



КОНКУРЕНЦИЯ И
МОНОПОЛИЯ В
РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Тема 6

Вопросы темы

1. Экономическая сущность конкуренции, ее функции и роль в экономике
2. Виды конкуренции и методы конкурентной борьбы. Совершенная и несовершенная конкуренция
3. Сущность и виды монополий.
Антимонопольная политика государства

Экономическая сущность конкуренции, ее функции и роль в экономике

Вопрос 1

Что такое конкуренция?

- О Конкуренция** – это экономическое соперничество, борьба между субъектами хозяйственной деятельности за лучшие условия производства и реализации экономических благ с целью получения наибольшей прибыли
- О Цель конкуренции** – соперничество рыночных субъектов за реализацию собственных интересов путем получения экономических конкурентных преимуществ над своими соперниками

Условия возникновения и функционирования конкуренции

- Наличие на рынке неограниченного количества независимых производителей и покупателей продуктов или ресурсов
- Свобода производителей относительно выбора хозяйственной деятельности
- Абсолютно свободный доступ экономических субъектов к рынку и такой же свободный выход из него
- Определенное соответствие между спросом и предложением, нет места перепроизводству и дефициту
- Мобильность материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов
- Отсутствие соглашений между поставщиками и потребителями ресурсов, которые могут ограничить конкуренцию
- Наличие у каждого участника конкуренции полной информации о спросе, предложении, ценах, норме прибыли и т. п.

Экономический закон конкуренции

Закон конкуренции выражает существенные, внутренне необходимые, устойчивые, причинно-следственные связи между экономическими субъектами в борьбе за наиболее выгодные условия производства и реализации товаров с целью получения наибольшей прибыли

Функции конкуренции

Функция ценообразования

- Конкуренция влияет на уровень индивидуальных затрат производства любого товара, сводя их к общественно необходимым издержкам

Функция регулирования

- Ориентируясь на конкурентно установленные рыночные цены, предприниматели направляют свои капиталы из малопродуктивных отраслей в более прибыльные отрасли

Функция стимулирования

- Конкуренция побуждает товаропроизводителей применять новую технику и технологии, внедрять эффективные формы организации труда, экономнее использовать ресурсы, повышать качество продукции, снижать цены

Функции конкуренции

Контролирующая функция

- Конкуренция контролирует конкурентоспособность каждого производителя по двум основным показателям:
- **во-первых**, соответствие индивидуальных затрат производства его товаров общественно необходимым издержкам производства подобных товаров;
- **во-вторых**, соответствие ассортимента и качества его товаров нуждам потребителей, т.е. его полезности для них

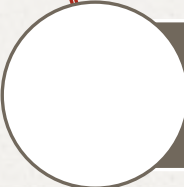
Функция дифференциация товаропроизводителей

- Товаропроизводители при прочих равных исходных экономических возможностях могут иметь разные конечные результаты своей деятельности


Отрицательные последствия конкуренции



Порождает свою противоположность - монополию



Способствует разорению и банкротству малых и средних предприятий



Усиливает безработицу, инфляцию, имущественное и социальное расслоение населения

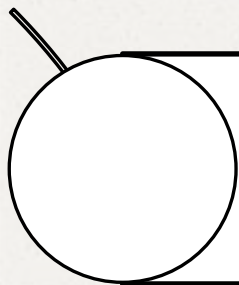


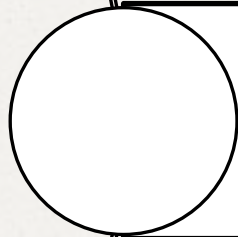
Порождает коммерческую тайну, нечестные формы борьбы и т.д.

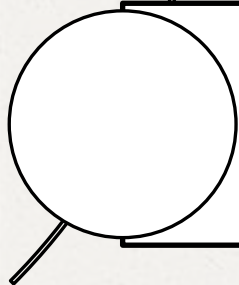
Виды конкуренции и методы
конкурентной борьбы.
Совершенная и
несовершенная
конкуренция

Вопрос 2

По отраслевому и территориальному признакам







По методам конкурентной борьбы

- **Конкуренция по продуктам** (улучшение качества, повышение надежности при эксплуатации, обновление ассортимента, соответствие товаров международным стандартам и т.п.)
- **Конкуренция по условиям продажи** (продажа товаров в кредит, продление срока гарантийного обслуживания, бесплатная доставка, бесплатные консультации, продажа товаров с запчастями, интенсивное использование рекламы, открытие ремонтных мастерских, сервисных центров)

