

# **Конкуренция. Основные типы рынков**



Экономическая конкуренция - это не война, а соперничество в интересах друг друга.

Эвин Кэннан

Конкуренция обеспечивает наилучшее качество продуктов и развивает наилучшие качества людей.

Дэвид Сарнофф

Конкуренция — жизнь торговли и смерть торговцев.

Элберт Хаббард



# Конкуренция?

Конкуренция – (от лат. сталкиваться) – борьба независимых экономических субъектов за ограниченные ресурсы.

Конкуренция это борьба за наиболее благоприятные позиции на рынке с целью получения максимальной выгоды от продажи и приобретения товара.



# Между кем существует конкуренция на рынке?

Между  
покупателями  
продавцами



За что  
борются?

Покупатели



Продавцы



Цель  
борьбы?

Большее  
удовлетворение  
потребностей



Прибыль



# Конкуренция покупателей



Покупатель ↔ Покупатель



**В борьбе за товары побеждает тот,  
у кого больший доход**



# ФУНКЦИИ КОНКУРЕНЦИИ

## МОТИВАЦИ И

ориентация на  
увеличение  
производительности  
труда

## РЕГУЛИРОВАНИ Я

что и в каких объемах  
производить?)

## КОНТРОЛЯ

ни один продавец или  
покупатель не достигает  
господствующего  
положения на рынке

## РАСПРЕДЕЛЕНИ Я

концентрация ресурсов в  
местах максимальной  
отдачи



## Соотнесите функцию и ее содержание.

1. Предприятия, которые предлагают лучшую по качеству продукцию, получают вознаграждение в виде прибыли.
2. Конкуренция не только включает стимулы к более высокой продуктивности, но и позволяет распределить доход среди предприятий и домашних хозяйств.
3. Для того чтобы устоять в борьбе, предприниматель должен предлагать изделия, которые предпочитает потребитель. Т.е. факторы производства направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность.
4. Конкуренция ограничивает силу каждого предприятия.



# Конкуренция

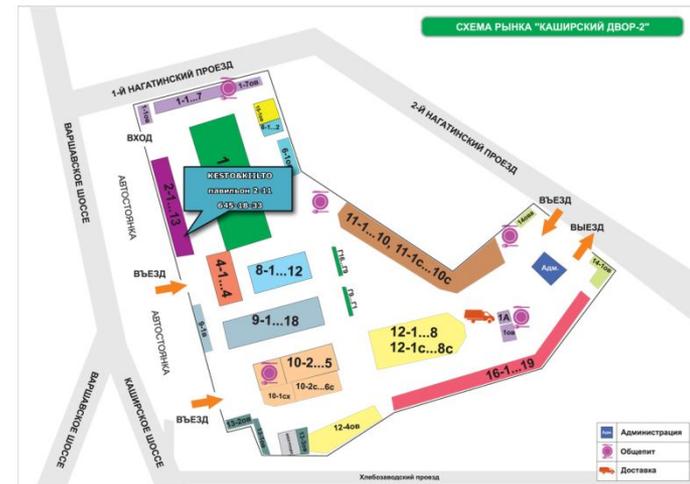


**Ценовая конкуренция** – борьба между товаропроизводителями за получение дополнительной прибыли посредством уменьшения издержек производства и, соответственно, снижения цен на продукцию без изменения её ассортимента и качества.

**Неценовая конкуренция** – борьба, которая разворачивается вокруг потребительских свойств товара, качества, ассортимента и условий продажи.



