

# **Тема 3. Конкуренция и антимонопольное регулирование**

- 3.1. Условия формирования конкуренции и ее виды**
- 3.2. Совершенная конкуренция**
- 3.3. Несовершенная конкуренция**
- 3.4. Антимонопольное регулирование**

# ***Рекомендуемая литература***

- Борисов Е.Ф. Экономика для юристов. – М.: ИНФРА-М. 2013.
- Курна М.В. Экономика. Задачи. – М.: ИД Форум-ИНФРА М. 2014.
- Любимцева С.В. Экономика. – М.: Вузовская книга. 2014.
- Оманова З.К. Экономика. Учебное пособие для бакалавров по направлению «Юриспруденция». – М.: ИД Форум-ИНФРА М. 2014.
- Райзберг Б.А., Стародубцева Е.Б. Курс экономики. – М.: ИД Форум-ИНФРА М. 2014.
- Слагода В.Г. Экономика. – М.: Форум. 2014.
- Шуркалин А.К. Экономическая теория. – М.: 2012.
- Экономика: Учебник / Басовский Л.Е., Бачинский Г.В., Бородин Н.Н. и др.; Под ред. Басовского Л.Е. - М.: ИНФРА-М. 2012.

## 3.1. Условия формирования конкуренция и ее виды

**Конкуренция** – это соперничество (состязательность) товаропроизводителей за выгодные условия хозяйствования, получение максимальной прибыли.

Конкуренция основана на частной собственности и хозяйственной самостоятельности.

Основными **условиями** формирования конкурентной среды являются:

- экономическая обособленность производителей, т.е. экономическая свобода всех субъектов рынка;
- большое количество самостоятельных и равноправных хозяйствующих субъектов, производящих разнообразные товары;

- возможность получения и присвоения прибыли как главного результата хозяйствования;
- реализация экономических интересов всех участников рынка;
- наличие правовой базы и свободного, равного доступа к рыночной информации (о ценах, издержках, процентных ставках, прибыли и т. д.) для организации непрерывного процесса производства и реализации продукции.

Различают **конкуренцию производителей** (продавцов) и **потребителей** (покупателей).

**Конкуренция производителей** вызвана их влиянием на потребителя изменением **цен и издержек**. Это преобладающий вид конкуренции.

**Конкуренция потребителей** связана с возможностью доступа индивидуальных потребителей к различным товарам.

Сущность конкуренции проявляется в ее **функциях:**

- **регулирующая** – нацеливает производство на удовлетворение потребительского спроса;
- **стимулирующая** – направлена на активизацию эффективного производства для получения наибольшей прибыли при минимальных издержках;
- **распределительная** – связана с рациональным размещением факторов производства; данная функция позволяет наиболее эффективно размещать основные факторы производства (труд, земля, капитал) там, где они приносят наибольший доход;

- **инновационная** – связана с необходимостью постоянного использования достижений НТП, новой техники и технологий для повышения эффективности производства.
- **дифференцирующая** – связана с укрупнением производства в результате прекращения неэффективной хозяйственной деятельности.

Конкуренция создает благоприятные условия для нормального функционирования рынка и влияет:

- на ценообразование;
- на достижение равновесного состояния рыночной среды;

## **Достоинства конкуренции:**

- способствует эффективному использованию ресурсов при производстве товаров;
- позволяет быстро приспосабливаться к изменяющимся условиям производства;
- создает оптимальные условия для использования достижений НТП;
- обеспечивает свободу выбора потребителей и производителей;
- нацеливает производителей на удовлетворение разнообразных потребностей и повышение качества товаров и услуг.



# Недостатки:

- не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов и окружающей среды;
- не обеспечивает производства товаров и услуг коллективного пользования (дороги, дамбы, общественный транспорт);
- не создает условия для развития фундаментальных наук и системы общего образования;
- не решает многих социальных задач;
- способствует возникновению социальной несправедливости и расслоению общества на богатых и бедных.

Различают **ценовую** (цены и издержки) и **неценовую** конкуренцию.

