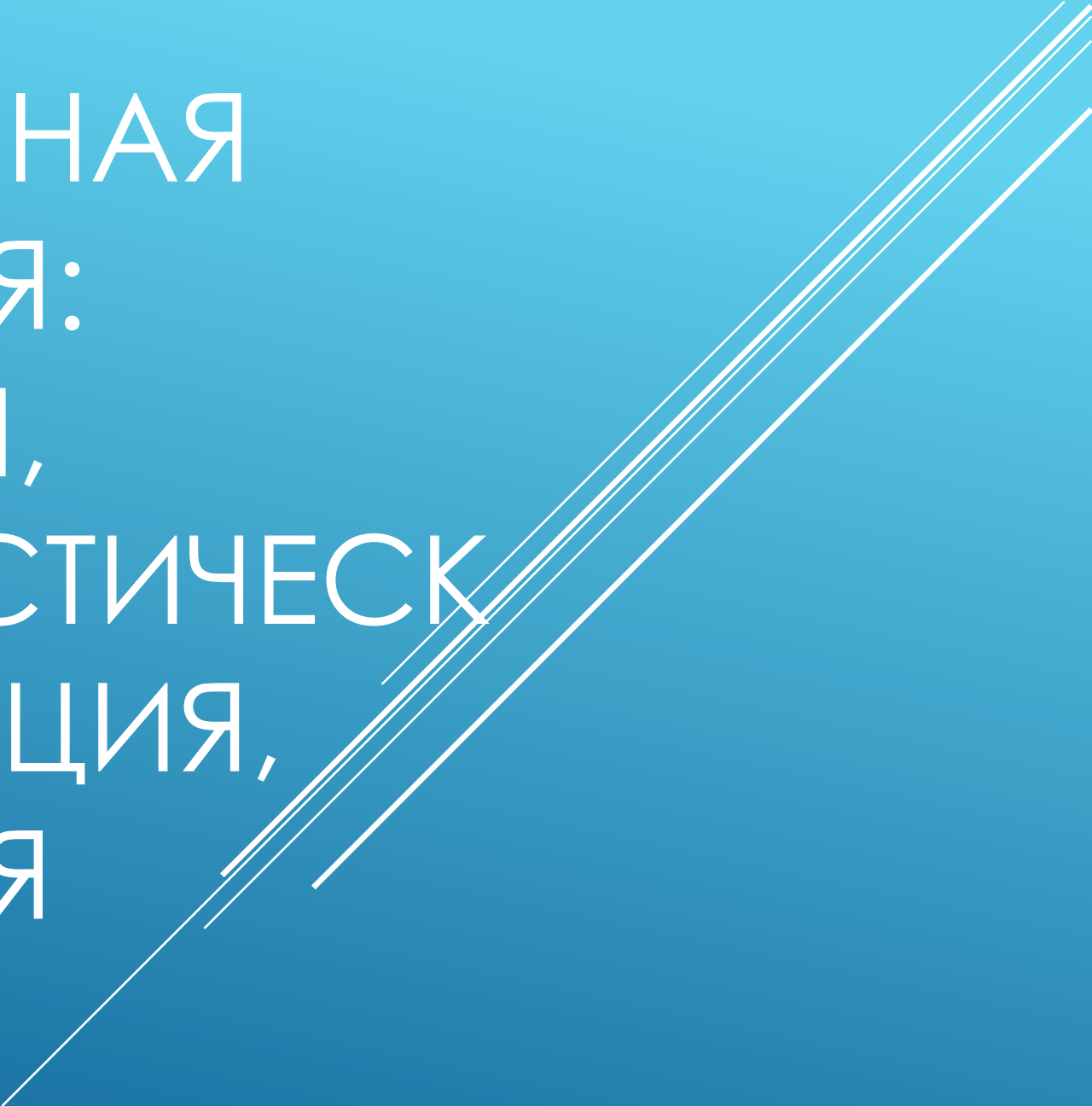
