

# ***6. Конкуренция***

## **План.**

- 1. Понятие.**
- 2. Функции конкуренции.**
- 3. Последствия конкуренции**
- 4. Типы конкуренции**
- 5. Методы конкуренции**

# Конкуренция

позднелат. - сталкиваться

- Это взаимное соперничество между участниками экономических процессов за лучшие условия существования, получение большей выгоды.
- Наиболее полное удовлетворение потребностей
- Повышение производительности труда
- Повышение эффективности использования ресурсов
- Согласование частных и общественных интересов
- Ликвидация неэффективных предприятий
- Распределение ресурсов по отраслям и эк. сферам

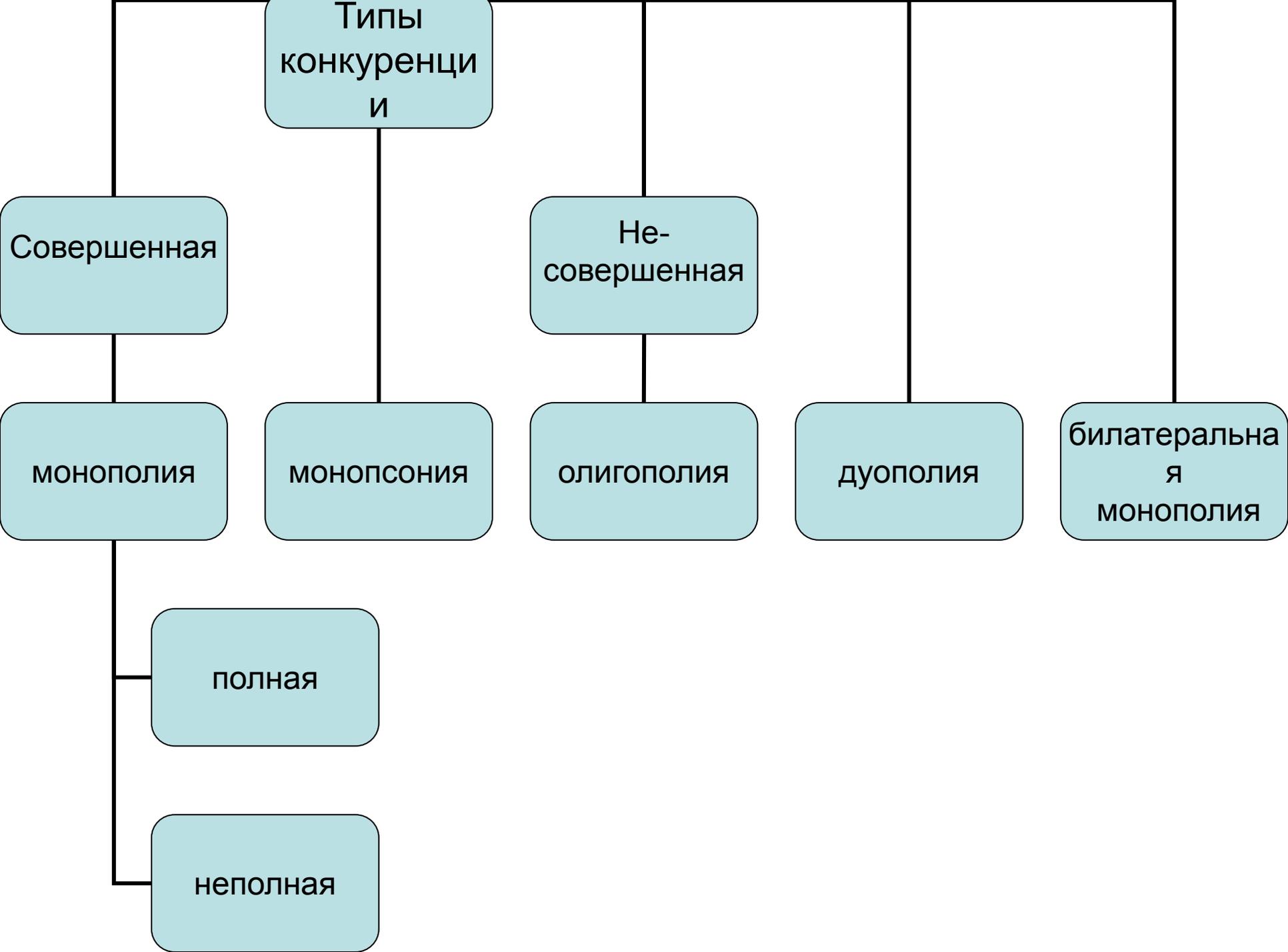
# Последствия конкуренции

+

- Снижение издержек пр-ва
- Повышение технического уровня пр-ва
- Гибкое реагирование на изменение спроса
- Обновление ассортимента
- Улучшение качества продукции
- Ограничение возможностей для монополизации
- Расширение возможностей выбора

