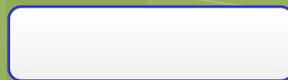




Конкуренция и
монополия.
Модели
современного
рынка.



План.

- I. Конкуренция и ее виды.
- II. Сущность монополии. Виды монополистических союзов.
- III. Модели современного рынка.

Конкуренция — это соперничество между участниками рыночных отношений за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

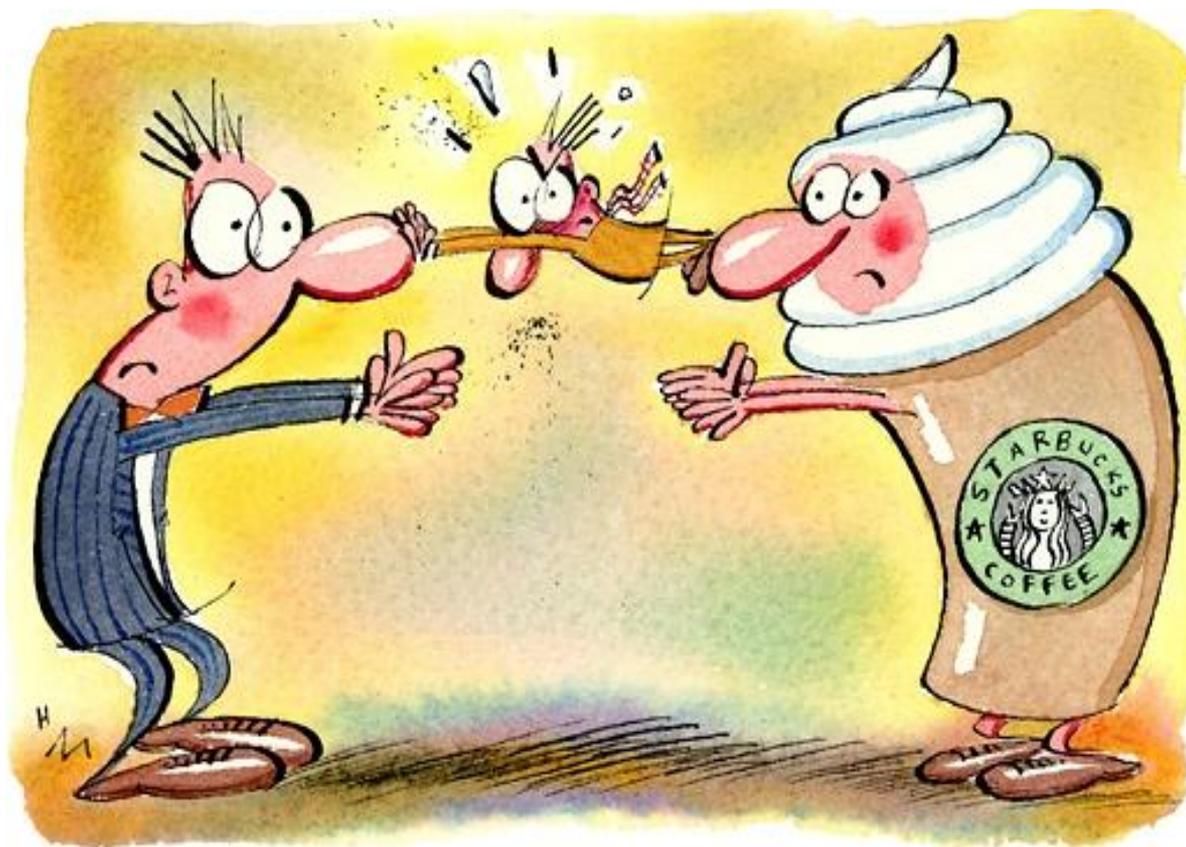


Конкуренция делится на **ценовую и неценовую.**

Ценовая конкуренция – это борьба между товаропроизводителями за получение дополнительной прибыли за счет снижения издержек производства и соответственно понижение цены без изменения ассортимента и качества продукции.



Неценовая конкуренция – это борьба вокруг потребительских свойств товара, качества, ассортимента, условий продажи и т.д.



Кроме того различают внутриотраслевую и межотраслевую конкуренцию.

Внутриотраслевая конкуренция – это конкуренция между предприятиями одной отрасли за лучшие условия производства и сбыта.



Межотраслевая конкуренция — это соперничество между предприятиями различных отраслей за сферы наиболее выгодного вложения капитала.



В узком смысле *монополия* – это рыночное господство одного продавца. Однако в широком смысле под *монополией* понимают господствующее положение одного лица или группы лиц в какой-либо сфере деятельности.



Различают 4 варианта монопольного (господствующего) положения:

- 1) *Монополия* – господство 1-го продавца.
- 2) *Олигополия* – господство нескольких продавцов.
- 3) *Моносония* – господство 1-го покупателя.
- 4) *Олигосония* – господство нескольких покупателей.

Признаки монополизма:

1. Высокая доля в производстве (по Российским законам – свыше 35%).
2. Доминирующее (господствующее) положение фирмы на рынке определенного товара.
3. Установление монопольных цен – завышенных при продаже и заниженных при покупке.

Различают естественную и искусственную монополию.

Естественная монополия возникает и существует по объективным причинам. Например, там, где экономически оправдано крупное производство (автомобили) или там, где необходим единый комплекс (метро).



Искусственные монополии специально создаются путем концентрации в чьих-то руках определенной хозяйственной деятельности. При этом, для получения рыночной власти и сверхприбыли отдельные компании укрупняют свое производство и объединяются в монополистические союзы.



Формы монополистических союзов:

- 1) *Картель* – его участие договариваться между собой о разделе рынков, производственных квотах, уровнях цен.
- 2) *Синдикаты* – организуют совместный сбыт продукции и закупки сырья в определенном количестве и по определенной цене.
- 3) *Тресты* – входящие в него предприятия объединяются под единым управлением.

4) Концерны – это крупный многоотраслевой комплекс, в который входят промышленные, торговые, банковские и др. предприятия, которые часто разбросаны по всему миру.

5) Холдинг – это головная компания, которая сосредотачивает у себя акции участников концерна и благодаря этому влияющая на их деятельность.

Существует 4 модели современного рынка:

I. Рынок чистой конкуренции – действует множество независимых производителей однородных товаров и услуг (пшеница, медь, ценные бумаги). В этих условиях доля каждого производителя в общем объеме настолько мала, что он не может существенно влиять на совокупное предложение и сложившиеся рыночные цены товара.

II. Рынок чистой монополии – на рынке действует всего одна фирма (газово-электрические компании). Воздействуя на объем предложения своей продукции, монополист может диктовать потребителям свои цены.

III. Рынок монополистической конкуренции – здесь действует сравнительно большое количество небольших производителей, предлагающих продукцию по различным ценам в зависимости от ее качества, дизайна, фирмы производителя и т.д.

IV. Олигополистический рынок – господствует несколько крупных фирм, каждая из которых обладает большим весом и может существенно влиять на цену продукции (автомобили, компьютеры).

