

**СОВЕРШЕННАЯ И
НЕСОВЕРШЕННАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ.
МОНОПОЛИЯ.
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСУДАРСТВА**

Конкуренция (от лат. «concurrere» - сталкиваться) - экономическое соперничество между участниками рыночного хозяйства за наиболее полную реализацию своих экономических интересов

В Федеральном законе № 135-ФЗ от 26 июля 2006 г. «О защите конкуренции»

конкуренция определяется как соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке (ст. 4, п. 7)

Виды конкуренции



Виды конкуренции

по субъектам конкурентных отношений

конкуренция между покупателями

конкуренция между продавцами

конкуренция между продавцами и покупателями

по соответствию правовым нормам

добросовестная (честная) конкуренция

недобросовестная (нечестная) конкуренция

конкуренция на легальном рынке

конкуренция на «черном», или «теневом» рынке

Виды конкуренции

Недобросовестная конкуренция -

- распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации
- введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей
- некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами
- продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг
- незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну (ст. 14 ФЗ «О защите

Типы рыночных структур

- 1) Совершенная конкуренция
- 2) Монополистическая конкуренция
- 3) Олигополистическая конкуренция
- 4) Чистая монополия

Совершенная конкуренция – рыночная структура, удовлетворяющая условиям:

**множество продавцов и покупателей,
невозможность оказания решающего воздействия на установление рыночной цены**

**однородность товара и
одинаковость покупателей**

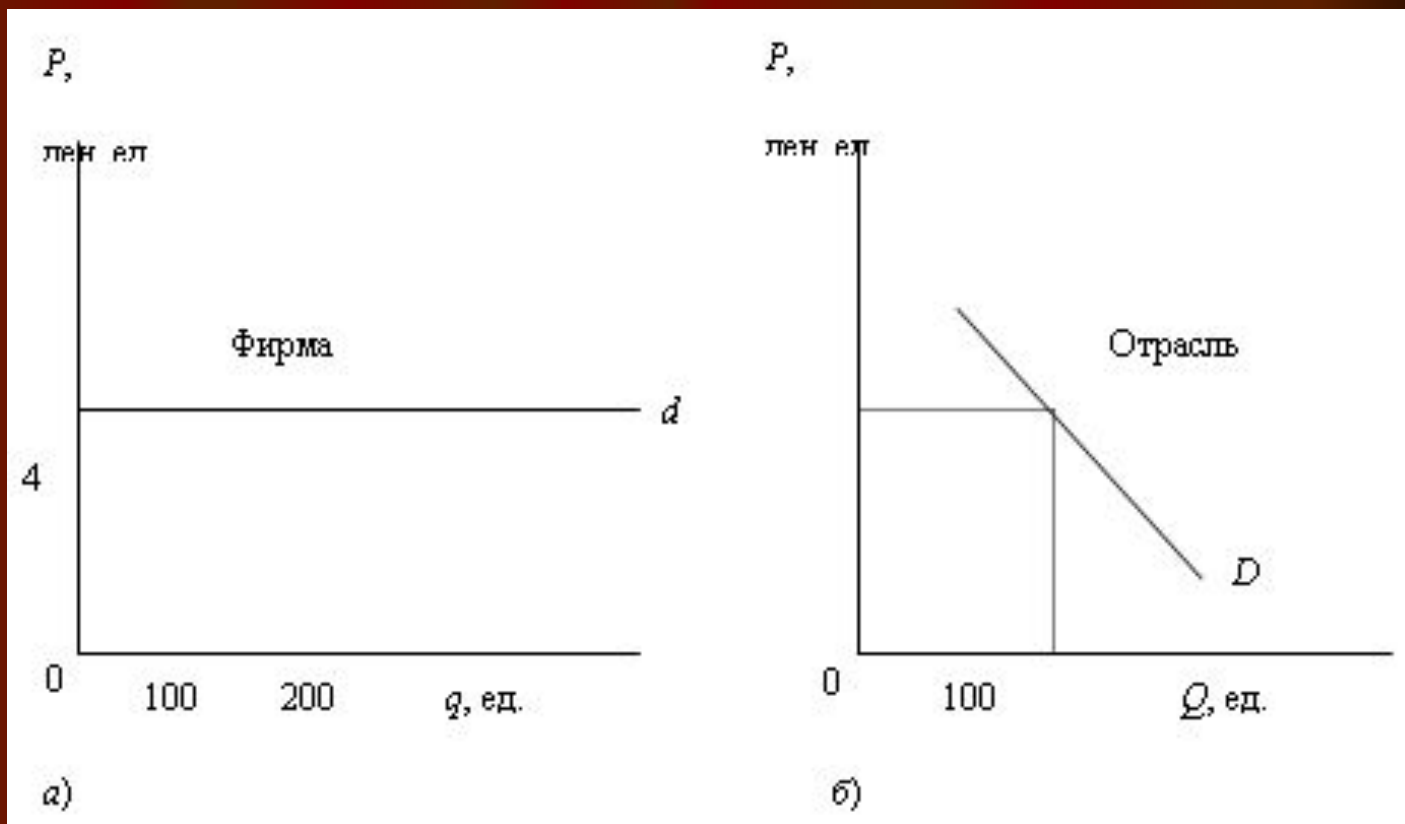
отсутствие входных и выходных барьеров для вступления в отрасль и выхода из нее