При **ценовой конкуренции** используют:

- методы, направленные на получение дополнительной прибыли посредством уменьшения цен и издержек без изменения качества продукции;
- методы ценовой дискриминации: продажа одного и того же товара по различным ценам, когда ценовые различия не соответствуют издержкам.

При **неценовой конкуренции** используют:

- повышение качества продукции через внедрение НТП;
- способы адаптации потребительных свойств товара к вкусам и предпочтениям покупателей;
- сервис сбыта;
- рекламу.

Применение запрещенных законом методов конкуренции называют **недобросовестной конкуренцией**. К числу наиболее распространенных **методов недобросовестной конкуренции** относятся:

- распространение ложных сведений о конкуренте;
- разработка искаженной информации о товаре;
- незаконное использование фирменного знака конкурента;
- реклама товаров, не обладающих нужными качествами;

• экономический субъект

Различают типы конкуренции: **совершенную и несовершенную.**

**Совершенная конкуренция** (полиполия) – состояние рынка, при котором существует множество производителей и потребителей, которые не влияют на рыночную цену. Это означает, что спрос на продукцию не сокращается по мере увеличения продаж.

**Несовершенная конкуренция** – производители и потребители влияют на цену, т.е. изменяют ее. При этом объем продукции и доступ производителей на рынок ограничены. Главные признаки несовершенной конкуренции: монопольная цена и монопольная прибыль.

**Олигополия** (несколько продавцов и много покупателей) – тип рыночной конкуренции, при которой несколько крупных фирм монополизируют производство и сбыт основной массы продукции и ведут между собой неценовую конкуренцию.

Разновидностями олигополии являются **билатеральная олигополия** и **дуополия**.

**Билатеральная олигополия** – несколько продавцов и несколько покупателей.

**Дуополия** – два продавца определенного товара и между ними отсутствует монополистическое соглашение о ценах, рынках сбыта, квотах на производство.

**Монополия, или чистая монополия** (один продавец и много покупателей) – тип конкуренции, при которой функционирует единственный производитель продукта, нет товаров-заменителей, доступ на рынок другим фирмам закрыт, так как существуют экономические барьеры. Различают ограниченную и монополистическую конкуренцию.

**Ограниченная монополия** – тип конкуренции, при которой действуют один производитель и несколько потребителей.

**Монополистическая конкуренция** (много производителей, создающих множество разнообразных товаров) – тип рыночной структуры, возникающий в результате производства множества разнообразного, недифференцированного товара большим числом производителей.

**Олигопсония** (много продавцов и несколько покупателей) – тип рыночной конкуренции, при которой существует группа покупателей определенного товара, диктующая цену через спрос (монополия со стороны покупателей).

**Монопсония** (один покупатель и много продавцов) – тип конкуренции, при которой существует монополия единственного покупателя. Ограничивая свои покупки, покупатель обеспечивает себе монопольный доход за счет потери части дохода продавца. Различают ограничительную монопсонию и бидаторальную

**Ограниченная монопосония** – несколько продавцов и один покупатель. Цену диктует покупатель.

**Билатеральная монопосония** (двухсторонняя монопосония) – тип конкуренции, при которой возникает противоборство единого (объединенного) производителя и единого (объединенного) потребителя (электроэнергетики, поставщики воды и газа).

Таким образом, разнообразные типы конкуренции отражают различные условия хозяйствования.



## 2. 2. Совершенная конкуренция

Совершенная конкуренция является в основном абстрактной моделью используемой для анализа рыночного поведения фирмы.

Совершенная конкуренция имеет следующие характерные черты:

- на рынке присутствует большое количество производителей и покупателей;
- вход в рынок и выход из него свободен;
- исключается любая форма дискриминации потребителей, т.е. любой человек, имеющий деньги, может купить товары, которые ему нужны;

- существует абсолютная подвижность материальных, финансовых, трудовых и других факторов производства (если изменится спрос на товар, то произойдет переход факторов производства из менее прибыльных отраслей в более прибыльные);
- получение максимальной прибыли связано с применением эффективных технологий, организацией труда и производства, полной информированностью участников рынка обо всех рыночных изменениях;

- одноименные товары однородны, аналогичны, т.е. взаимозаменяемы;
- выбирают товары исключительно по цене (цена растет и покупатели переключаются на товары-заменители с меньшей ценой);
- участники рынка не влияют на принимаемые друг другом решения;
- число рыночных субъектов велико;
- производитель не может повлиять на рыночную цену, формируемую через спрос и предложение.

