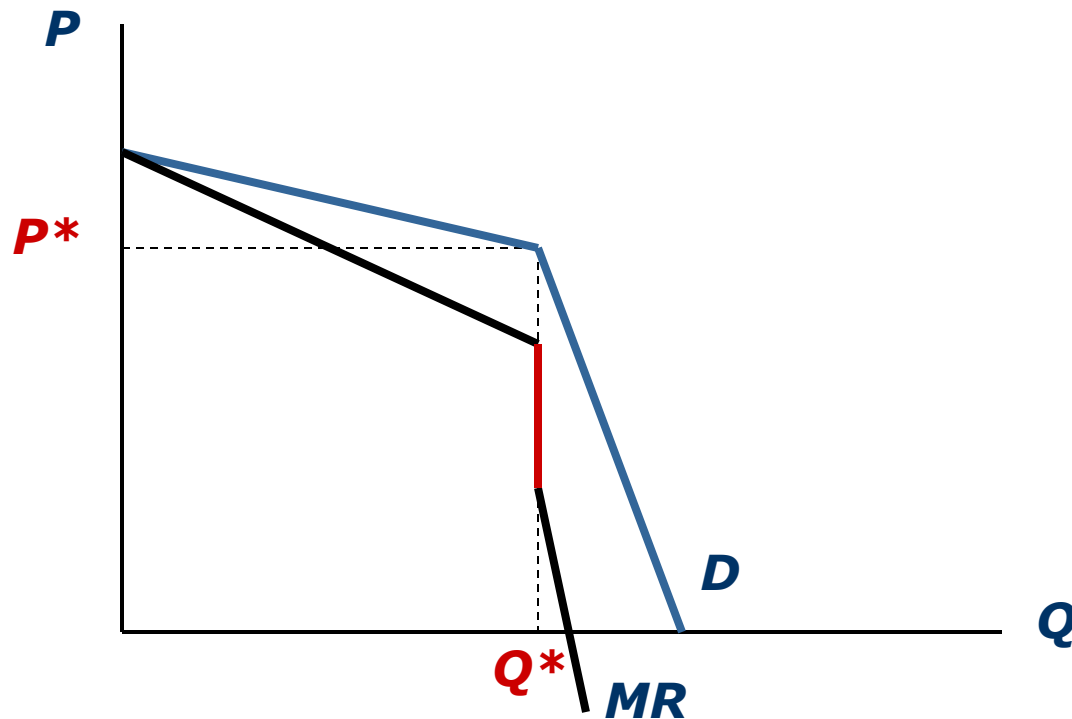
Фирма А теряет доходы. Спрос **эластичный**.