полная информированность всех участников рынка

абсолютная мобильность всех видов экономических ресурсов

рациональное поведение всех участников рынка, преследующих собственные интересы

Максимизация прибыли на рынках совершенной конкуренции



Графическое выражение спроса конкурентной фирмы (а) и отрасли (б)

Правило максимизации прибыли для конкурентной фирмы заключается в выборе такого объема выпуска продукции, чтобы цена равнялась предельным издержкам:

$$P = MC$$

Монополистическая конкуренция – это такой тип рыночной структуры, в котором преобладают черты совершенной конкуренции и имеются отдельные элементы, характерные для чистой монополии

Характерные черты

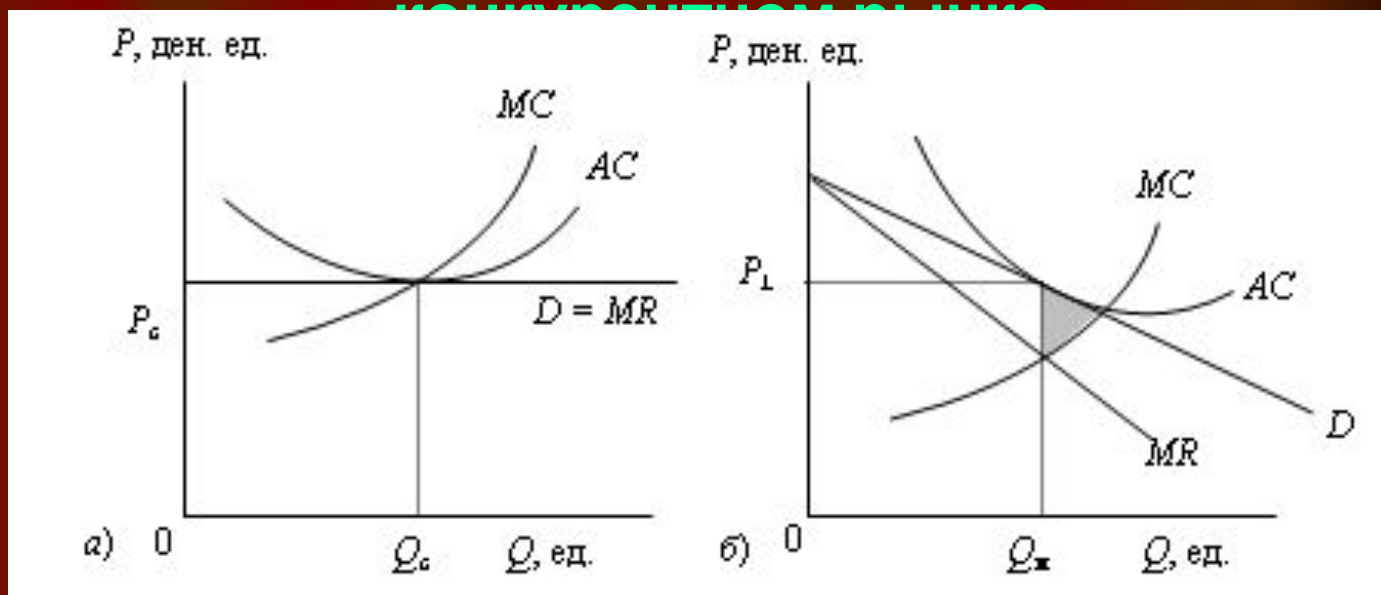
Присутствие в отрасли довольно значительного количества небольших по объему производства фирм, выпускающих однотипные, но не одни и те же товары

