

Лекция №5 по теме:
Конкуренция и монополия

Лектор: к.э.н.
Губанова М.В.

Выводы к лекции №4

1. Для осуществления целевой функции фирма должна решить следующие задачи:

- Минимизация издержек
- Определение оптимальный объем выпуска продукции
- Определение оптимальной цены реализации продукта
- Определение оптимального размера предприятия

2. В целях определения оптимального объема выпуска и цены продукции, экономическая теория рекомендует использовать **предельный анализ**.
3. **Суть предельного анализа** сводится к сопоставлению предельных выгод от увеличения объема выпуска продукции с предельными затратами, вызванными увеличением объема выпуска.
4. **Совершенная конкуренция** обеспечивает наиболее эффективное и рациональное распределение и использование экономических ресурсов.

Рыночная структура предполагает учет количества и возможностей продавцов (покупателей) в цене и объеме продаж (покупок).

В экономической теории выделяют четыре типа рыночной структуры:

- «Совершенная конкуренция»
- «Монополия»
- «Монополистическая конкуренция»
- «Олигополия»

Совершенная конкуренция

Совершенная конкуренция – вид конкуренции, где действует достаточно много мелких продавцов и покупателей идентичного товара. Здесь цена определяется **свободной игрой спроса и предложения** в соответствии с рыночными законами.

Характеристика рынка совершенной конкуренции:

- Большое количество продавцов и покупателей
- Продаваемый продукт однороден у всех производителей, и покупатель может выбрать любого продавца товара для осуществления покупки
- Невозможность контроля над ценой
- Полная свобода «входа» в рынок и «ухода» из него

В реальной
действительности рынок
совершенной конкуренции в
строгом теоретическом
значении не встречается. Он
представляет собой
«идеальную» структуру,
подразумеваемая, что
свободная конкуренция
существует, скорее как

Монополия

Монополия – тип рыночной структуры, где существует только один продавец, причем он производит товар, не имеющий близких заменителей.

Производитель способен полностью контролировать объем предложения товара, выбирать цену, регулируя объемы прибыли.

Характеристика монополии:

- Единственный продавец (монополист)
- Реализуемый продукт уникален, поэтому покупатель вынужден платить цену, установленную монополистом
- Полный контроль монополиста над ценой товара и объемом продаж
- Для потенциальных конкурентов монополист устанавливает труднопреодолимые барьеры

Феномен «естественной МОНОПОЛИИ»

Естественные монополии - предприятия общественного пользования и предприятия, эксплуатирующие природные ресурсы. Как правило ЕМ находятся в собственности государства или действуют под его контролем.

Искусственные барьеры для предотвращения монополий:

- **Лицензия** – право фирмы на исключительное осуществление определенного вида деятельности на данном рынке.
- **Авторское право** – контроль продажи оригинального продукта в интересах автора.
- **Товарные знаки** – специальные символы для узнавания товара, услуги или фирмы.
- **Патент** – свидетельство, удостоверяющее исключительные права автора на распоряжение созданным им благом

Явление монопсонии

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

Монополистическая конкуренция

МК – это относительно большое количество производителей, предлагающих похожую, но не идентичную (с точки зрения покупателей) продукцию.

Предполагает, что каждая фирма продает особый тип товара, которые отличается качеством, оформлением, престижностью, благодаря чему у покупателя складываются «неценовые предпочтения».

Олигополия

Олигополия – преобладающая форма современной рыночной структуры.

Олигополия – рынок, на котором существуют несколько фирм, отдельные из которых контролируют значительную долю рынка, где вступление на рынок новых фирм затруднено.

Особенности олигополистического рынка

- Зависимость поведения каждой фирмы от реакции и поведения конкурентов
- Неценовые методы борьбы:
техническое превосходство, качество и надежность изделия, методы сбыта, характер предоставляемых услуг и гарантий, дифференциация условий оплаты, экономический шпионаж.

Экономическая политика олигополистических фирм

- Жесткость цен
- Лидерство в ценах
- Патентные пулы
- Консорциум

- **Жесткость цен** – так называется практика действий олигополистических фирм, когда даже при изменении издержек или спроса определенная фирма не склонна к изменению цены.
- **Лидерство в ценах** означает практику, когда при формировании цен на свою продукцию компания ориентируется на цены, установленные лидером – доминирующей фирмой.

- **Патентные пулы** – это соглашение о специализации и кооперации производства.
- **Консорциум** – объединение фирм с целью проведения общих научных исследований, совместного строения инвестиционных объектов и т. д.

Характерные признаки основных рынков

ПРИЗНАКИ	СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ	МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ	ОЛИГОПОЛИЯ	МОНОПОЛИЯ
<u>Число фирм</u>	Множество мелких фирм	Много фирм	Несколько крупных фирм	Одна крупнейшая фирма
<u>Тип продукта</u>	Одинаковый	Дифференцированный	Одинаковый или дифференцированный	Уникальный
<u>Условия вступления на рынок</u>	Очень легкие	Сравнительно легкие	Существенные препятствия	Очень трудные, зачастую невозможные
<u>Контроль над ценами</u>	Отсутствует	Ограниченность возможности	Приоритет ценового лидера	Полный контроль

Антимонопольная политика

Антимонопольная политика со стороны государства предполагает:

- Административный контроль монополизированными рынками
- Организационный механизм
- Антимонопольное законодательство

- **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)

- 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.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!!!**