

Тема: «Структура рынка. Совершенная и несовершенная конкуренция: конкуренция и монополия»

1. Основные типы рыночных структур
2. Характеристика рынка совершенной (идеальной) конкуренции
3. Основные типы современных монополий
4. Сущность и методы антимонопольного регулирования

Конкуренция – это соперничество между субъектами рыночного хозяйства за лучшие условия доступа к факторам производства, реализации товаров в целях получения дополнительной прибыли.

Виды конкуренции

- Внутритраслевая – между предприятиями одной отрасли за наибольшую прибыль.
- Межотраслевая – между предприятиями различных отраслей за наиболее выгодные условия вложения капитала.

Методы конкурентной борьбы

- **Ценовая конкуренция** – борьба за получение дополнительной прибыли на основе уменьшения издержек производства, снижения цен на товары без изменения их ассортимента и качества.
- **Использование внерыночных форм борьбы** – финансовые махинации, спекуляции ценными бумагами, промышленный шпионаж, давление через государственные органы, физическое устранение конкурента и др.
- **Неценовая конкуренция** – изменение свойств товаров, придание ему качественно новых свойств, создание товаров – субститутов, послепродажное техническое обслуживание, реклама и т.д.

Формы конкуренции

→ **Совершенная конкуренция** – (рынок свободной конкуренции) классическая модель рынка.

→ **Несовершенная конкуренция** – (рынок несовершенной конкуренции) современная модель рынка.

а) монополия (господствует один продавец),

б) дуополия (господствуют два продавца),

в) олигополия (господствует несколько (2 – 5) продавцов),

г) монопосония (господствует 1 покупатель)

д) монополия с дифференциацией продукта (большое число продавцов предлагающие сходные, но не одинаковые товары).

Характерные черты несовершенной конкуренции

→ **Число фирм в отрасли** – одна или несколько,

→ **Вид продукции** – дифференцированный,

→ **Способ влиять на рыночную цену** – диктует цены,

→ **Барьеры для вступления в отрасль** – значительные,

→ **Неценовая конкуренция** – значительная.

Барьеры для вступления в отрасль

- Контроль над ресурсами;
- Патенты и авторские права;
- Лицензии правительства.

Характерные черты совершенной конкуренции

- Число фирм – очень большое,
- Тип продукта – однородный,
- Контроль над ценой – отсутствует,
- Условия вступления в отрасль – препятствия отсутствуют,
- Неценовая конкуренция – отсутствует.

Совершенная конкуренция – это тип рыночной структуры, где рыночное поведение продавцов и покупателей заключается в приспособлении к равновесному состоянию рыночных условий. Здесь исключены все виды соперничества как между продавцами, так и между покупателями. Совершенная конкуренция представляет собой научную абстракцию, идеальный тип рыночной структуры, служит эталоном для сравнения с другими реальными типами рыночных структур. Для рынка совершенной конкуренции характерны следующие признаки: - множество как продавцов, так и потребителей продукции; - продукция однородная (стандартная); - вход и выход на рынок свободный (отсутствие отраслевых барьеров); - информация о состоянии рынка открытая; - продавцы и покупатели никоим образом не могут воздействовать на цены и принимают их как данные. Конкурентная фирма – фирма, принимающая цену на свою продукцию как данную, не зависящую от реализуемого ею объема продукции на совершенно конкурентном рынке.

Цель фирмы – максимизация прибыли (ТР), которая представляет собой разницу между валовым доходом (TR) и валовыми (совокупными) издержками (ТС) за период продаж:

$$TP = TR - TC.$$

К достоинствам совершенной конкуренции можно отнести: - производство осуществляется в технологическом отношении более эффективно; - распределение ресурсов происходит в оптимальном режиме; -

безубыточность и устойчивость предприятий. Эти признаки не характерны ни для одного из типов несовершенной конкуренции. В условиях совершенной конкуренции условием равновесия является равенство предельных издержек рыночной цене товара: $MC = P$.

Монополия – тип рыночной структуры, в котором существует только один продавец, контролирующий всю отрасль производства определенного товара, не имеющего близкого заменителя. Рынок монополии – это полная противоположность конкурентному рынку. Различают три вида монополии – закрытую, естественную и открытую.

Монопольная власть – это возможность монополиста устанавливать цену на свой товар, изменяя его объем, который он готов продать. В качестве измерителя монопольной власти считается величина, на которую цена, максимизирующая прибыль, превышает предельные издержки. Этот метод определения монопольной власти был предложен в 1934 году экономистом Абба Лернером и получил название показателя монопольной власти Лернера:

$$L = (P - MC) / P.$$

Численное значение коэффициента Лернера варьируется между 0 и 1.

