

# КОНКУРЕНЦИЯ И РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ

Экономическая конкуренция — это не война, а соперничество в интересах друг друга.

Эвин Кэннан

Со времен Адама Смита установлено, что свободные конкурентные рынки, на которых каждый действует в своих собственных интересах, могли бы содействовать реализации высших интересов общества; в этом заключается принцип действия «невидимой руки». Большинство экономистов согласны сегодня с тем, что конкурентные рынки приводят к эффективному распределению ресурсов. Однако экономика не освобождена от присутствия и неконкурентных рынков. Экономисты изучают принципы их формирования, взаимодействия внутри себя и друг с другом. Стоит помнить о том, что *каждая отдельная фирма обычно функционирует в определенной рыночной среде и, планируя свою деятельность, фирма исходит из особенностей именно этой рыночной структуры.*

В главе 7 учебника вы познакомились с четырьмя моделями организации товарных рынков. Это позволило вам понять причины и условия, лежащие в основе различных методов формирования цен, способов конкурентной борьбы, решений относительно объемов выпуска продукции. Изучение

рыночных структур дало возможность глубже разобраться в поведении владельцев небольших предприятий и руководителей крупных корпораций, оценить негативное воздействие на экономику со стороны монополий, понять основное содержание антимонопольной политики государства.

## 7.1. ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

### Ключевые понятия и термины

Для каждого из приведенных здесь понятий и терминов подберите соответствующее ему определение. Для того чтобы успешно выполнить это задание, еще раз внимательно изучите таблицу 7-1 «Типы рыночных структур», которая приведена в § 7.1 учебника.

1. Совершенная конкуренция.
2. Несовершенная конкуренция.
3. Монополия.
4. Олигополия.
5. Монополистическая конкуренция.
6. Барьеры вступления в отрасль.

### Определения

- А. Совокупность ограничений, препятствующих фирме производить определенный вид продукции.
- Б. Тип рыночной структуры, при котором несколько фирм продают стандартный или дифференцированный продукт при ограниченных возможностях контроля над ценами, при наличии высоких рыночных барьеров и при существенных ограничениях доступа экономической информации.
- В. Тип рыночной структуры, при котором множество фирм производят и продают стандартизованную продукцию, отсутствуют рыночные барьеры вхождения в отрасль, имеется полный доступ к экономической информации и ни одна из фирм не в состоянии влиять на рыночную цену.

- Г. Рыночные структуры, при которых в отрасли имеется одна, несколько или сравнительно большое число фирм, в той или иной степени осуществляющих контроль над ценами; структуры, при которых имеются барьеры для вхождения в отрасль, а также ограничения доступа к экономической информации.
- Д. Тип рыночной структуры, предполагающий, что: единственная фирма производит и продает продукт; этот продукт является уникальным; фирма осуществляет полный контроль над ценой этого продукта; имеются очень высокие барьеры для вхождения в отрасль и сильно ограниченный доступ к экономической информации.
- Е. Тип рыночной структуры, предполагающий, что в отрасли имеется относительно большое число фирм, производящих дифференцированную продукцию и осуществляющих частичный контроль над ценами, и что имеются низкие барьеры для вхождения в отрасль и небольшие ограничения для доступа к экономической информации.

### Задание

Для того чтобы убедиться, насколько вы хорошо усвоили, что представляют собой различные рыночные структуры, заполните самостоятельно эту таблицу.

Основные черты рыночной структуры	Рынок совершенной конкуренции	Рынок несовершенной конкуренции		
		монополия	олигополия	монополистическая конкуренция
Количество фирм				
Тип продукции				
Степень сложности входа в рынок				
Доступность экономической информации				
Контроль над ценами				

## 7.2. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

### Ключевые понятия и термины

Для того чтобы понять природу совершенной конкуренции, необходимо прежде всего свободно владеть следующими понятиями и терминами:

1. Прайс-тейкеры.
2. Прайс-мейкеры.
3. Общий доход (общая выручка) фирмы.
4. Общие издержки фирмы.
5. Средний доход фирмы.
6. Предельный доход фирмы.
7. Предельные издержки.
8. Оптимальный объем производства продукции.
9. Состояние равновесия фирмы.

Подберите определение, которое соответствует данному понятию.