Товаропроизводители имеют определенную возможность выпускать товар, не схожий с производимым конкурентами (дифференциация товара)

Неценовая конкуренция товаропроизводителей

Свобода входа на рынок и выхода из него

Сравнение конкурентного равновесия: а) на рынке совершенной конкуренции; б) на монополизированном рынке



Правило максимизации прибыли для монополистически конкурентной фирмы заключается в выборе такого объема выпуска продукции, чтобы предельный доход равнялся предельным издержкам:

$$MR = MC$$

Олигополистическая конкуренция – тип рыночной структуры, когда на рынке данного товара доминируют (занимают ведущее положение) несколько крупных фирм

Характерные черты

В отрасли находится несколько соперничающих фирм-товаропроизводителей

Доступ на рынок значительно затруднен

Фирмы-олигополисты могут производить как дифференцированный, так и однородный (гомогенный) продукт

Доступ к экономической информации фирм-конкурентов существенно затруднен

Возможность оказания решающего воздействия на установление цены товара

Тенденции, действующие в олигополистической отрасли

производители заинтересованы в проведении совместных действий и в достижении договоренности о разделе рынка, поскольку это сулит получение монопольной прибыли

эгоистическое стремление каждой фирмы к достижению сверхприбыли за счет своих конкурентов отталкивает их друг от друга. Взаимная подозрительность затрудняет проведение совместной ценовой политики

**выявляет и устанавливает
рыночную стоимость
товара**

**сводит конкретный труд к
общественно
необходимому**

**Функции
конкуренции в
экономике**

**содействует выравниванию индивидуальных
стоимостей и прибыли в зависимости от
производительности труда и эффективности
управления производством**

Позитивные последствия конкуренции

снижение издержек производства

быстрое внедрение достижений НТР в производство

гибкое приспособление к спросу со стороны потребителей продукции

повышение качества продукции

расширение ассортимента товаров и услуг

препятствие к завышению цен на товары и услуги

Негативные последствия конкуренции

создание условий для
безработицы, инфляции,
банкротства



способствование
возникновению
экономических кризисов



рост экологических
нарушений

увеличение дифференциации
доходов и создание условий
их несправедливого
распределения



чрезмерная эксплуатация
ресурсов



конкуренция выступает
объективным фактором
монополизации экономики

Чистая монополия –

это такой тип рыночной структуры, при котором на рынке данного товара имеется только один товаропроизводитель, обладающий исключительным правом его производства и продажи

Характерные черты

Выпуск товаров всей отрасли контролируется лишь одним продавцом этого товара (который называется монополистом)

Производимый фирмой-монополистом товар является особым в своем роде и не имеет близких, родственных заменителей

Фирма-монополист в состоянии самостоятельно в определенных пределах менять цену реализуемого товара в любом направлении

