

---

*Структурные формы конкуренции.*

*Совершенная конкуренция.*

*Модели несовершенной конкуренции.*

# Конкуренция

---

(от лат. "конкурро" — сталкиваться) - соперничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации (купли и продажи) товаров.

Конкуренция - форма функционирования рыночных отношений, где она выступает в качестве силы, обеспечивающей взаимодействие спроса и предложения.

# Конкурентные отношения

---

- между производителями (продавцами) за более выгодные вложения капитала, за внимание потребителей;
- между потребителями (покупателями), которые стремятся купить товары по меньшей цене;
- между продавцами и покупателями, т.к. их интересы в отношении цены противоположны.

# Ф. фон Хайек, сущность конкуренции

---

- механизм стихийного распределения и размещения ограниченных ресурсов (посредством рыночного ценообразования).
- стимулирует поиск новых, ранее неиспользованных возможностей, она имеет эвристическую природу.
- побуждает производителей улучшать качество товаров, увеличивать разнообразие предлагаемых товаров.

# Основные способы конкурентной борьбы

---

1. **Ценовая** – на основе ценовой политики.
2. **Неценовая** – использование неценовых показателей при завоевании лучших условий реализации товара и поиска товаров в бизнесе: реклама, товарная марка, режим работы, место расположения (магазина), дополнительный сервис, качество, упаковка.

# Критерии классификации рыночных структур

---

- количество фирм, представленных на рынке той продукции, которая выпускается данной отраслью;
- характер производимой продукции (стандартная или дифференцированная);
- наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в данную отрасль или выхода из нее;
- степень доступности экономической информации.

# Характеристика основных моделей рынка

Признаки моделей рынка	Модели рынка			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
<i>Количество фирм</i>				
<i>Тип продукции</i>				
<i>Степень контроля над ценой</i>				

# Свободная конкуренция (чистая, совершенная)

---

существовала в наиболее широких масштабах до конца XIX в. Ей на смену, в связи с накоплением капитала, концентрацией и централизацией производства и образованием монополий, пришла монополистическая (несовершенная) конкуренция.



# *Черты* совершенной конкуренции

---

- множество мелких продавцов и покупателей,
- продаваемый продукт однороден у всех производителей
- невозможность контроля над ценой и объемом купли-продажи
- полная свобода «входа» на рынок и «выхода».

# ФОРМЫ МОНОПОЛИЙ

---

- Открытая монополия
- Закрытая монополия
- Естественная монополия

Рыночная ситуация, при которой в отрасли действует только один продавец какого-либо товара или услуги, называется **чистой монополией**.

# ЧЕРТЫ МОНОПОЛИИ

---

- Уникальность продукции
- Единственная фирма-гигант в определенной отрасли
- Наличие непреодолимых барьеров для входа на рынок
- Обладание полной информацией

# Социально-экономические последствия монополии

---



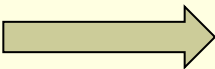
## 1. Позитивы

- ведущая роль в совершенствовании технологии.
- может расчленять рынок на разные сектора, предлагая разным группам покупателей дифференцированные цены
- наличие монопольных структур – показатель состояния зрелости национальной экономики

# Социально-экономические последствия монополии

---

## 2. Издержки экономического поведения фирмы-монополиста

- возможность контролировать объем выпуска и цены своей продукции.
- присвоение высоких прибылей за счет искусственного повышения цен
- X-неэффективность (амер. экономист Х. Лайбенстайн). Чрезмерная власть на рынке  нет потребности в снижении издержек.

# Социально-экономические последствия монополии



## 3. Негативные аспекты, отражаемые в различных формах проявления монополии

- Закрытые монополии - угроза эффективно функционирующему рынку, т.к. их защищают правовые барьеры, непреодолимые для конкурентов
- Естественные монополии могут стать причиной неэффективности рынка.

(Экономия на масштабах производства )

# Социально-экономические последствия монополии

---

## Реакция государства

- Монополизм нарушает действие рыночных механизмов → государство ставит барьеры развитию процесса монополизации (антимонопольное законодательство)

# Олигополия

---

модель рыночной структуры, в рамках которой несколько крупных фирм контролируют производство и сбыт основной массы продукции определенной отрасли хозяйства.

(отрасли тяжелой промышленности, металлургия, химия, автомобилестроение, электроника, судо- и самолетостроение и др.)