### Определения

- А. Прирост издержек фирмы, вызванный увеличением выпуска продукции на одну единицу.
- Б. Величина общего дохода фирмы в расчете на единицу продукции.
- В. Фирмы, которые функционируют в условиях совершенной конкуренции и которые воспринимают сложившиеся на рынке равновесные цены как заданные.
- Г. Состояние, в котором находится фирма, если у нее отсутствуют мотивы к изменению своего положения.
- Д. Сумма издержек фирмы, связанных с производством общего объема продукции.
- Е. Фирмы, которые функционируют в условиях несовершенной конкуренции и которые способны влиять на уровень цен.
- Ж. Объем выпуска продукции, при котором фирма максимизирует свою прибыль.
- З. Общая сумма денег, которую получает фирма от реализации своей продукции на рынке.

И. Прирост общего дохода фирмы в результате увеличения выпуска продукции на одну единицу.

## Тесты

- I.** Прочитайте внимательно следующие утверждения и укажите, какие из них верны, а какие — ошибочны.
1. Только в условиях совершенной конкуренции фирмы могут контролировать цены на свою продукцию.
  2. Чем меньше воздействие отдельных фирм на рынок данной продукции, тем более конкурентным является рынок.
  3. Если выпуск конкурентной фирмы меньше оптимального (по критерию максимизации прибыли), то предельный доход больше предельных издержек.
  4. Конкурентная фирма — это прайс-мейкер, а монополия — прайс-тейкер.
  5. Конкурентная фирма в коротком периоде производит выпуск, при котором  $MC = MR$ , при том, что  $P > AVC$ .
  6. При  $P < AVC$  конкурентная фирма терпит убытки и прекращает производство.
  7. Максимизации прибыли основана на производстве и реализации оптимального объема продукции.
- II.** Укажите, какое из следующих положений является правильным.
1. Для рынка совершенной конкуренции характерно, что:
    - а) фирмы осуществляют неценовую конкуренцию;
    - б) фирмы не имеют собственной политики в области установления цен;
    - в) фирмы производят дифференцированную продукцию;
    - г) новые фирмы могут входить в отрасль в коротком периоде.
  2. Для рынка совершенной конкуренции выполняются следующие условия:
    - а) кривая спроса на продукт фирмы горизонтальна;
    - б) кривая спроса на продукт отрасли имеет отрицательный наклон;

- в) кривая общего дохода фирмы имеет положительный наклон.
3. Конкурентная фирма при равновесии в долгосрочном периоде получает:
- нормальную прибыль;
  - экономическую прибыль;
  - положительную прибыль.
- III.** Укажите, какие из следующих положений являются правильными.
- Для условий совершенной конкуренции характерны:
    - наличие большого числа продавцов;
    - стандартный характер продукта;
    - легкий вход новых фирм в отрасль;
    - активная реклама продукции.
  - В условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде:
    - $MC = MR$ ;
    - цена равна долгосрочным  $ATC$ .

### Упражнения и задачи

1. Общие издержки конкурентной фирмы при изменении объема выпуска в единицу времени меняются следующим образом:

Выпуск	Издержки (долл.)
0	7
1	8
2	10
3	14
4	20
5	28

Каким должен быть выпуск при рыночной цене, равной 5 долл. за единицу продукции?

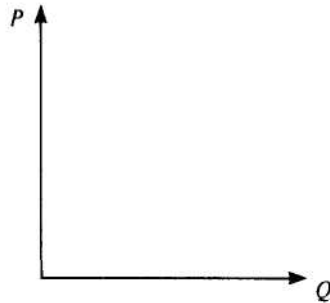
2. Общие издержки трех конкурентных фирм при изменении объема выпуска в единицу времени меняются следующим образом:

Выпуск	Общие издержки (долл.)		
	фирма А	фирма Б	фирма В
0	100	100	100
1	200	190	180
2	280	260	250
3	360	330	310
4	400	410	400
5	520	500	495
6	600	590	580
7	680	680	670
8	790	775	760
9	900	885	855
10	1005	1000	990

Рыночная цена за единицу продукции — 100 долл. Определите, при каком выпуске продукции каждая из фирм достигает равновесного состояния и при каком выпуске достигается равновесие в отрасли. Предполагается, что в отрасли действует 10 тыс. фирм типа фирмы А, 20 тыс. фирм типа фирмы Б и 5 тыс. фирм типа фирмы В.