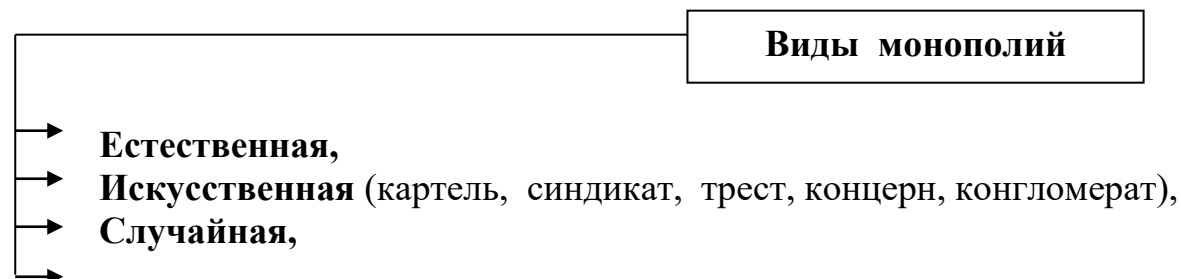
Для совершенно конкурентной фирмы $P = MC$ и $L = 0$.

Чем больше L , тем больше монопольная власть.

Условием максимизации прибыли для монополиста является равенство предельного дохода предельным издержкам:

$$MR = MC.$$

Государство регулирует деятельность монополий в целях защиты потребителей и обеспечения конкурентной среды, используя как прямые (законодательные), так и косвенные (экономические) методы регулирования.



Монополия – это исключительное право производства, промысла, торговли и других видов деятельности, принадлежащее одному лицу, группе лиц или государству.

Естественная монополия – это монополия, возникающая вследствие того, что единственная фирма обеспечивает рынок каким – либо товаром или услугой с меньшими издержками, чем это сделали бы две или более фирм.

Искусственная монополия – возникает на основе сговора или подавления конкурентов.

Случайная монополия – возникает в результате создания временного превышения спроса над предложением для своего круга потребителей, что обеспечивает эффективное вложение капитала.

Главная причина возникновения монополий – концентрация производства и капитала.

Цель монополии – получение монопольной прибыли.

Средство достижения цели – монопольная цена.

Основные направления концентрации

- **Горизонтальная концентрация** – слияние компаний, занятых в одной отрасли производства,
- **Вертикальная интеграция** – объединение разноотраслевых компаний, производство в которых связано одной технологической линией,
- **Диверсификация** – объединение разноотраслевых компаний, технологически не связанных между собой.

Организационные формы монополий

- **Картель** – монополистическое соглашение о разделе рынков, квотах производства, уровне цен.
- **Синдикат** – объединение в целях **совместного сбыта продукции**,
- **Трест** – объединение на основе совместной собственности, общего управления производством и сбытом товаров.
- **Концерн** – объединение многопрофильных фирм с **единым финансовым центром**.
- **Конгломерат** – объединение, образованное в результате слияния и поглощения головной

компанией других компаний, не связанных с ней по роду деятельности.

Методы контроля над ценами

- **Лидерство в ценах** – ведущая компания назначает свои цены, а остальные следуют им.
- **Тайный сговор** – соглашение между несколькими крупными компаниями об установлении фиксированных цен.
- **Ценовая дискриминация** – один и тот же товар продается разным покупателям по разным ценам.

Условия осуществления ценовой дискриминации

- Обладание некоторой степенью монопольной власти,
- Выделение разных групп покупателей по эластичности спроса,
- Невозможность перепродать товары или услуги.

Последствия ценовой дискриминации

- Продавец получает больше прибыли,
- Производится больший объем продукции.

Социально – экономические последствия монополии

- **Производит** меньший объем товаров, чем чисто конкурентный рынок.
- **Назначает** более высокую цену, чем чисто конкурентный рынок.
- **Несет** большие расходы на сохранение монополий.

Способы сокращения монопольной власти

- Антимонопольная политика,
- Экономическое регулирование,
- Формирование государственной собственности.

Антитрестовское законодательство в США

1. Закон Шермака (1890) – принят **против** создания монополий или сговора, с **этой целью** ограничение свободы торговли.

2. Закон Клейтона (1914) – наделил правительство дополнительными полномочиями и разрешил частные судебные иски к монополиям в соответствии с этим законом.

3. Закон Правительственной торговой комиссии (1914) – Создана комиссия для усиления действия антитрестовского законодательства.

4. Закон Целлера Кефорера (1950) – против слияния компаний различного типа.

Антимонопольное законодательство в РК

Основывается на следующих законах:

- «О естественных монополиях»,
- «О недобросовестной конкуренции»,
- «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности».

В этих законах:

- определены действия, признающиеся недобросовестной конкуренцией,
- устанавливается механизм предотвращения и устранения недобросовестной конкуренции и ее последствий,
- установлены виды недобросовестной конкуренции в РК,
 - а) незаконное использование фирменного наименования, товарного знака,
 - б) копирование внешнего оформления товара конкурента,
 - в) навязывание дополнительных условий продажи,
 - г) некорректное сравнение в рекламе,
 - д) умышленное искажение или сокрытие в рекламе сведений об истинных свойствах и качестве товара.
- е) горизонтальное слияние субъектов рыночных отношений, приводящие к устранению конкуренции.