

Теория конкуренции и МОНОПОЛИИ

- 1. Понятие, условия возникновения и виды конкуренции. Совершенная конкуренция и ее сущность*
- 2. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Монополия. Монополистические объединения*
- 3. Антимонопольное законодательство и государственное регулирование. Рыночная власть*

Конкуренция (от лат. *concurrere* — «бежать вместе»)

- *противоборство, соперничество между участниками рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и услуг с целью получения максимальной прибыли.*

Основные условия возникновения конкуренции:

- 1) полная хозяйственная (экономическая) обособленность каждого товаропроизводителя;
- 2) полная зависимость товаропроизводителя от конъюнктуры рынка;
- 3) противостояние всем другим товаропроизводителям в борьбе за покупательский спрос.

Виды конкуренции



1. Понятие, условия возникновения и виды конкуренции

Характерные черты типов конкуренции

| Характерная черта | Совершенная конкуренция | Несовершенная конкуренция | | |
|-----------------------------|-------------------------------|---|--|--|
| | | Монополистическая | Олигополия | Чистая монополия |
| Число фирм | Очень много | Много мелких фирм | Несколько (3–5 фирм) | Одна |
| Тип продукта | Стандартизированный | Дифференцированный | Стандартизированный или дифференцированный | Уникальный, нет заменителей |
| Контроль над ценой | Отсутствует | Некоторый, но в узких рамках | Ограниченный взаимной зависимостью, значителен при сговоре | Значительный, фирма сама устанавливает рыночную цену |
| Условия вхождения в отрасль | Очень легкие, нет препятствий | Сравнительно легкие | Существенные препятствия | Нет вхождения |
| Пример отраслей | Сельское хозяйство | Розничная торговля, производство одежды, обуви, аптеки, рестораны | Производство стали, автомобилей, сельхозмашин, инвентаря и др. | Местные предприятия коммунального хозяйства |

1. Понятие, условия возникновения и виды конкуренции

Совершенная (чистая) конкуренция

- *это рыночная ситуация, когда многочисленные, независимо действующие производители продают идентичную (стандартизированную) продукцию, причем ни один из них не в состоянии контролировать рыночную цену.*

Основные характеристики совершенной (чистой) конкуренции:

- 1) на рынке большое количество покупателей и продавцов, каждый занимает относительно малую долю рынка данных товаров;
- 2) тождественная, стандартизированная продукция, товары однородны с точки зрения потребностей покупателей и, соответственно, продавцов;
- 3) свободный доступ к рынкам новых продавцов и возможность такого же свободного выхода из них, вход и выход из отраслей абсолютно свободен;
- 4) наличие полной и доступной информации для участников обмена о ценах и их изменениях, о продавцах и покупателях; экономические субъекты должны располагать одинаковым объемом информации о рынке.

Позитивные явления конкуренции:

- 1) снижение издержек;
- 2) быстрое внедрение НТП;
- 3) гибкое приспособление к спросу;
- 4) высокое качество продукции;
- 5) препятствие к завышению цен.

Негативные явления конкуренции:

- 1) разорение многих субъектов рыночной экономики;
- 2) анархия и кризис производства;
- 3) чрезмерная эксплуатация ресурсов;
- 4) экологические нарушения.

Методы конкурентной борьбы:

- 1) *ценовая конкуренция*. Производитель в целях создания на рынке для своей продукции более благоприятных условий и подрыва позиций конкурента снижает цену посредством уменьшения издержек производства;
- 2) *неценовая конкуренция*. Повышение технического уровня, качества продукции, создание товаров-заменителей, сервисное обслуживание, реклама и т.д.

Монополистическая конкуренция

- *это рыночная ситуация, когда многочисленные продавцы продают схожие товары, стремясь придать им реальные или мнимые уникальные качества*

Усиление рыночной власти



Основные характеристики монополистической конкуренции:

- 1) относительно большое число некрупных (мелких) фирм;
- 2) эти фирмы производят разнообразную продукцию, продукт каждой фирмы в чем-то специфичен, потребитель легко может найти товары-заменители и переключить свой спрос на них;
- 3) сохраняются возможности относительно легкого вступления в отрасль новых производителей.

Олигополия

- *это рынок, на котором доминирует несколько крупных фирм, т.е. несколько продавцов противостоят множеству покупателей.*

Основные характеристики олигополии:

- малое количество производителей-продавцов (от трех до десяти фирм)
- любой из олигополистов находится под воздействием поведения остальных фирм
- возможна как ценовая (кратковременный эффект), так и неценовая конкуренция (более эффективный метод)
- вступление в олигополистический рынок ограничено

Чистая монополия (от греч. *monos* — «один», *poleo* — «продаю»)

- Это рынок, на котором один продавец противостоит множеству покупателей.
- Понятие «**монополия**» имеет двойкий смысл:

во-первых, крупное предприятие, занимающее ведущее положение в определенной отрасли;

во-вторых, — положение фирмы на рынке, позволяющее ей доминировать на нем.