По методам конкурентной борьбы

Добросовестная конкуренция

Недобросовестная конкуренция –

нецивилизованные формы конкуренции, проявляющиеся в нарушении экономическими субъектами законодательства, профессиональных, этических, моральных норм и правил поведения

- Неправомерное использование обозначений товара другого производителя
- Дезинформация потребителей о собственном товаре
- Компрометация товаров конкурентов
- Давление на поставщиков ресурсов и банки
- Неправомерное получение, разглашение и использование коммерческой тайны
- Переманивание ведущих специалистов фирм-конкурентов

Примеры недобросовестной конкуренции

Marlboro



OMEGA



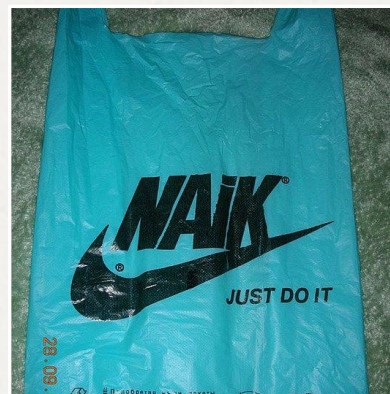
Adidas



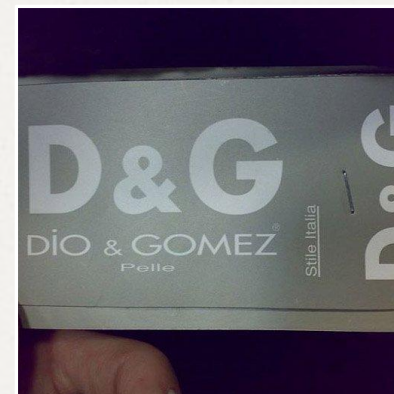
HUGO BOSS



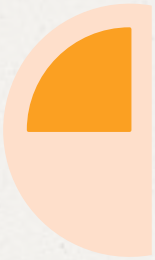
Nike



D&G



По методам конкурентной борьбы



Совершенная конкуренция

Большое количество продавцов и покупателей

Ни один из них не оказывает влияние на рыночную цену

Каждый производитель выпускает однородный (стандартизированный) продукт

Барьеры для входа на рынок минимальны или отсутствуют вообще

Никаких искусственных ограничений спроса, предложения, перемещения ресурсов

Каждый продавец и покупатель владеет полной информацией о спросе, предложении и цене товаров на рынке



Несовершенная конкуренция

Возникает там, где отсутствуют указанные условия совершенной конкуренции

Типы рыночных структур несовершенной конкуренции

Чистая монополия

- На рынке один продавец и множество покупателей
- Ни один из них не оказывает влияние на рыночную цену
- Продукция недифференцирована и не имеет близких заменителей (уникальна)
- Вход новых фирм в отрасль закрыт барьерами

Олигополия

- Малое количество предприятий в отрасли
- Они контролируют основную часть рынка
- Продукция как однородна, так и дифференцирована
- Высокие барьеры для входа в отрасль
- Большая взаимозависимость предприятий-олигополистов по цене и по выпуску продукции

Монополистическая конкуренция

- Большое количество продавцов и покупателей
- Применяется широкий диапазон цен
- Продукция дифференцирована
- Вход на рынок и выход из него – практически свободны, хотя и есть некоторые препятствия

Типы рыночных структур несовершенной конкуренции

- 0 **Монопсония** – тип рыночной структуры, когда на рынке один покупатель
- 0 **Двухсторонняя монополия** – тип рыночной структуры, когда на рынке сталкиваются один покупатель и один продавец
- 0 **Дуополия** – тип рыночной структуры, когда на рынке действуют и конкурируют между собой только две фирмы
- 0 **Олигопсония** – тип рыночной структуры, при которой функционирует небольшое количество покупателей определенного товара

Сущность и виды
монополий.

Антимонопольная политика
государства

Вопрос 3

Историческая справка



A white rounded rectangular box with a blue border, intended for text input, set against a light gray background.



A white rounded rectangular box with a blue border, intended for text input, set against a light gray background.

Причины возникновения и развития монополий

1. Действие закона конкуренции

2. Закон концентрации капитала и производства

- **Концентрация капитала** – это процесс увеличения размеров индивидуального капитала за счет капитализации прибыли
- **Концентрация производства** – это процесс все большего сосредоточения производства продукции на крупных предприятиях

Причины возникновения и развития монополий

3. Централизация производства и капитала

- **Централизация производства** – это увеличение масштабов производства продукции в результате объединения нескольких отдельных предприятий в одно с установлением единого управления
- **Централизация капитала** – это увеличение размеров капитала вследствие поглощения или объединения нескольких самостоятельных, индивидуальных капиталов в один больший

Причины возникновения и развития монополий

4. Трансформация индивидуальной частной собственности

- Для дальнейшего развития производства нужна была новая форма собственности (крупная акционерная собственность), которая могла бы решить проблемы финансирования достижений НТП – строительство железных дорог, морских портов, каналов и т.д.

