



РЫНОЧНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

План

- 0 Чистая (совершенная) конкуренция
- 0 Чистая монополия
- 0 Олигополия
- 0 Монополистическая конкуренция
- 0 Антимонопольное законодательство.

Чистая (совершенная) конкуренция

- 0 Взаимодействие между спросом и предложением, как известно, происходит на рынке. В системе рыночных отношений покупатели и продавцы свободно обмениваются благами на многих конкурентных рынках. Конкуренция является механизмом, который решает все экономические проблемы общества. В переводе с латинского она означает «сходиться», «сталкиваться». Это свободное соперничество между производителями и покупателями за получение максимального дохода.
- 0 С учетом условий, в которых протекает конкуренция, экономисты различают несколько типов структуры рынка: «совершенная или чистая конкуренция», «монополия», «монополистическая конкуренция», «олигополия».

Совершенная или чистая конкуренция характеризуется рядом признаков:

1) Очень большое число предприятий-продавцов. Пример: рынки с.х.товаров, фондовая биржа, рынок иностранных валют.

2) Стандартизованная продукция. При данной цене потребителю безразлично, у кого покупать продукт- все они аналоги. Вследствие стандартизации отсутствует основание для неценовой конкуренции. Неценовая конкуренция – это конкуренция на базе различий в качестве продукции, рекламе или стимулировании сбыта.

3) Продавец не может осуществить контроль под ценами, так как каждая фирма производит небольшую долю продукции. Конкурентная фирма не может установить рыночную цену, но может только приспособливаться к ней. Продавец здесь – ценополучатель.

4) Свободное вступление и выход из отрасли. Новые фирмы могут свободно входить, а существующие фирмы – свободно покидать отрасль. Не существует каких-либо препятствий – технологических, финансовых и других, - которые могли бы помешать возникновению новых фирм.

Чистая монополия

Одна фирма является единственным производителем продукта, у которого нет близких заменителей. Эта модель имеет свои характерные черты.

- 1) Единственный продавец. Чистая монополия – это отрасль, состоящая из одной фирмы.
- 2) Продукт монополии уникален, ему нет заменителей. Для покупателя нет альтернатив. Нет острой необходимости заниматься рекламой.
- 3) Чистый монополист диктует цену. Фирма осуществляет контроль под ценой, так как она контролирует все предложения. При нисходящем спросе на продукт, монополист может вызвать изменение цены, манипулируя количеством предложенного продукта.
- 4) Вступление в отрасль в условиях чистой монополии заблокировано. Примеры чистой монополии: газовые и электрические компании, компании кабельного телевидения, телефонная компания, алмазный синдикат «Де Бирс»

Монополистическая конкуренция

Много продавцов поставляет на рынок много схожих товаров, отличающихся друг от друга отдельными характеристиками. Различия между монополистической и чистой конкуренцией весьма значительны. Для монополистической конкуренции не требуется присутствия сотен и тысяч фирм, достаточно сравнительно небольшого их числа: 25, 35, 60 или 70.

o Характерные черты:

1) Каждая фирма обладает относительно небольшой долей всего рынка, поэтому она имеет очень ограниченный контроль под рыночной ценой.

2) В противоположность чистой конкуренции одним из основных признаков монополистической конкуренции является дифференциация продукции по качеству, по упаковке, размещению, набору услуг и т.п.

3) Экономическое соперничество основано не только на цене, но и на неценовой конкуренции. Многие фирмы делают акцент на торговые знаки и фабричное клеймо.

4) Легкое вступление в отрасль. Отсутствуют барьеры для вступления в отрасль.

Олигополия

Олигополия - несколько крупных фирм контролирует рынок определенного товара и услуг.

o Характерные признаки олигополизма.

1) Относительно малое число фирм господствует в отрасли. Немного численность фирм объясняется применением дорогостоящих технологий, экономией издержек и барьерами к проникновению.

2) Продукция может быть стандартизованной, а может быть и дифференцированной.

3) В олигополии сильно побуждение к слиянию, поскольку объединение двух или более конкурирующих фирм может существенно увеличить их рыночную долю. Дать преимущества крупному покупателю и поставщику.

4) Всеобщая зависимость. Никакая фирма в олигополистической отрасли не осмелится изменить свою цену, не попытавшись рассчитать наиболее вероятные ответные действия своих конкурентов.

Антимонопольное законодательство

Чтобы избежать этих негативных явлений, государство вмешивается в рыночные процессы, используя антимонопольное регулирование: административный контроль над монополизированными рынками, организационный механизм и антимонопольное законодательство.

Административный контроль

монополизированных рынков объединяет способы воздействия на монополизированное производство. Можно выделить, в частности, финансовые санкции, применяемые в случае нарушения антимонопольного законодательства. Бывают случаи, когда фирма, уличенная в систематическом использовании методов нечестной конкуренции и проигравшая судебный процесс, подвергается прямому расформированию.

Организационный механизм имеет своей целью антимонопольную профилактику путем последовательной либерализации рынков. Не затрагивая монополию как форму производства, способы и методы такой политики государства нацелены на то, чтобы сделать монополистическое поведение для крупного бизнеса невыгодным. Это — снижение таможенных пошлин, отмена количественных квот — поддержка малого бизнеса, упрощение процедуры лицензирования, оптимизация производства, продукция которого может конкурировать с товарами монополий, и т. д.

Наиболее эффективной и развитой формой государственного регулирования монопольной власти является **антимонопольное законодательство**. Его цель — регулирование структуры отрасли через запрещение предполагаемых слияний крупных фирм, если оно ведет к существенному ослаблению конкуренции или установлению монополии. Антимонопольная практика в то же время не отрицает возможности слияния компаний на «горизонтальной» и «вертикальной» основе.