# ЧЕРТЫ ОЛИГОПОЛИИ

---

- Немногочисленность и крупные размеры фирм
- Однородность или разнородность продукции
- Высокие барьеры (размер фирмы)
- Несовершенная информация

# ПОКАЗАТЕЛИ СТЕПЕНИ КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В ОТРАСЛИ

---

## 1. Коэффициент концентрации

процентное отношение продаж четырех или восьми крупнейших фирм к общему отраслевому объему продаж

### США

90% - в автомобильной промышленности

85% - в производстве сигарет

15% - в сфере печатания газет

5% - в коммерческой литографии

# ПОКАЗАТЕЛИ СТЕПЕНИ КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В ОТРАСЛИ

---

## 2. Индекс Герфиндаля (Herfindall index)

**сумма квадратов рыночных долей  
(выраженных в %) каждой фирмы в  
отрасли**

Высший показатель (полная монополия  
одной фирмы) - 10 000.

Безопасный - 1000

# ПОВЕДЕНИЕ ОЛИГОПОЛИСТА НА РЫНКЕ

---

## 1. Взаимная адаптация олигополистов определенной отрасли друг к другу

Франц. экономист **О. Курно** в 1838 г. - модель дуополии

## 2. Модели поведения олигополистических фирм на рынке

- **Нескоординированная олигополия**
- **Создание картеля**
- **Образование картелеподобной структуры рынка**

# ПОВЕДЕНИЕ ОЛИГОПОЛИСТА НА РЫНКЕ

## 3. Возможность влияния на цену

Способность влиять на цену (феномен «жесткости цен на олигополистическом рынке»).

## 4. Характер реакции олигополиста на изменение поведения другого конкурента

**Варианты реакции:**

- Изменение цен одним олигополистом остается без внимания со стороны других олигополистов.
- Изменение цен фирмой-лидером приводит к аналогичным шагам со стороны других фирм.

# ОЛИГОПОЛИЯ: социально-экономические последствия

---

## Позитивы

- Крупный научно-технический потенциал - высокие успехи в НТП
- Сдержанная политика в области динамики цен - тормозит инфляцию и резкие колебания цен
- Олигополии не сдерживают масштабы производства, как это свойственно монополиям

# ОЛИГОПОЛИЯ: социально-экономические последствия

---

## Издержки

- Высокие технологические и экономические барьеры входа тормозят развитие конкуренции
- Политика на выжидания по отношению к своим конкурентам, замедляет внедрение новой технологии
- Малоподвижные цены нарушают саморегулирующие свойства рынка
- Снижение цен конкурентами может приводить к ценовым баталиям

# Монополистическая конкуренция

---

модель рыночной структуры,  
объединяющая в себе ряд свойств  
совершенной конкуренции и  
монополии.

Проявляется на рынке потребительских товаров и услуг.



# ЧЕРТЫ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

---

- 1. Дифференциация продукции**
- 2. Некоторые ограничения в доступности информации**
- 3. Малые размеры и многочисленность фирм**
- 4. Низкие барьеры для входа на рынок и выхода из него**

(рынки пищевой продукции, одежды, обуви, книжных изданий, медицинских товаров (лекарств, витаминов, средств гигиены), услуг (станции технического обслуживания, рестораны, парикмахерские и т.д.)

# ПОВЕДЕНИЕ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОГО КОНКУРЕНТА НА РЫНКЕ

## 1. Сегментация рынка

- Дифференциация продукции.

## 2. Использование неценовых методов конкуренции

- Реальное изменение качественных характеристик товара (услуг).
- Сохранение традиционного содержания блага, но придание ему новых, привлекательных внешних форм (или методов его упаковки).
- Активное использование рекламы с целью убедить потребителя в новых (а часто и «уникальных») свойствах предлагаемого товара.

# Социально-экономические последствия

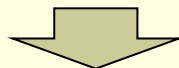
## Позитивы

- **Высокая степень соперничества**



повышение качественных характеристик производимой продукции, обеспечивает ее разнообразие и введение послепродажного обслуживания

- **Подвижность цен**



саморегулирующая функция рынка

- **Отсутствие власти фирм над ценообразованием**



нет проблемы завышения цен

# Социально-экономические последствия

---

## Издержки

- Цена устанавливается на уровне, который все же превышает показатель, характерный для условий совершенной конкуренции

# Антимонопольная политика

---

1. **Административный контроль - способы воздействия на монополизированное производство** (финансовые санкции, прямое расформирование).
2. **Организационный механизм**, цель - антимонопольная профилактика путем последовательной либерализации рынков (снижение таможенных пошлин, отмена количественных квот, поддержка малого бизнеса, упрощение процедуры лицензирования, оптимизация производства).

# Антимонопольная политика

---

## 3. Антимонопольное законодательство.

Цель — регулирование структуры отрасли через запрещение предполагаемых слияний крупных фирм, если оно ведет к существенному ослаблению конкуренции или установлению монополии.