Основные черты чистой монополии:

- 1) единственный продавец-производитель;
- 2) товарная дифференциация отсутствует, отсутствие товаров-заменителей;
- 3) продавец осуществляет практически полный контроль над ценами;
- 4) очень трудные условия вхождения в отрасль новых предприятий. По сути дела, вход оказывается заблокированным финансами, технологическими, ресурсными, правовыми условиями.

Различают несколько *ТИПОВ МОНОПОЛИЙ*

- 1. *Естественная монополия.* Ею обладают частные собственники и хозяйственные организации, имеющие в своем составе редкие и свободно не возобновимые элементы производства (редкие металлы, особые земельные участки и т.д.).
- 2. *Искусственные монополии.* Под этим условным названием понимают объединения, создаваемые ради получения монополистической выгоды.

Организационные формы монополии:

- 1. *Картель* — простейшая форма монополистического объединения. Объектами соглашения могут быть: ценообразование, сферы влияния, условия продаж, использования патентов. Действуют картели, как правило, в рамках одной отрасли, попадают под действие антимонопольного законодательства.
- Участники картеля сохраняют юридическую и хозяйственную самостоятельность и осуществляют свою деятельность в соответствии с картельным договором — соглашением о ценах, рынках сбыта, объемах производства, обмене патентами и т.д.

- 2. *Синдикаты* — организационная форма монополистического объединения, при которой вошедшие в него теряют коммерческую сбытовую самостоятельность, сохраняют юридическую и производственную свободу действий. В синдикате сбыт продукции, распределение заказа осуществляются централизованно.
- 3. *Трест* — форма монополистического объединения, при которой вошедшие в него предприятия теряют и производственную, и коммерческую самостоятельность предприятий, руководство осуществляется из единого центра. Прибыль треста распределяется в соответствии с деловым участием отдельных предприятий.

- 4. *Концерн* — организационная форма объединения предприятий различных отраслей, находящихся под единым управлением и финансовым контролем.
- 5. *Пул* получил распространение в области использования проектов. Участники пула приходят к взаимовыгодным соглашениям о форме передачи патентов и лицензий. Прибыль распределяется в соответствии с квотой, определяемой при вступлении в пул.
- 6. *Холдинг* — акционерная компания, владеющая контрольным пакетом акций юридически самостоятельных предприятий для осуществления контроля над их операциями.

7. Законными формами чистой монополии являются также

- **Патент** дает изобретателю нового продукта или технологии исключительное право контроля за их производством в течение определенного периода времени.
- **Авторские права** дают авторам произведений исключительные права продавать или тиражировать свои произведения.
- **Товарные знаки** — это символы, используемые предприятиями, зарегистрировав которые государство делает незаконным ее использование другими.

Антимонопольное регулирование

- *это система нормативных правовых актов, направленных на преодоление негативных сторон монополии, связанных с властью, позволяющих им подавлять сводную конкуренцию и контролировать цены.*

Методы антимонопольного регулирования:

- 1) ограничение монополизации рынка;
- 2) постоянный государственный мониторинг;
- 3) запрещение установления монополистических цен;
- 4) сохранение и поддержание конкуренции всех цивилизованных фирм.

Антимонопольное законодательство

- законодательно закрепленные основополагающие правила деятельности на рынке участников хозяйственного оборота, органов государственной власти и управления

Экономические меры поддержания конкуренции и борьбы с монополией:

- 1) поощрение создания товаров-заменителей;
- 2) поддержка новых фирм, среднего и малого бизнеса;
- 3) привлечение иностранных инвестиций, учреждение совместных предприятий, зон свободной торговли;
- 4) финансирование мероприятий по расширению выпуска дефицитных товаров в целях устранения доминирующего положения отдельных хозяйствующих субъектов.

Антимонопольная политика

- это комплекс государственных мер (соответствующее законодательство, система налогообложения, денационализация, разгосударствление и приватизация собственности, поощрение создания малых предприятий и пр.), направленных против мобилизации производства и на развитие конкуренции среди товаропроизводителей.

Формы государственного регулирования

Административное
регулирование

Правовое
регулирование

Косвенное экономи-
ческое регулирова-
ние

Прямое экономи-
ческое регулиро-
вание

Методы государственного регулирования

Лицензирование,
квотирование экс-
порта и импорта,
контроль за це-
нами и качеством
продукции

Гражданское зако-
нодательство,
хозяйственное за-
конодательство

Субсидии,
дотации,
пособия,
льготное
кредитование,
налоговые льготы

Кредитно-
денежная,
налоговая,
валютная,
внешне-
экономическая
политика