-

- Разорение небольших предприятий
- Рост безработицы
- Отвлечение неоправданно больших средств на рекламу
- Использование нечестных методов



Совершенная	Многочисленные, небольшие, равноправные, самостоятельные производители и потребители
Несовершенная	Ограниченное число участников рыночной деятельности
Монополия	Моно- один, полио – продавец; исключительное право, предоставляемое экономическому субъекту на осуществление какой-либо деятельности
Неполная м.	Одна крупная доминирующая фирма и несколько мелких фирм
Полная м.	Естественная
Олигополия	Олиго – несколько крупных (2-5)
Дуополия	2 продавца
Монопсония	Псония - покупатель (единственный)
Олигопсония	Несколько покупателей
Билатеральная монопсония	Мало продавцов и мало покупателей

# Признаки совершенной конкуренции

- Существование множества мелких продавцов
- Свободное движение цены под воздействием спроса и предложения
- Равенство субъектов экономики
- Продавцы не способны влиять на цены путем изменения объемов производства, влияют путем повышения качества или снижения цены
- Свободное вхождение в отрасль новых фирм и выход из нее
- Стандартизированность продукции

Рынок продуктов питания (молоко, сметана), одежда (куртки, обувь)

# Признаки естественной монополии

- Вхождение в отрасль новых производителей исключается из-за непреодолимых барьеров (источники сырья, производственные издержки)
- Цена определяется исключительно монополистом
- Монополист диктует условия заключения контрактов
- Уникальный продукт

Рынок коммунальных услуг (электроэнергия, ГВС,ХВС, тепло, городской телефон, газоснабжение)

# Признаки монополистической конкуренции

- Довольно значительное число продавцов, которые производят **дифференцированную** продукцию
- Проводят собственную ценовую политику, не взирая на реакцию конкурентов
- Вступление конкурентов в отрасль свободно, но с ограничением
- Особое значение приобретает неценовая конкуренция (торговые марки, фирменные наименования, качества)
- Эластичность спроса выше, т.к. на рынке продаются товары-заменители

Рынок мобильной связи, спортивных товаров

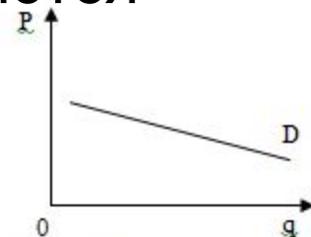


Рис.1. Кривая спроса на продукт монополистически-конкурентной фирмы

# Признаки олигополии

- В отрасли действуют **две или несколько крупных фирм**, конкурирующих между собой
- Не действует правило свободной конкуренции и свободного ценообразования
- Вступления в отрасль для других фирм затруднительны
- Продукция может быть как однородной, так и дифференцируемой
- Фирмы реагируют на колебание спроса не изменением цены, а изменением объема продаж
- Могут действовать независимо друг от друга, но не конкурировать между собой (доктрина параллелизма)

Рынок автомобилей, парфюмерии

## Монополистическая конкуренция

организация рынка, при которой в отдельных сферах экономики доминирует только один игрок. Он определяет не только ценовую политику, но и сбыт продукции, развитие отрасли. Монополия может возникать в силу естественных причин (жизненно важные для государства сферы), так и искусственных (создание неписаных и законодательных барьеров).

Антимонопольное законодательство многих стран считает монопольным положением занятие одной фирмой 30-70 % рынка

производимые товары являются несовершенными заменителями друг друга. Это означает, что покупатели способны дифференцировать продукты по качеству, торговой марке, местоположению продавца и т.п.;

конкуренты есть, но их настолько много, что решение одной фирмы (например, о снижении цены) слабо затрагивает интересы остальных, так как сбыт каждой из них снижается незначительно.

## Олигополия

организация рынка, при которой в определенных сегментах доминирует несколько производителей, определяющих ценовую политику и принципы развития. Данный вид несовершенной конкуренции чаще всего проявляется в высокотехнологичных и сложных областях, таких как судостроение, аэрокосмическая промышленность, автомобильное производство

Доля каждого участника олигополистического рынка более 10 %.

возможен отказ от соперничества и сговор в той или иной форме (единая политика цен, продаж и т.д.).