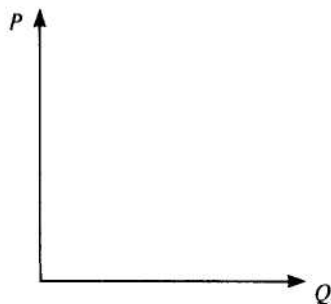
3. Дopiшите и начертите графики.

Если все выпускаемые фирмой единицы товара реализуются по одной и той же цене, выручка от реализации дополнительной единицы продукции представляет собой: \_\_\_\_\_, т. е.  $MR = AR = P$ , а график кривой среднего и предельного дохода будет выглядеть так:



что интерпретируется как: «конкурентная фирма НЕ может повлиять на уровень рыночной цены»;

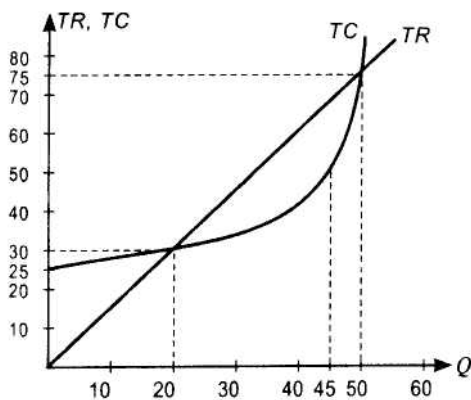
кривая общего дохода:



что интерпретируется как: \_\_\_\_\_

4. Фирма работает на конкурентном рынке. Средние издержки на производство продукта равны  $\$4 + \frac{\$4000}{Q}$  при цене  $\$80$ , где  $Q$  — объем выпуска. Каким должен быть выпуск продукции, соответствующий безубыточности производства?

5. На графике изображены кривые общих издержек и общего дохода.





- а) Каши временной период отражает график — краткосрочный или долгосрочный?
- б) Какова цена товара фирмы?
- в) При каких объемах выпуска фирма получает нулевую экономическую прибыль?
- г) При каком объеме выпуска фирма получает положительную прибыль?
- д) При каком объеме выпуска фирма получает максимальную прибыль?
- е) Какова величина постоянных издержек продукции фирмы?

6. Заполните таблицу:

Варианты соотношения $P$ , $ATC$ и $AVC$	принимаемое решение о выпуске (Да - Нет)
$P > ATC$	
$P = ATC$	
$P < ATC$	
$P < AVC$	

### 7.3. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Монополия представляет собой диаметрально противоположность совершенной конкуренции. В учебнике мы сначала рассмотрели один крайний случай рыночной структуры — совершенную конкуренцию, затем другой крайний случай рыночной структуры — монополию. Практикум по этой теме предназначен для того, чтобы глубже понять особенности положения и поведения фирмы-монополиста, а для этого прежде всего вспомним, что представляют собой важнейшие понятия, введенные в этой теме.

#### Ключевые понятия и термины

1. Естественная монополия.
2. Ценовая дискриминация.

3. Совершенная ценовая дискриминация.
4. Государственная антимонопольная политика.
5. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта.

Подберите к перечисленным понятиям соответствующие им определения.

### Определения

- А. Государственная экономическая политика, направленная против монополизации экономики, антиконкурентных слияний фирм и сговоров о ценах.
- Б. Ценовая дискриминация, при которой фирма устанавливает особую индивидуальную цену на каждую единицу товара.
- В. Фирма, которая использует положительный эффект масштаба производства и способна удовлетворять рыночный спрос с меньшими издержками, чем те издержки, которые образуются у нескольких конкурирующих фирм.
- Г. Положение фирмы на товарном рынке, выражающееся в том, что ее доля в объеме реализуемой на рынке продукции составляет 65%.
- Д. Продажа одной и той же продукции монополистом разным покупателям по неодинаковым ценам.