# Способы неценовой конкуренции



# Способы неценовой конкуренции



# Последствия конкуренции

## Положительные:

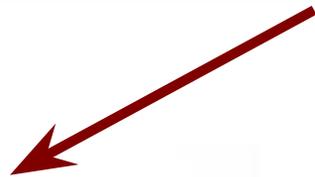
- + снижение цен
- + рост качества
- + рост ассортимента товара
- + появление новинок
- + улучшение технологии
- + экономия ресурсов при производстве

## Отрицательные:

- риск
- банкротство
- рост безработицы
- снижение доходов семей

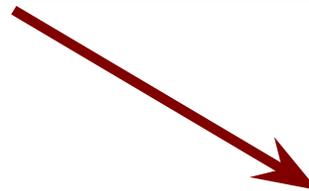


# Типы рыночных структур



- **Совершенная конкуренция:**

ни продавец , ни покупатель не имеет возможности влиять на рыночную цену.



- **Несовершенная конкуренция:**

рыночные субъекты имеют возможность влияния на рыночную цену.



# Совершенная конкуренция

Много продавцов  
и покупателей

Всегда можно точно  
узнать, по какой цене  
продает товар тот или  
иной продавец.

Ничто и никто  
не мешает  
новым фирмам войти  
на рынок, а старым-  
уйти с него.

Товар является однородным  
и у всех продавцов имеет  
примерно одинаковое  
качество: зерно, цемент,  
бензин.

# Типы рыночных структур несовершенной конкуренции:

- **Монополистическая конкуренция,**
- **Олигополия;**
- **Монополия:**
  - **Чистая (полная) монополия**
  - **Частичная монополия**
  - **Естественная монополия**



# Монополистическая конкуренция -

Рынок с множеством покупателей и продавцов, предлагающих схожие, но не одинаковые (дифференцированные) товары и услуги.

Например...



# Монополистическая конкуренция

Относительно большое число производителей

Контроль над ценами ограничен возможностью замены товара.

Наличие на рынке похожей, но не идентичной (с точки зрения покупателей) продукции. Каждая фирма продает особый товар, который отличается качеством, оформлением, престижностью.

Вступление в монопольный рынок - свободное; для этого необходимо наличие начального капитала, большего, чем при совершенной конкуренции

## Олигополия -

ситуация на рынке, где господствуют несколько крупных продавцов, конкурирующих между собой за покупателя посредством неценовой конкуренции (повышение качества, улучшения сервиса, реклама и т.п.)

Например....



# Олигополия



Наличие конкуренции  
нескольких крупных  
фирм ( три – пять )

Использование ценовой  
и неценовой конкуренции:

- «жесткость» цен,
- скрытый договор,
- соглашение о  
специализации и  
кооперации.



Предложение однородной  
(руда, нефть, сталь,  
цемент) и  
дифференцированной  
(автомобили и др. товары)  
продукции

Вступление других фирм  
в олигопольный рынок  
затруднено.



# Монополия

Наличие одного  
продавца

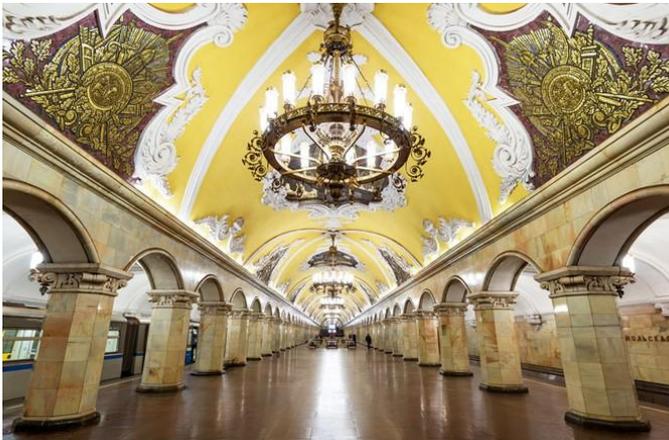
Полный контроль объема  
предложений товара и  
цен

Производство товаров,  
не имеющих  
заменителей

Наличие непреодолимых  
барьеров (авторское  
право, лицензии,  
патенты)  
для потенциальных  
участников рынка

# Монополии естественные

- когда производство продукта требует уникальных природных условий (минеральный источник) и когда нецелесообразно существование более одного производителя
- Например ...