любое решение одного из олигополистов относительно цены на его продукцию либо объема выпуска сказывается на спросе на продукт других и соответственно на их прибылях.

# Примеры типов конкуренции

Монополия	<ul style="list-style-type: none"><li>•РАО «ЕЭС Россия»</li></ul> <p>В 2008 г. предпринята реорганизация — разделение на более мелкие фирмы</p>
Олигополия	<ul style="list-style-type: none"><li>•Нефтяная, алюминиевая, автомобильная отрасли</li></ul>
Совершенная	<ul style="list-style-type: none"><li>•Рынок одежды «Сударь», «Big Ben», «Ostin» «Colins»</li><li>•Сельское хозяйство</li></ul>
Монопсония	<ul style="list-style-type: none"><li>•«Газпром»</li></ul>
Естественная М.	<ul style="list-style-type: none"><li>•«Росвооружение»</li></ul>

# Причины возникновения монополий

- Получение наивысшей прибыли
- Попустительство или поощрение гос-ва
- Техническое и технологическое превосходство монополиста
- Единственно возможный путь производства (госмонополия на выпуск денег)

антимонопольного  
регулирования



- Либерализация товарных и финансовых рынков
- Государственное регулирование цен (ТАРИФЫ)
- Система налогообложения
- Антимонопольное законодательство
- Создание гос. органов для борьбы с монополиями (в РФ **ФАС** – Федеральная Антимонопольная служба)

# Примеры современных типов монополии

- Монополии, порождаемые самовозрастанием капитала с целью максимизировать прибыль, подавить конкуренцию и захватить рынок
- Технологические олигополии, власть которых обусловлена спецификой технологии в определенных отраслях
- Монополии, связанные с дифференциацией продукта (изделия определенной торговой марки)
- Монополии – лидеры в определенных направлениях НТП (временный характер)
- Естественные гос. монополии
- Монополии в странах с переходным характером от командной экономики

# Методы конкуренции

## Ценовая

- Понижение продажной цены
- Скидки при закупки сырья
- Использование разнообразных условий оплаты труда

## Неценовая

### Рыночные цивилизованные

- Качество продукции
- Реклама
- Гарантии послепродажного обслуживания
- Торговая марка

### Нерыночные

- Переманивание специалистов
- Подкуп должностных лиц
- Научно-технический шпионаж
- Шантаж
- Нововведения
- Взятки
- Бойкот
- Фиксирование цен
- Распространение ложной информации о конкурентах
- Выдача обязательных патентов

# Задание: Распределить характеристики по типам рыночных структур

Характеристики	Совершенная конкуренция	Естественная монополия	Монополистическая конкуренция	Олигополия
Манипуляция количеством предложенного товара и ценой				
Организация картелей				
Лидерство в ценах				
Реклама с акцентом на особых качествах своего товара. Торговые знаки и марки				
Снижение издержек, повышение качества				
Ограничение свободного доступа на рынок для новых производителей				
Кривая спроса имеет нисходящий характер				
Предприятия производят дифференцированный продукт				
Предприятия поддерживают жесткую ценовую политику				
Предприятия не воздействуют на рыночные цены				
Цена товара регулируется государством				
Прибыль предприятия максимальна, когда предельные издержки равны предельным доходам				
Кривая спроса на продукцию предприятия и отрасли совпадают				
Интенсивно используется реклама				
Относительно немного небольших предприятий				

# Задание: Распределить характеристики по типам рыночных структур

Характеристики	Совершенная конкуренция	Естественная монополия	Монополистическая конкуренция	Олигополия
Манипуляция количеством предложенного товара и ценой				
Организация картелей				
Лидерство в ценах				
Реклама с акцентом на особых качествах своего товара. Торговые знаки и марки				
Снижение издержек, повышение качества				
Ограничение свободного доступа на рынок для новых производителей				
Кривая спроса имеет нисходящий характер				
Предприятия производят дифференцированный продукт				
Предприятия поддерживают жесткую ценовую политику				
Предприятия не воздействуют на рыночные цены				
Цена товара регулируется государством				
Прибыль предприятия максимальна, когда предельные издержки равны предельным доходам				
Кривая спроса на продукцию предприятия и отрасли совпадают				
Интенсивно используется реклама				
Относительно немного небольших предприятий				

# Домашнее задание

- Липсиц И.В. «Экономика»: глава 4 «Как работает рынок», §12,13
- Киреев, §12,
- Королева, часть 1, стр. 34-38
- Эссе (для ЕГЭ):  
«Рынок с его обожествлением экономической свободы несовместим с подлинным равенством, а потому все рыночное общество по сути своей антинародно»