## 9.5 Модель ломанной кривой спроса (1939)

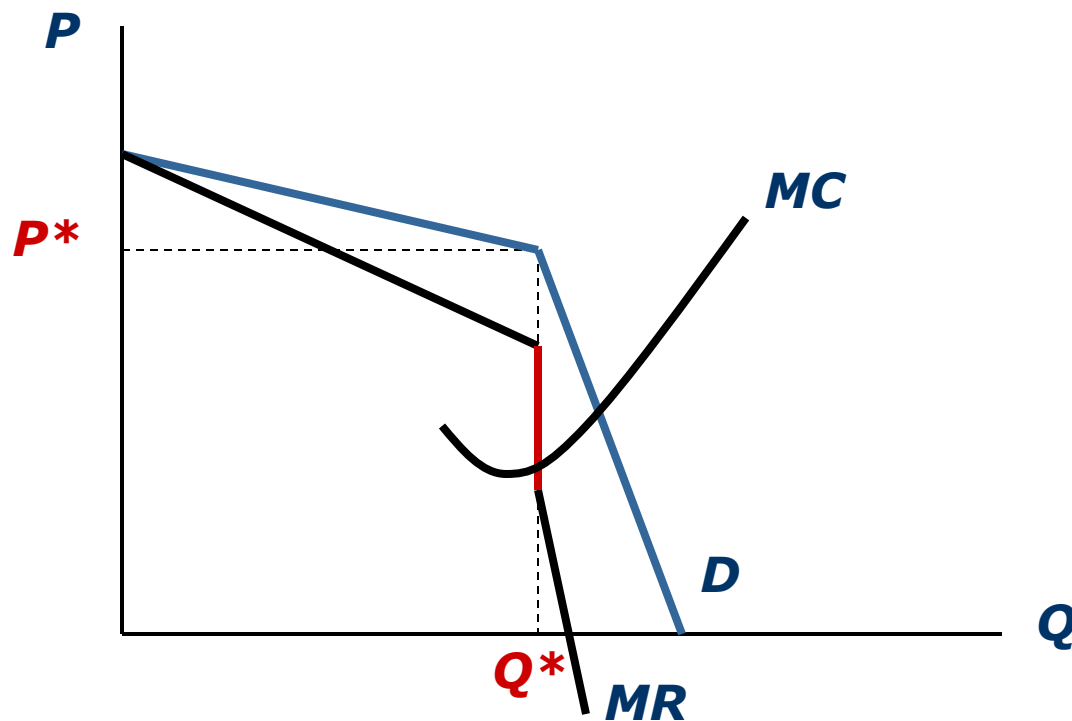
---

### □ *Графическое изображение*



## 9.5 Модель ломанной кривой спроса (1939)

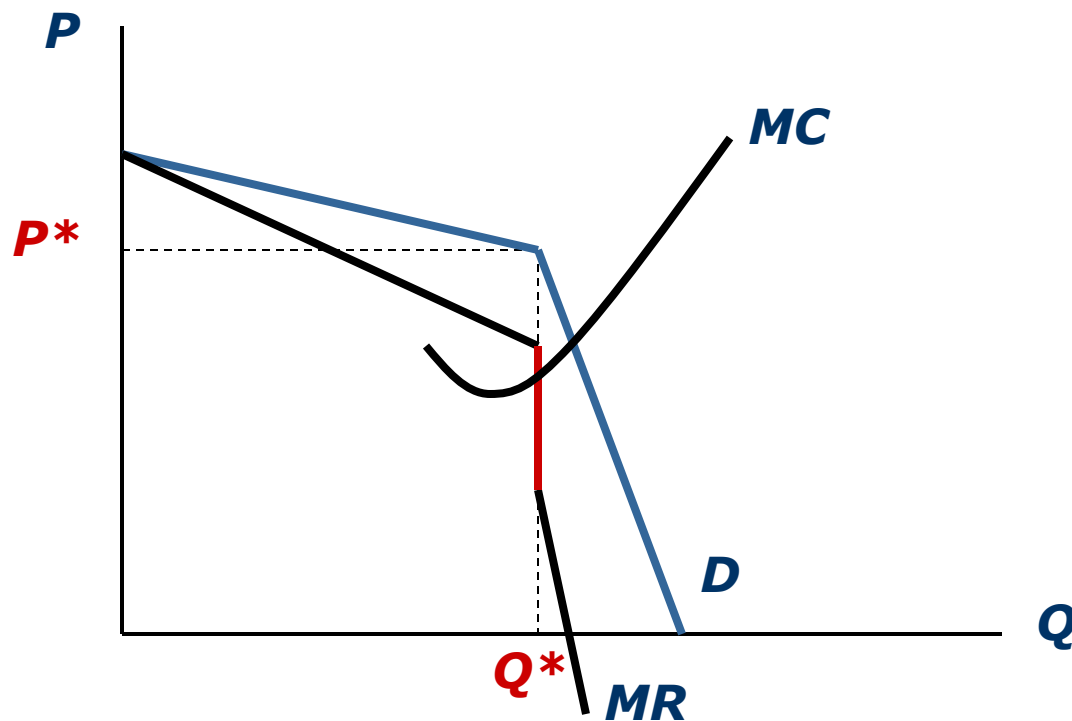
### □ *Графическое изображение*



## 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)

|                      |                | <b>Заклученный В</b> |                    |
|----------------------|----------------|----------------------|--------------------|
|                      |                | <b>Признание</b>     | <b>Непризнание</b> |
| <b>Заклученный А</b> | <b>Призн</b>   | <b>-5, -5</b>        | <b>-1, -10</b>     |
|                      | <b>Непризн</b> | <b>-10, -1</b>       | <b>-2, -2</b>      |

## 9.8 Конкуренция или сговор.

### «Дилемма заключенных»

---

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

|                |               | <b>Фирма В</b>        |                       |
|----------------|---------------|-----------------------|-----------------------|
|                |               | <b>Цена 4 у.е.</b>    | <b>Цена 6 у.е.</b>    |
| <b>Фирма А</b> | <b>4 у.е.</b> | <b>12</b> , <b>12</b> | <b>20</b> , <b>4</b>  |
|                | <b>6 у.</b>   | <b>4</b> , <b>20</b>  | <b>16</b> , <b>16</b> |

## 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.