5. Экономические кризисы второй половины XIX века

- Они стали фактором ускорения концентрации и централизации производства и создания на этой основе монополий

Что такое монополия?

- 0 Монополизация** – это процесс достижения экономическим субъектом монопольного (доминирующего) положения на рынке, поддержание и усиление этого положения
- 0 Монополия в широком понимании** – исключительное право государства, предприятия или физического лица на владение чем-либо или на осуществление какого-нибудь вида деятельности
- 0 Монополия** – крупное предприятие, фирма или объединение (союз), которое концентрирует значительную часть производства и сбыта определенного вида продукции

Классификация монополий

По условиям формирования

- **Предпринимательский тип монополизма** предприятий формируется на основе роста концентрации капитала и производства
- **Институциональный тип монополизма** связан с неравными условиями конкуренции, которые создает государство для разных хозяйствующих субъектов

Классификация монополий

По форме существования

- ***Монополии отдельного предприятия***
- ***Монополия как соглашение***
- ***Монополия, основанная на дифференциации продукта*** (рынок монополистической конкуренции)

Классификация монополий

В зависимости от возникновения

- **Естественная (природная монополия)** – это ситуация, при которой экономия обусловленная возрастанием масштабов производства, настолько значительна, что себестоимость продукта при выпуске одной фирмой будет значительно ниже, чем при производстве его несколькими предприятиями
- **Административная монополия** – это, с одной стороны, предоставление отдельным фирмам исключительного права на занятие определенным видом деятельности, а, с другой стороны, организационные структуры государственных предприятий, объединяющиеся и подчиняющиеся государственным органам (министерствам)
- **Экономическая монополия** – появление обусловлено экономическими причинами и возникает на базе закономерностей хозяйственного развития


Организационные формы экономических монополий (почти не встречаются)


- 0 **Картель** – это объединение нескольких предприятий одной сферы производства, участники которого сохраняют собственность на средства производства и произведенный продукт, а договариваются лишь о доле каждого в общем объеме производства, ценах, рынках сбыта
- 0 **Синдикат** – это объединение ряда предприятий одной отрасли промышленности, участники которого сохраняют собственность на средства производства, но теряют собственность на произведенный продукт (сбытом занимается общая сбытовая контора)
- 0 **Трест** – это объединение ряда предприятий одной или нескольких отраслей промышленности, участники которого теряют собственность на средства производства и произведенный продукт

Организационные формы экономических монополий (современные)

- 0 **Многоотраслевой концерн** – это объединение множества предприятий разных отраслей промышленности, транспорта, торговли, участники которого теряют собственность на средства производства и произведенный продукт, а главная фирма осуществляет над другими участниками финансовый контроль
- 0 **Конгломерат** – это огромный промышленный комплекс, в котором под единым финансовым контролем сосредоточены компании, действующие в разных, технологически не связанных между собой, сферах
- 0 **Консорциум** – создается на основе временных соглашений между несколькими банками и производственными корпорациями для проведения совместных крупномасштабных финансовых операций или осуществления производственных проектов. После истечения общих работ консорциум распадается

Последствия процесса монополизации

- 
- Больше возможностей финансировать НИОКР, внедрять новые технологии, осуществлять подготовку работников
 - Эффект масштаба производства позволяет производить дешевую и качественную продукцию
 - Более устойчивы в условиях кризисов

- 
- Подавление конкуренции
 - Способны увеличивать прибыль, уменьшая объем выпуска продукции и повышая цену
 - Склонны к искусственному замедлению НТП
 - Склонны к расточительному использованию природных ресурсов и загрязнению окружающей среды
 - Разоряют малый и средний бизнес
 - Монополизируют средства массовой информации и влияют на население
 - Осуществляют давление на правительство в поисках льгот и привилегий

Антимонопольная политика государства

- 0 Антимонопольная политика** – комплекс мероприятий, направленных на прекращение, предупреждение и ограничение деятельности монополий, а также создание соответствующего законодательства
- 0 Первый антимонопольный (антитрестовский) закон** – закон Шермана, был принят в США в 1890 г.
- 0 Антитрестовское законодательство** также было принято в Великобритании в 1948 г., во Франции – 1963 г., в Италии – в 1964 г., в странах Восточной Европы антимонопольное законодательство начали разрабатывать в конце 80-х годов XX в.