

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.

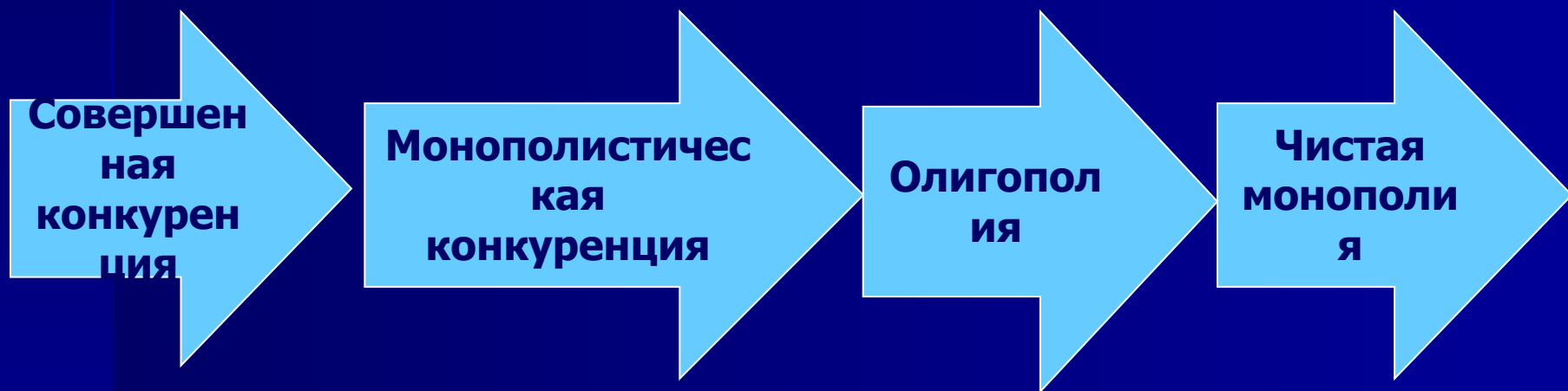
Методы конкурентной борьбы:

- 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