### Тесты

- I. Укажите, какие из перечисленных утверждений верны, а какие — ошибочны.
  1. Монополия всегда назначает максимально высокую цену на свою продукцию.
  2. Монополия может увеличить продажи, если назначит более низкие цены.
  3. По мере роста выпуска монополист обнаруживает, что общий доход сначала падает, а потом растет.
  4. Одновременно с максимизацией прибыли монополист максимизирует и прибыль в расчете на единицу продукта.

5. Монополия — это фирма-прайс-мейкер.
6. Монополия может увеличить общую прибыль, дифференцируя цены на различных рынках.
7. При максимизации монопольной прибыли выполняется правило  $P = MC$ .
8. Условие  $MR = MC$  является универсальным при определении оптимального выпуска в условиях любой рыночной структуры.

**II.** Какое из нескольких утверждений верно?

1. Наилучший пример чистой монополии — это:
  - а) булочная рядом с вашим домом;
  - б) производитель пива;
  - в) единственная авиалиния между вашим городом и столицей страны;
  - г) городское предприятие водоснабжения.
2. Ценовая дискриминация — это:
  - а) дифференциация цен в зависимости от качества продукции;
  - б) различия в оплате труда в зависимости от возраста, пола или национальности работника;
  - в) установление разных цен для различных категорий потребителей.
3. Если фирма-монополист максимизирует прибыль, то:
  - а)  $TR > TC$ ;
  - б)  $AR > ATC$ ;
  - в)  $AR > MC$ .

**III.** Какие из приведенных утверждений верны?

1. Важнейшие характеристики естественных монополий — это:
  - а) достижение значительной экономии на масштабах;
  - б) производство общественных благ;
  - в) нерациональность конкуренции, так как это порождает высокие издержки для потребителя.
2. Ценовая дискриминация не может осуществляться, если:
  - а) потребитель может перепродать продукт;
  - б) продукт является услугой;
  - в) у продавца отсутствует возможность контролировать цену.

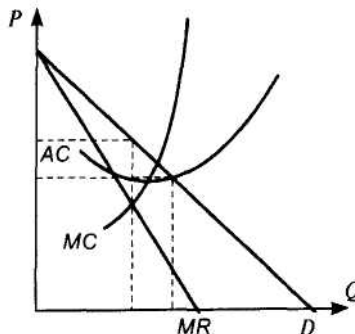
## Упражнения и задачи

1. Объем продаж, цена и общие издержки (в ден. ед.) фирмы-монополиста меняются следующим образом:

Выпуск	Цена	Издержки	Доход	П
0	50	40	0	-40
1	45	50	45	-5
2	40	70	80	+10
3	36	95	108	+13
4	30	125	120	-5
5	25	165	125	-40
6	20	225	120	-105

Какую цену следует установить, чтобы максимизировать прибыль?

2. Проанализируйте график кривых дохода и издержек монополиста.



Отметьте на графике:

- а) объем выпуска, дающий максимум прибыли;
- б) цену, по которой монополист будет продавать данный объем продукции;
- в) площадь, отражающую прибыль монополии;
- г) покажите, как повлияет на поведение фирмы-монополиста снижение рыночного спроса на его продукцию.

### 3. Фирма-монополист запланировала выпуск продукции на год с показателями:

Цена продажи (P), \$/шт.	400	375	350	325	300
Объем продаж (Q), тыс. шт.	40	50	70	95	105
Общие издержки (TC), \$ тыс.	17 500	19 700	22 800	286 000	28 000
Постоянные издержки	7500				

Методом сопоставления общих показателей найдите наиболее выгодные варианты для фирмы по цене и объему реализации.

#### 7.4. ОЛИГОПОЛИЯ

#### 7.5. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

До сих пор мы рассматривали два крайних случая рыночных структур: совершенную конкуренцию и монополию. Теперь мы обратимся к анализу структур рынка, которые сочетают в себе черты и конкуренции (но уже несовершенной), и монополии (но это уже не «чистая» монополия). Как было показано в учебнике, это олигополия и монополистическая конкуренция.

#### Ключевые понятия и термины

1. Олигополистическая взаимозависимость.
2. Картель.
3. Лидерство в ценах.
4. Неценовая конкуренция.
5. Дифференцированная продукция.

Подберите для каждого из перечисленных терминов и понятий соответствующее ему определение.