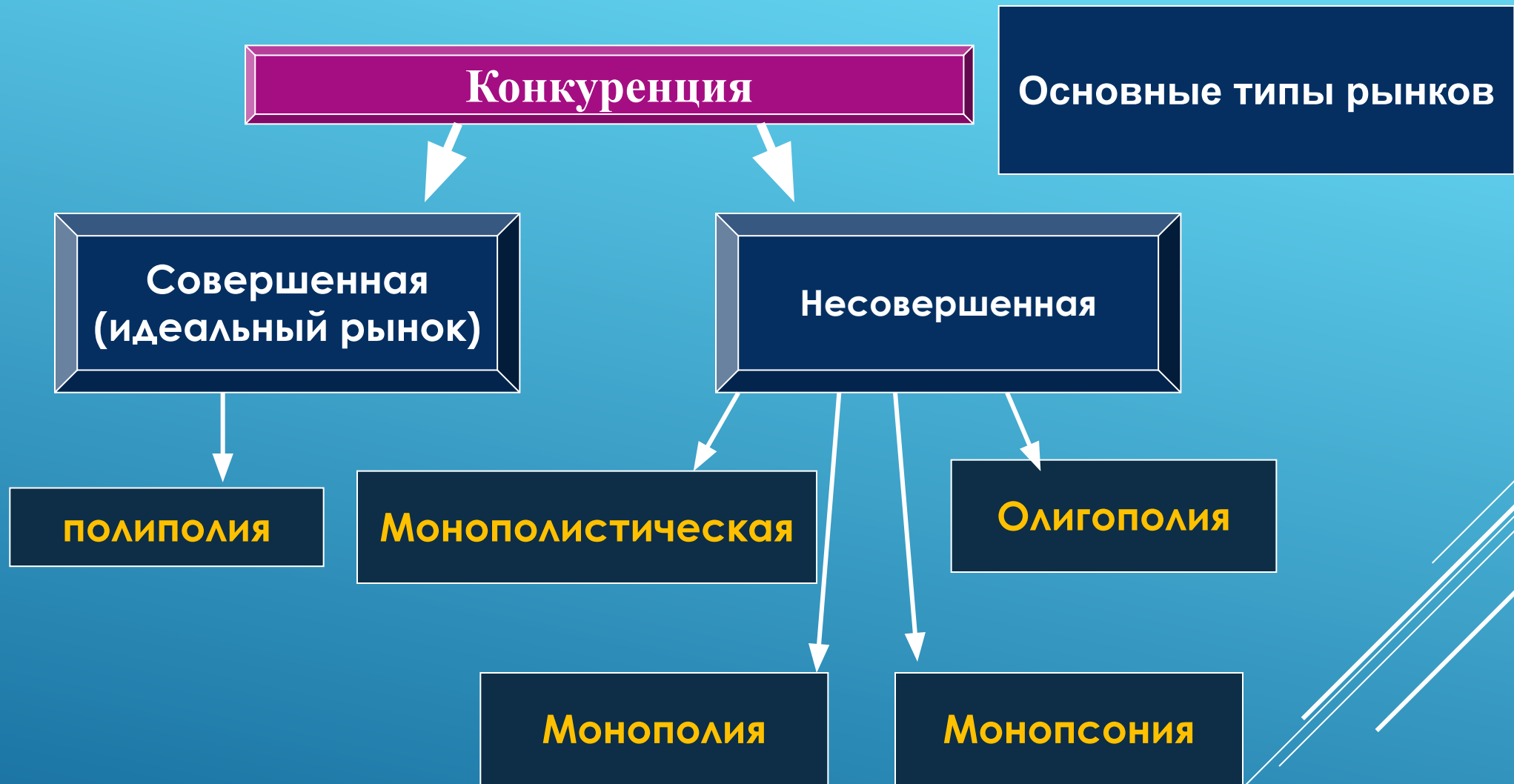