## **Достоинства** совершенной конкуренции:

- позволяет достичь соответствия интересов производителей и потребителей через достижение равновесной цены и равновесного объема продаж;
- обеспечивает эффективное распределение ограниченных ресурсов благодаря информации, заложенной в цене;
- ориентирует производителя на потребителя, т.е. на достижение главной цели – удовлетворения различных экономических потребностей человека.

Таким образом, при совершенной конкуренции достигается оптимальное (конкурентное)

состояние рынка, при котором нет ни прибыли

## **Недостатки совершенной конкуренции:**

- имеет место равенство возможностей, но одновременно сохраняется неравенство результатов;
- благо, которое нельзя разделить и оценить поштучно, в условиях совершенной конкуренции не производится;
- не учитываются различные вкусы потребителей, так как существует стремление к унификации.

Таким образом, совершенная конкуренция является идеальной моделью рыночной экономики.

### **3.3. Несовершенная конкуренция**

В современных условиях рыночной экономики преобладает несовершенная конкуренция.

**Несовершенная конкуренция** – это состязание между двумя и более производителями за источники сырья, выгодные условия сбыта с целью получения прибыли при продаже товаров и услуг.

При несовершенной конкуренции производители и потребители влияют на изменение цен.

**Недостатки несовершенной конкуренции:**

- на рынке действует ограниченное число производителей;

- существуют экономические барьеры (естественные монополии, государственные налоги и лицензии) проникновения в данное производство;
- рыночная информация искажена и необъективна.

Все эти факторы способствуют нарушению рыночного равновесия, так как ограниченное число производителей устанавливает и поддерживает высокие цены для получения монопольной, высокой прибыли.

Основными способами несовершенной конкуренции являются: изменение **объема** выпущенной продукции и уровня **цен**.

Большие объемы продукции при несовершенной конкуренции можно реализовать, только снижая цены. В силу того, что количество фирм ограничено, свое влияние на процесс реализации продукции производитель может оказать через изменение объема и цены (либо снижая  $Q$ , либо увеличивая  $P$ ).



Таким образом, в условиях несовершенной конкуренции, регулируя объем выпускаемой продукции и цены, можно добиться высокой прибыли. Прибыль закрепляется на длительный период, так как существуют барьеры, препятствующие проникновению других фирм на данный рынок.

Несовершенная конкуренция обеспечивает монопольному производству высокие цены, благодаря чему рынок постоянно стремится к сохранению монопольного положения.

Наибольшее распространение в условиях рынка получили три типа несовершенной конкуренции: **чистая монополия, монополистическая конкуренция и олигополия.**

**Чистая монополия** противоположна совершенной конкуренции. Она характеризуется тем, что на рынке присутствует только одна фирма, отсутствуют товары-заменители и существуют барьеры проникновения в данную отрасль.

В этих условиях преобладает монополизация

Для решения этой задачи необходимо выполнить два условия:

- определить объем выпускаемой продукции и сознательно его ограничить, так как с ростом продаж снижается цена товара;
- разработать и реализовать ценовую стратегию, направленную на установление максимально высокой цены.

Недостатки чистой монополии:

- потребители получают меньше продукции;
- рыночная цена продукции значительно возрастет;
- недоиспользуются производственные мощности.

В условиях чистой монополии нарушается равновесие рынка, происходит сокращение общественного благосостояния, что делает необходимым вмешательство государства (реализацию государственной антимонопольной политики).

Разновидностью монопольного производства является **монополистическая конкуренция**, в которой сочетаются элементы монополии и конкуренции.