Монополия полностью закрыта для входа в отрасль новых фирм

Отсутствие свободного доступа для получения экономической информации

Формы монополий

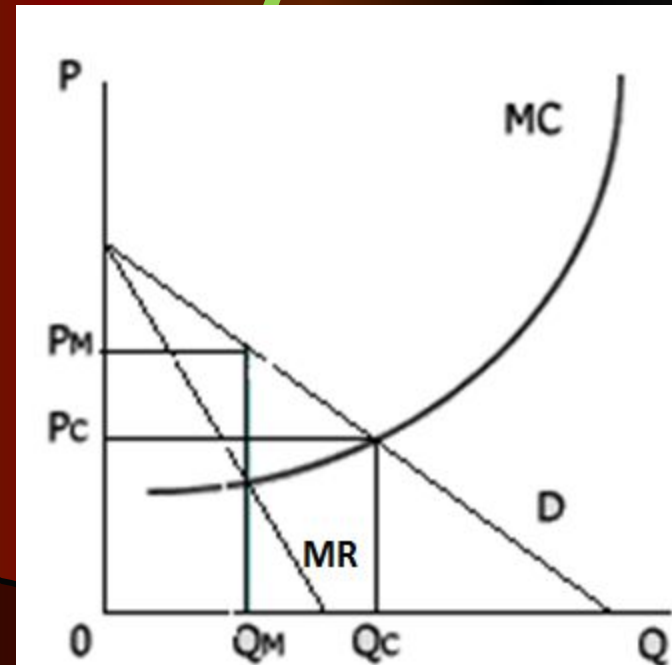
- 1) монополии, связанные исключительно с процессом концентрации производства
- 2) технологические олигополии – крупные предприятия (объединения), где сама технология требует достаточно высокого уровня концентрации производства
- 3) монополии, основанные на дифференциации продукции
- 4) монополии, связанные с лидерством в научно-техническом прогрессе (НТП)
- 5) обширная зона государственной естественной монополии
- 6) тотальное (всеобщее) господство командно-административной системы и практически полное огосударствление хозяйственной жизни общества

Равновесие фирмы-монополиста

Объем производства Q_m является таким, при котором кривая предельного дохода MR пересекается с кривой предельных издержек MC , а ценой монополиста будет цена P_m , соответствующая этому объему

Тогда условия максимума прибыли в условиях монополии:

$$MR = MC < P$$



Выводы из условия равновесия

МОНОПОЛИСТА

монополист устанавливает не максимально возможную цену, которую он хотел бы получить

монополист избегает неэластичного участка кривой спроса при выборе решения об объеме продаж и цене

при равновесии фирмы предельные издержки меньше цены $MC < P_m$

$$L = \frac{P_M - MC}{P_M}$$

- *степень монопольного влияния* фирмы определяется с помощью *индекса Лернера* L (Lerner index)

Монопольная цена - цена, которая устойчиво отклоняется от ее возможного уровня на конкурентном рынке и устанавливается доминирующим на рынке хозяйствующим субъектом или вступившими в сговор предприятиями в целях реализации своих экономических интересов за счет злоупотребления монопольной властью

монопольно высокой является цена, которая устанавливается с целью получения сверхприбыли и (или) компенсации необоснованных затрат за счет ущемления экономических интересов других предприятий или граждан

Виды монопольных цен

монопольно низкой считается цена, которая при устойчивом спросе за счет преднамеренного снижения доходов (прибыли) в краткосрочном периоде затрудняет доступ на рынок другим предприятиям и, тем самым, ограничивает конкуренцию на рынке определенного товара

монопсонически низкой ценой является цена, устанавливаемая предприятием, доминирующим на рынке определенного товара в качестве покупателя, в целях получения сверхприбыли и (или) компенсации необоснованных затрат за счет поставщика

Монопольной прибылью называют прибыль выше средней, получаемую монопольными компаниями в результате их особого положения на рынке

Способы получения монополиями сверхприбылей

- **удержание монопольно высоких цен**
- **сокращение производства в целях снижения издержек производства**
- **создание в обществе тотального дефицита**
- **прямое уничтожение части произведенной продукции**
- **стандартизация и унификация продукции**