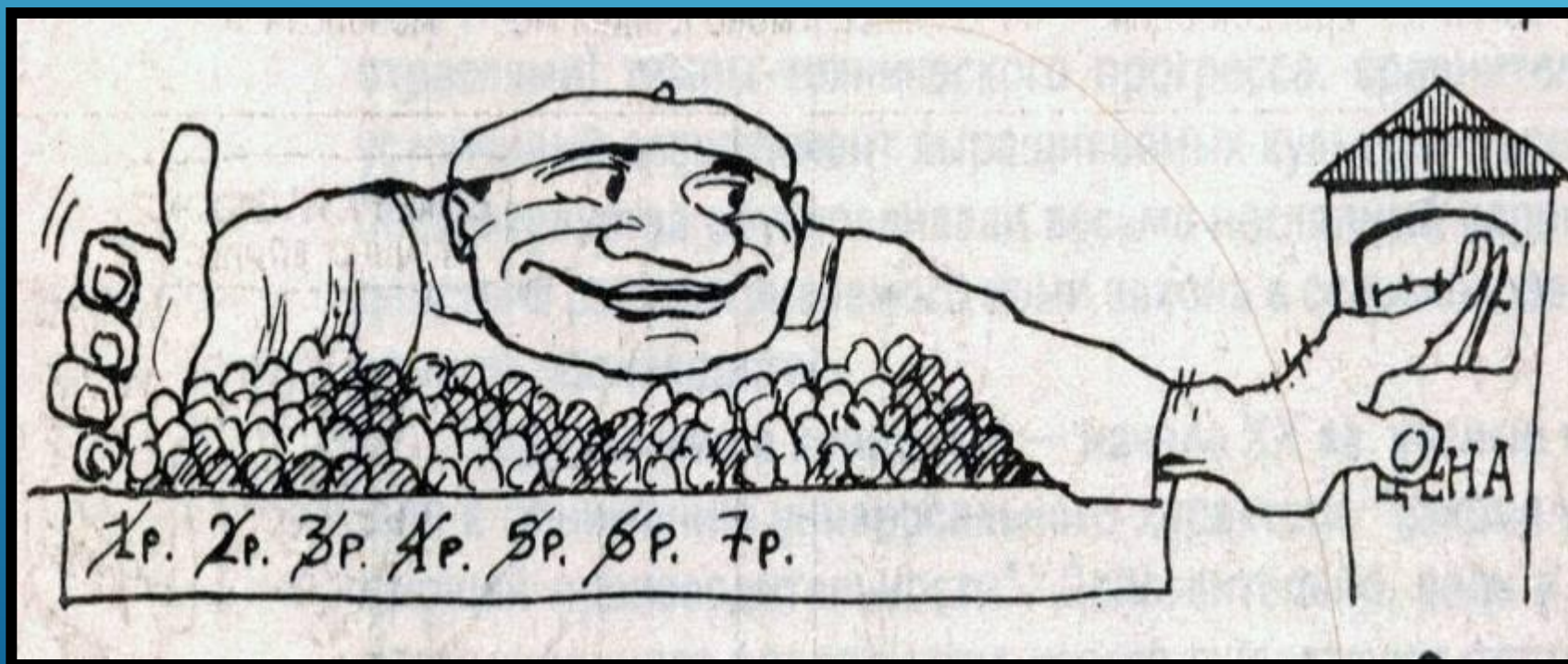
НЕСОВЕРШЕННАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ:
МОНОПОЛИЯ,
МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ,
ОЛИГОПОЛИЯ