*Монополистическая конкуренция* имеет следующие признаки:

- на рынке господствуют множество фирм, сговор о ценах между которыми не возможен; отсутствуют барьеры входа и выхода;
- существует дифференциация продукта; это значит, что никакие две фирмы не производят одинаковый товар;
- важное значение приобретает неценовая конкуренция (фирменная марка, реклама, условия продажи);
- объем производства и цены находятся под влиянием конкуренции и монопольной власти каждого производителя.

## **Достоинства** монополистической конкуренции:

- небольшая доля монополизации рынка ;
- распространение в условиях рыночного хозяйствования.

В российских условиях несовершенная конкуренция выражена олигополией.

**Олигополия** – тип конкуренции, при которой доминируют несколько продавцов (3–5), доля которых в общем объеме продаж так велика, что изменение в объеме продаж ведет к изменению цен.

**Основная причина** существования олигополии – наличие эффекта масштаба производства при котором необходимо иметь достаточные мощности для выпуска больших объемов продукции.

Доступ к такому производству затруднен, так как для его организации необходимы большие инвестиции. Это и является барьером для вхождения в олигопольную отрасль. К другим барьерам относятся наличие лицензий, патентов, владение территорией, где находятся сырьевые источники.

Различают две формы олигопольной конкуренции:

- конкуренция производителей одного (одинакового) товара;
- конкуренция производителей дифференцированного товара

При олигопольной конкуренции между производителями существует взаимозависимость (взаимодействие), обусловленное согласованием объемов производства, продаж, инвестиций, цен.

Для олигопольных фирм характерно наличие **ценового и неценового** сговора.

*Ценовой* сговор приводит к образованию чистой монополии.

*Неценовой* сговор основан на неценовой конкуренции, направленной на улучшение качества товара и активизации его рекламы.

Соперничество между олигопольными фирмами в форме ценовой войны ведет к их разорению (банкротству) уходу с рынка



*Картель* - соглашение по объемам, ценам, долям рынка с сохранением хозяйственной самостоятельности участников.

*Синдикат* - обеспечивает концентрацию сбыта продукции и закупок сырья с сохранением хозяйственной самостоятельности участников.

*Трест* - потеря хозяйственной самостоятельности участников и подчинение единому управлению.

*Концерн*- единство собственности различных фирм и контроля за их деятельностью.

Каждая монополистическая структура рынка

## 3.4. Антимонопольное регулирование

*Конкуренция регулируется системой норм, правил и методов хозяйствования рыночных субъектов.*

Меры:

- административно-правовые (запрет, роспуск, разъединение);
- административно-экономические (против: несправедливых цен, фальсификатов, сговоров фирм);
- экономические (налоги, разнообразие товаров, рост импорта и расширение рынка, инновации).

В 1991г. в России был принят закон «О конкуренции и ограничении монопольной деятельности на товарных рынках». Сформирована антимонопольная законодательная и институциональная (ФАС) система мер, направленная на денационализацию гос. собственности, развитие процессов приватизации, контроль за рынком, разрушение монополий, против накопления монопольной власти (в том числе и мелкими фирмами), любых форм проявления монопольного поведения, причиняющих вред конкуренции.

# Основные методы добросовестной конкуренции:

- качество товаров и услуг;
- снижение цен;
- реклама;
- до и послепродажное обслуживание;
- использование достижений НТР;
- создание новых товаров и услуг (инновации) и др.

*Регулирование конкуренции* – государственные правила и законы, изменяющие или контролирующие экономическую деятельность субъектов

1. Конкуренция - это соперничество (сопоставительность) или борьба?
2. Какие основные условия формирования конкурентной среды?
3. Чем и кем регулируется конкуренция?
4. В каких функциях проявляется конкуренция?
5. Какие способы ценовой конкуренции?
6. Какие способы неценовой конкуренции?
7. Совершенная конкуренция является абстрактной или реальной моделью?
8. Чем характерна монополистическая конкуренция?
9. Какие недостатки чистой монополии?
10. Какие различают формы олигопольной конкуренции?