Концентрация — степень преобладания одного или нескольких независимых хозяйствующих субъектов в системе производства взаимозаменяемых товаров, поставляемых на один географический товарный рынок

Индекс концентрации CR_k определяется как **сумма рыночных долей крупнейших продавцов рынка**:

k

$$CR_k = \sum_{I=1}^k y_i, \quad k \leq N,$$

где: CR_k — индекс концентрации

N — число фирм в отрасли

$y_i = q_i / Q$ — доля производства (продаж) i -й фирмы в общем объеме выпуска (сбыта) отрасли

- рынок считается **неконцентрированным** при значениях индекса для 3 фирм CR_3 ниже 45%
- **умеренно концентрированным** — при $CR_3 = 45-70\%$
- **высококонтцентрированным** — при $CR_3 > 70\%$

Измерение уровня концентрации

- *Индекс Херфиндаля-Хиршмана **ННІ** определяется как **сумма квадратов долей всех фирм, действующих на рынке:***

$$\text{ННІ} = \sum_{I=1}^N y_i^2$$

где: **ННІ** — индекс Херфиндаля-Хиршмана;

$y_i = q_i / Q$ — доля производства (продаж) i -й фирмы в общем объеме выпуска (сбыта) отрасли;

N — число фирм в отрасли.

Значения y_i могут быть выражены в долях либо в процентах:

- $0 < \text{ННІ} \leq 1,$
- $0 < \text{ННІ} \leq 10000$

Экономические последствия монополии

*Нерациональное
использование
общественных ресурсов;
производственная
неэффективность*

*Неравенство в
распределении дохода*

Негативные последствия

*Высокий уровень
производственных
издержек*

*Отсутствие стимула
к НТП*

Экономические последствия монополии

уверенность в том, что экономическая прибыль сохранится долгое время, и инвестиции в НИОКР дадут долговременную отдачу

наличие достаточных финансовых ресурсов для инвестиций в НТП

получение монопольной прибыли за счет более высоких цен является стимулом инновационной деятельности

Преимущества с точки зрения НТП

монополия стимулирует конкуренцию

монополия способствует снижению издержек и реализации эффекта масштаба

Антимонопольная деятельность государства

- это непрерывная, целенаправленная работа соответствующих государственных структур не столько по ограничению монополистической эксплуатации рынков, сколько по ликвидации самих экономических и других условий, порождающих те или иные монополии

Целью антимонопольной деятельности государства является *обеспечение лучших условий для работы рыночного механизма, повышения общего конкурентного тонуса всей экономики*

Антимонопольная политика государства – это его деятельность, направленная, во 1-х, на ограничение влияния на экономические процессы существующих монополий, во 2-х, на недопущение появления в экономике страны новых монополий

Содержание:

- **запрет на ограничение самостоятельности предприятий и предпринимателей в области производства и реализации товаров и услуг**
- **запрет на установление исключительных условий для деятельности отдельных хозяйствующих субъектов**
- **отмена монополистических соглашений**
- **запрет конкурирующим фирмам договариваться о ценах**
- **контроль на рынке ценных бумаг за приобретением акций конкурирующих фирм**
- **запрет действий, относящихся к недобросовестной конкуренции**
- **разделение компаний-монополистов**
- **стимулирование развития малого и среднего бизнеса**
- **контроль над процессами создания, реорганизации и ликвидации хозяйствующих субъектов**
- **контроль над ходом приватизации предприятий-монополистов**

Демонополизация –
это государственная политика борьбы со
сверхмонополизмом

Основные принципы политики демонополизации

- 1) определение зоны естественного монополизма и разработка методов его регулирования
- 2) всемерное укрепление рыночных структур, поскольку, чем эффективнее работает механизм рынка, тем слабее монополизм
- 3) синхронизация (одновременное осуществление) процесса демонополизации и реформы управления экономикой