# Монополии искусственные

когда несколько крупных фирм объединяются и полностью контролируют рынок (картельное соглашение), поглощают конкурентов, сливаются т.п.

Например...



## Монопосония

— ситуация на рынке, когда фирма (или другая организация), называемая “**МОНОПСОНИСТОМ**”, полностью контролирует спрос на определенное благо (товар или услугу), являясь единственным возможным его покупателем.

Например рынок рабочей силы



# Монополия

## «За»

1. Высококачественная продукция.
2. Развитие научно-технического прогресса в производстве.

## «Против»

1. Усиление неравенства в доходах
2. Банкротство мелких предприятий и безработица
3. Нестабильность в социальной и политической сфере.



# Как становятся монополистами?

Сильное снижение цены на свою продукцию



Разорение конкурентов



Захват рынка криминальным способом



Подкуп контролирующих органов



Рейдерство – силовой захват предприятий-конкурентов



Захват рынка:  
повышение цены на свою продукцию, нарушение равноправия продавца и покупателя

**Антимонопольное законодательство** – это система законов, ограничивающих действия компаний, которые ведут к снижению конкуренции и установлению монополии.

1 Закон Шермана (США) 1890г. о незаконности картельных соглашений.

2 Антимонопольный закон Российской империи в 1908г.

3 Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» в 1991г.



# Антимонопольная политика

- Предельное упрощение процедуры создания фирм-конкурентов для монополиста.
- Снятие всех барьеров для проникновения на монопольный национальный рынок иностранных производителей.
- Принудительное разделение фирмы-монополиста на несколько частей.
- Введение государственного контроля над процедурой слияния и поглощения фирм, иногда правительство должно дать согласие или запретить эти действия.
- Прямой государственный контроль над естественными монополиями, что проявляется в контроле над ценами и заработной платой.



# Задания

- **Верны ли суждения о рыночной конкуренции?**
- Рыночная конкуренция
- **А.** может сделать часть предприятий неконкурентоспособными и привести их к банкротству.
- **Б.** приводит к расширению ассортимента товаров и услуг и улучшению их качества.
- 1) верно только А
- 2) верно только Б
- 3) верны оба суждения
- 4) оба суждения неверны



# Задания

- Установите соответствие между характеристиками конкурентных рынков и их видами.
- **Характеристика**
  - а) продавцы не могут осуществлять контроль над ценами.
  - б) основная часть рынка контролируется несколькими крупными продавцами.
  - в) множество мелких фирм предлагает на рынке однородную продукцию.
  - г) вхождение новых продавцов на рынок затруднено.
  - д) на рынке контроль над ценой существует, но ограничен.
- **Вид конкурентного рынка**
  - 1) чистая конкуренция
  - 2) монополистическая конкуренция
  - 3) олигополия



# Задания

Потребитель выиграет в условиях рыночной экономики при

- 1) устранении монополизации экономики
- 2) централизованном планировании производства
- 3) повышении налогов на производителя
- 4) установлении ввозных пошлин



Рынок мобильной связи области Z контролируется одной крупной компанией, другие производители не представлены. Выберите из приведённого ниже списка характеристики данного рынка и запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) рынок товаров
- 2) совершенная конкуренция
- 3) региональный рынок
- 4) рынок услуг
- 5) монополия
- 6) рыночный дефицит



# Задания

Рынок транспортных услуг в стране С. поделен между пятью крупными компаниями, другие производители услуг отсутствуют. Какой тип конкуренции сложился на рынке транспортных услуг в стране С.?

- 1) совершенная конкуренция
- 2) олигополия
- 3) монополистическая конкуренция
- 4) монополия



# Задания

Верны ли суждения о монополиях?

А. Возникновение в условиях рыночной экономики монополистических объединений устраняет конкуренцию.

Б. Цель антимонопольного законодательства – ограничить на рынке диктат монополий.

- 1) верно только А
- 2) верно только Б
- 3) верны оба суждения
- 4) оба суждения неверны