МОНОПОЛИЯ

- РЫНОК ГДЕ ИМЕЕТСЯ ТОЛЬКО ОДИН ПРОИЗВОДИТЕЛЬ, КОТОРЫЙ ПОЛНОСТЬЮ КОНТРОЛИРУЕТ ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА И ОЧЕНЬ СИЛЬНО ВЛИЯЕТ НА ЦЕНУ. МОНОПОЛИЯ- ГЛАВНЫЙ ВРАГ КОНКУРЕНЦИИ.



Монополи

Наличие одного
продавца

Полный контроль объема
предложений товара и
цен

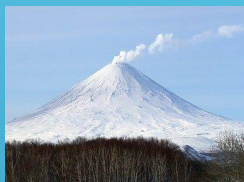
Производство товаров,
не имеющих
заменителей

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

МОНОПОЛИЯ

На данном типе рынка фирма контролирует значительную его долю (не менее 40...50% при условии, что остальные фирмы имеют гораздо меньшую долю рынка) и может самостоятельно устанавливать цены.

Монополия связана с высокими входными барьерами, главным из которых является эффект масштаба. Если фирма контролирует весь рынок (доля рынка 100%), то это – чистая монополия.



Монополия

Естественная

Возникает, когда производство требует уникальных природных условий (вода Боржоми, уникальный сорт вина и др.) или там, где трудно признать целесообразным наличие более одного производителя.

Искусственная

Монополия, специально созданная путем концентрации в чьих-то руках определенной хозяйственной деятельности.

Естественная монополия возникает при условии того, что эффект масштаба (зависимость общих средних затрат от выпуска) и размеры рынка таковы, что на нем может эффективно функционировать только одна фирма (в силу условий производства только одна фирма может производить продукт с минимальными затратами).



ЕСТЕСТВЕННЫЕ МОНОПОЛИИ- ЭТО МОНОПОЛИИ, РАЗРЕШЕННЫЕ ГОСУДАРСТВОМ.

- ▶ К ним относятся: коммунальные службы, железные дороги, телефонные компании, поставщики газа, электричества. Конкуренция среди них может только повредить обществу.
- ▶ Они подлежат общественному регулированию. В частности, цены или тарифы на их продукцию очень часто определяются федеральными или региональными гос.службами, ведомствами.

- ▶ **Искусственные монополии:** - когда несколько крупных фирм объединяются и полностью контролируют рынок (картельное соглашение)

Поглощают конкурентов, сливаются т.п.

Например: рынок нефти и нефтепродуктов

**В СТРАНЕ С РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКОЙ С
МОНОПОЛИЗМОМ ВЕДЕТСЯ БОРЬБА НА
ГОСУДАРСТВЕННОМ УРОВНЕ.**



- ▶ **Однако, есть сферы, где монополия просто необходима: производство атомных бомб, эмиссия денежных знаков, электрические и тепловые сети и др.**

Подобные предприятия относят к естественной (государственной, легальной) монополии.

БОРЬБА С МОНОПОЛИЯМИ:

- ▶ Антимонопольное законодательство
- ▶ Закон о конкуренции и ограничении монополистической конкуренции на товарных рынках