#### Определения

- A. Ценовая политика фирм в условиях олигополистической структуры рынка, когда фирмы данной отрасли устанавливают цены на свою продукцию, следуя за одной из фирм (как правило, крупнейшей) данной отрасли.

- Б. Различные виды взаимозаменяемых изделий, удовлетворяющих овну и ту же потребность.
- В. Необходимость учета реакции фирм-конкурентов на поведение данной фирмы, когда на рынке действует небольшое количество крупных фирм.
- Г. Методы конкурентной борьбы, состоящие в переходе на выпуск продукции более высокого качества, надежности и долговечности, а также в усилении роли рекламы.
- Д. Сговор между небольшой группой фирм-олигополистов по поводу установления цен и ограничения объема выпуска продукции или ее продаж.

### Тесты

- I.** Укажите, какие из перечисленных утверждений верны, а какие — ошибочны:
- а) картель — это олигополистическая структура рынка, на котором действует небольшое число фирм, вступивших между собой в сговор о ценах;
  - б) продукция, производимая в условиях олигополии, может быть как стандартной, так и дифференцированной;
  - в) для олигополии характерна неценовая конкуренция;
  - г) рынок монополистической конкуренции отличается от рынка совершенной конкуренции наличием дифференцированной продукции;
  - д) издатель учебника «Основы экономической теории» реализует свою продукцию на рынке монополистической конкуренции;
  - е) в долгосрочном периоде фирма в условиях монополистической конкуренции получает нулевую экономическую прибыль.
- II.** Рассмотрите представленную здесь таблицу:

	Число фирм	Доля выпуска каждой фирмы
А	Большое	Значительна
Б	Большое	Незначительна
В	Несколько	Значительна
Г	Не очень большое	Незначительна

Укажите, сочетание каких двух признаков характеризует олигополистическую структуру рынка.

- III. Укажите, какое из приведенных здесь утверждений является правильным. Олигополистическая взаимозависимость означает, что:
- а) каждая фирма производит продукцию, похожую, но не идентичную той, которую производят конкуренты;
  - б) все фирмы производят одну и ту же продукцию;
  - в) каждая фирма должна учитывать реакцию конкурентов, когда она проводит определенную ценовую политику;
  - г) каждая фирма несет убытки из-за неустойчивости рыночных цен.

### Задача

1. Для оценки степени монопольной власти и уровня конкурентоспособности рассчитывают индекс концентрации рынка, т. е. оценивают долю продаж для определенного числа фирм (часто для четырех самых крупных). Предположим, что доля 1-й фирмы 70%, 2-й — 10%, 3-й и 4-й - по 1%. Можно рассчитать индекс суммированием долей, а можно — суммированием квадратов долей. В чем преимущества второго метода?

### Дополнительное чтение 1

Опрос руководителей российских предприятий позволил составить следующую таблицу:

**Частота упоминания способов повышения конкурентоспособности продукции по размерам предприятий (%)**

Способы	Численность занятых, чел.		
	до 200	201-1000	свыше 1000
Изучение запросов потребителей	61	82	77
Снижение издержек	48	55	66
Рекламная кампания	27	35	56
Изучение конкурентов	23	33	46
Создание новых продуктов	61	68	63
Модернизация оборудования			

При этом основным, способом повышения конкурентоспособности считается изучение запросов потребителей... Лишь предприятия пищевой промышленности упоминают этот способ реже... Рекламой как способом привлечения клиентов интересуются в наибольшей степени машиностроительные заводы. Крупные предприятия уделяют этому в два раза больше внимания. Для пищевой промышленности проблема утраты старых и поиска новых потребителей менее актуальна. Частота упоминания снижения издержек производства увеличивается с размером предприятия и выглядит вполне естественно...

52% респондентов посчитали, что конкуренция никак не влияет на размеры производства. Среди указавших, что конкуренция влияет на размеры производства, большая часть считает, что это влияние отрицательное!

*Финансовые известия, 1995, № 44*

Обсудите результаты опроса. Укажите, какие, по вашему мнению, данные о способах повышения конкурентоспособности отражают условия той или иной рыночной структуры.

