

Рынок несовершенной конкуренции

Выполнила студентка
группы Ю-104
Чуева Яна

Несовершенная КОНСТИТУЦИЯ

- Рыночная структура, в которой отсутствует хотя бы один признак совершенной конкуренции, называется **несовершенной конкуренцией**.
 - На таком рынке подавляющая часть продукции предлагается ограниченным числом фирм, которые, занимая господствующее положение на рынке, могут влиять на условия реализации продукции и, прежде всего, на цены.



Существует три основные структуры (модели) рынка несовершенной конкуренции:

Чистая
монополия

Монополистическ
ая конкуренция

Олигополия

Помимо этих трех основных типов (моделей) рынка несовершенной конкуренции существуют и другие типы этого рынка:

- дуополия монопсония дуопсония олигопсония

Характерные черты рынков несовершенной конкуренции

Характерная черта	Чистая монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция
Число фирм	Одна	Несколько	Много
Тип продукта	Уникальный, близких заменителей нет	Стандартизированный	Дифференцированный
Контроль над ценами	Полный	Ограниченный взаимозависимостью	Небольшой
Условия вступления в отрасль	Блокировано	Трудно	Сравнительно легко
Типичные отрасли	Коммунальное хозяйство (водо-, газо-, электро-снабжение и т.п.)	Металлургия, автомобиле- и станкостроение, нефтедобыча	Розничная торговля, швейная, обувная промышленность

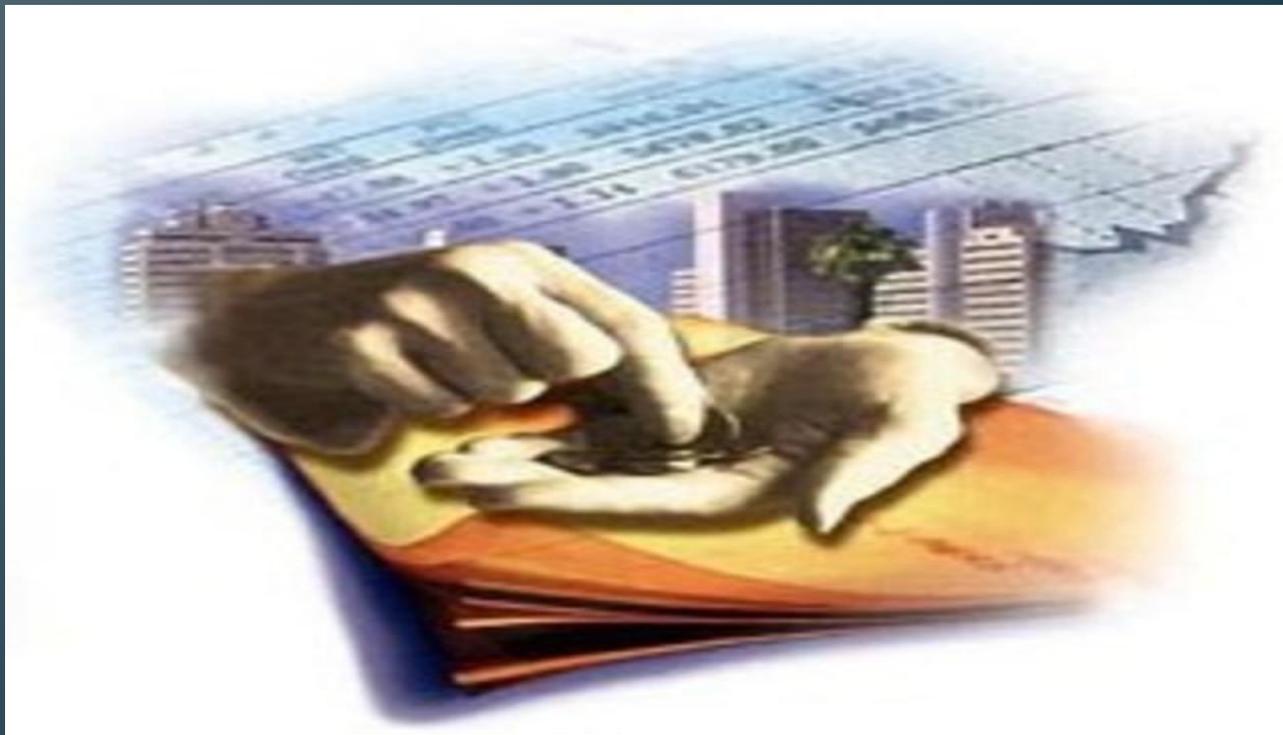
- **ДУОПОЛИЯ** - рыночная ситуация, при которой на рынке функционируют лишь два производителя;
- **МОНОПСОНИЯ** - рынок, на котором множеству продавцов противостоит один покупатель;
- **ДУОПСОНИЯ** - рыночная структура, при которой на рынке имеется лишь два покупателя, но много продавцов;
- **ОЛИГОПСОНИЯ** - рынок, на котором имеется несколько покупателей, которым противостоит множество продавцов

- **Олигополия**- (от греческого "*олиго*" - немногие и "*полео*" - продаю) - это рынок, на котором доминирует несколько крупных фирм. (Так, например, в США имеется 9 фирм-продавцов жевательной резинки, на долю которых приходится 95% годовых продаж). Четкого критерия олигополии в виде числа фирм нет, но обычно оно колеблется от трех до десяти.



- **Чистая монополия** - это рынок, на котором функционирует один продавец. В условиях чистой монополии отрасль состоит из одной фирмы, т.е. понятия фирма и отрасль совпадают. Вхождение в отрасль для других фирм блокировано.
 - **Препятствием для вхождения в отрасль других фирм могут быть:**
 - низкие издержки производства крупной фирмы,
 - монополизировавшей рынок (эффект масштаба);
 - наличие государственных патентов и лицензий;
 - исключительные права на важнейшие источники сырья;
 - предоставление правительством одной фирме статуса единственного продавца (транспортные услуги, связь, газоснабжение).

- Монополистическая конкуренция- на рынке такого типа функционирует множество продавцов, продающих однотипную, но дифференцированную продукцию (например, джинсы, зубную пасту разных фирм), в отношении которой продавец ведет себя как монополист.



Антимонопольная политика необходима для:

- обеспечения баланса интересов потребителей (доступные цены) и регулируемых предприятий (финансовые результаты привлекательные для кредиторов и новых инвесторов);
- определения структуры тарифов на основе принципов справедливого и эффективного отнесения издержек на тарифы для различных типов потребителей;
- стимулирования предприятий к сокращению издержек и излишней занятости, улучшению качества обслуживания, повышению эффективности инвестиций;
- создания условий для развития конкуренции (например: обеспечения открытого равного доступа конкурентов к информационным сетям).

Наиболее разработанным принято считать антимонопольное законодательство США, имеющее к тому же и наиболее давнюю историю. Оно базируется на «трех китах», трех основных законодательных актах :

Закон Шермана (1890 год). Этим законом запрещалась тайная монополизация торговли, захват единоличного контроля в той или иной отрасли, сговор о ценах.

Закон Клейтона (1914 год) запрещал ограничительную деловую практику в области сбыта, ценовую дискриминацию (не во всех случаях, а только тогда, когда это не диктуется спецификой текущей конкуренции), определенные виды слияний, переплетающиеся директораты и др.

Закон Робинсона-Пэтмэна (1936 год) - запрет на ограничительную деловую практику в области торговли: «ножницы цен», ценовая дискриминация и др