## Дополнительное чтение 2

### **Правительство обиделось на естественных монополистов**

Железнодорожники считают, что ныне действующее государственное регулирование и ограничение предельного роста тарифов в отрасли не учитывает реально складывающихся темпов увеличения цен в промышленности на продукцию, потребляемую транспортом. После 1990 г. бюджетное финансирование отрасли постоянно сокращалось, и сегодня тарифы остались практически единственным источником жизнеобеспечения отрасли.

Специалисты МПС считают, что регулировать тарифы следует не по отдельным видам транспорта, а по сегментам транспортного рынка в зависимости от развития на нем конкуренции. Первый сегмент — с развитой конкуренцией между различными видами транспорта и с избытком предложения, второй — с преобладанием перевозчиков-немонополистов и третий — где перевозки находятся исключительно в сфере деятельности естественной монополии — железных дорог.

*Финансовые известия, 1997, № 5*

Обсудите мнение специалистов МПС относительно регулирования тарифов по отдельным видам транспорта. Следует ли учитывать особенности рыночной структуры, которая характерна для того или иного вида транспорта?



## Итоговые тесты для самопроверки

- I.** В каждом случае имеется только одно правильное утверждение.
1. Исследования экономистов показали, что в основу определения того, к какому типу относится та или иная рыночная структура, должны быть положены следующие критерии:
- а) доступность экономической информации, наличие сертификатов качества на выпускаемую продукцию, количество фирм на рынке;
  - б) количество фирм на рынке, доступность информации, характер производимой продукции;
  - в) характер производимой продукции, количество фирм на рынке и свободный вход на рынок;
  - г) количество фирм на рынке, характер производимой продукции, наличие или отсутствие барьеров входа на рынок, степень доступности экономической информации, отсутствие контроля над ценами.
2. Примером естественной монополии является:
- а) компания «Майкрософт»;
  - б) городской метрополитен;
  - в) Сбербанк России;
  - г) международная организация «Красный Крест».
3. Какой из следующих рынков более других соответствует условиям совершенной конкуренции:
- а) рынок автомобилей;
  - б) рынок пшеницы;
  - в) рынок труда;
  - г) рынок верхней одежды?
- II.** Каждому утверждению в левой колонке подберите продолжение из правой колонки таблицы:

А. Отсутствие входных барьеров на рынок характерно...

Б. Рынок, представленный группой продавцов, объединенных соглашением о его разделе и общей ценой, характерен...

1. ...для олигополии

2. ...для ценовой дискриминации

В. Ситуация, в которой общество несет потери из-за высоких цен при низком выпуске, более характерна...

Г. Рынок, на котором несколько продавцов могут оказывать воздействие на цену продукции в отрасли, характерен...

Д. Ситуация, когда назначаются разная цена на один и тот же товар, характерна...

Е. Ограниченность ресурсов — главный фактор, формирующий ситуацию, характерную...

Ж. Отсутствие кривой предложения характерно...

З. Рынок с большим числом фирм, производящих взаимозаменяемые товары и услуги, характерен...

И. Ситуация, в которой при любом объеме выпуска продукция продается по одинаковой цене, характерна...

К. Чем меньше заменителей имеет продукт, тем ближе монополистическая конкуренция к ситуации, характерной...

3. ... для совершенной конкуренции

4. ...для рынка совершенной конкуренции

5. ...для совершенной конкуренции

6. ...для картеля

7. ...для конкуренции

8. ...для монополистического рынка

9. ...для монополии

10. ...для монополистической конкуренции

А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З	И	К

III. Верны ли следующие утверждения (Да — Нет)?

1. Свободный вход на монополизированный рынок невозможен.
2. Конкурентная фирма не может повлиять на рыночную цену.
3. Конкурентная фирма продает по рыночной цене столько, сколько захочет.
4. Обладание монополией всегда гарантирует прибыль.

5. Если предельные издержки фирмы превышают предельный доход, следует наращивать выпуск продукции.
6. Ценовая дискриминация выгодна только тогда, когда ценовая эластичность на обслуживаемых рынках одинакова.
7. При монополистической конкуренции легче основать новую фирму, чем при совершенной конкуренции.
8. На рынках совершенной конкуренции реклама—пустое дело.
9. На рынках олигополии продукция совершенно однородна.
10. В условиях монополизированного рынка отсутствует кривая предложения.