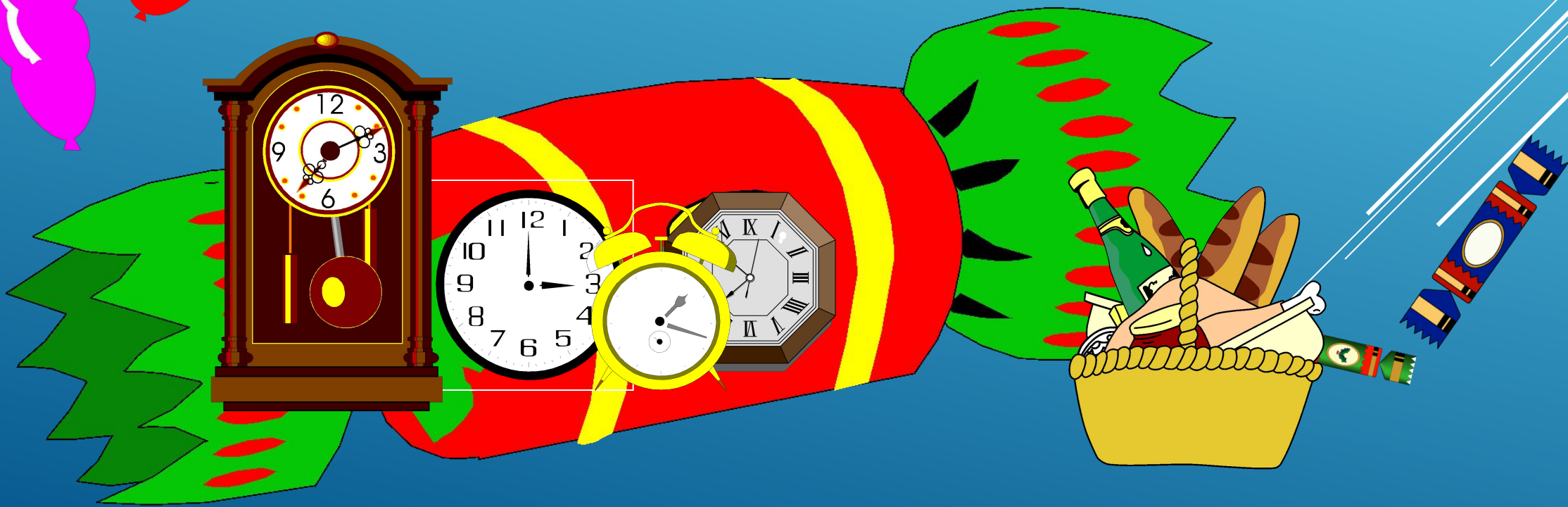
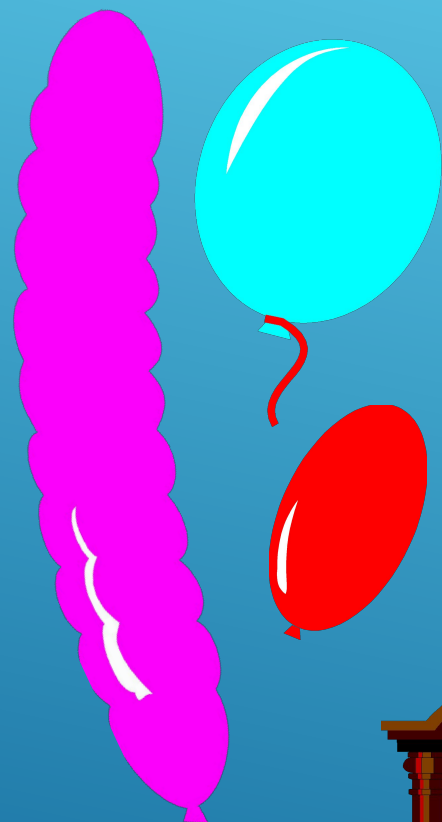
СЛОВАРИК

Искусственные барьеры, защищающие монополистов:

- ▶ **Лицензия** – официальное разрешение на право заниматься определенным видом деятельности (например, разрешение на экспорт, импорт). Выдается органами государственного управления. Как правило, она является платной.
- ▶ **Патент** – документ, выдаваемый на определенный срок компетентным органом, удостоверяющим какое-то право. Он дает патентовладельцу исключительное право производить, использовать, и продавать его изобретение на протяжении срока действия патента.
- ▶ **Товарный знак** - товарная марка (символ, рисунок) или ее часть, обеспеченная правовой защитой.
- ▶ **Авторское право** – исключительное право распоряжаться продажей и размножением (тиражированием) своих произведений.

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ –

РЫНОК С МНОЖЕСТВОМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ,
ПРЕДЛАГАЮЩИХ СХОЖИЕ, НО НЕ ОДИНАКОВЫЕ
(ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЕ) ТОВАРЫ И УСЛУГИ.

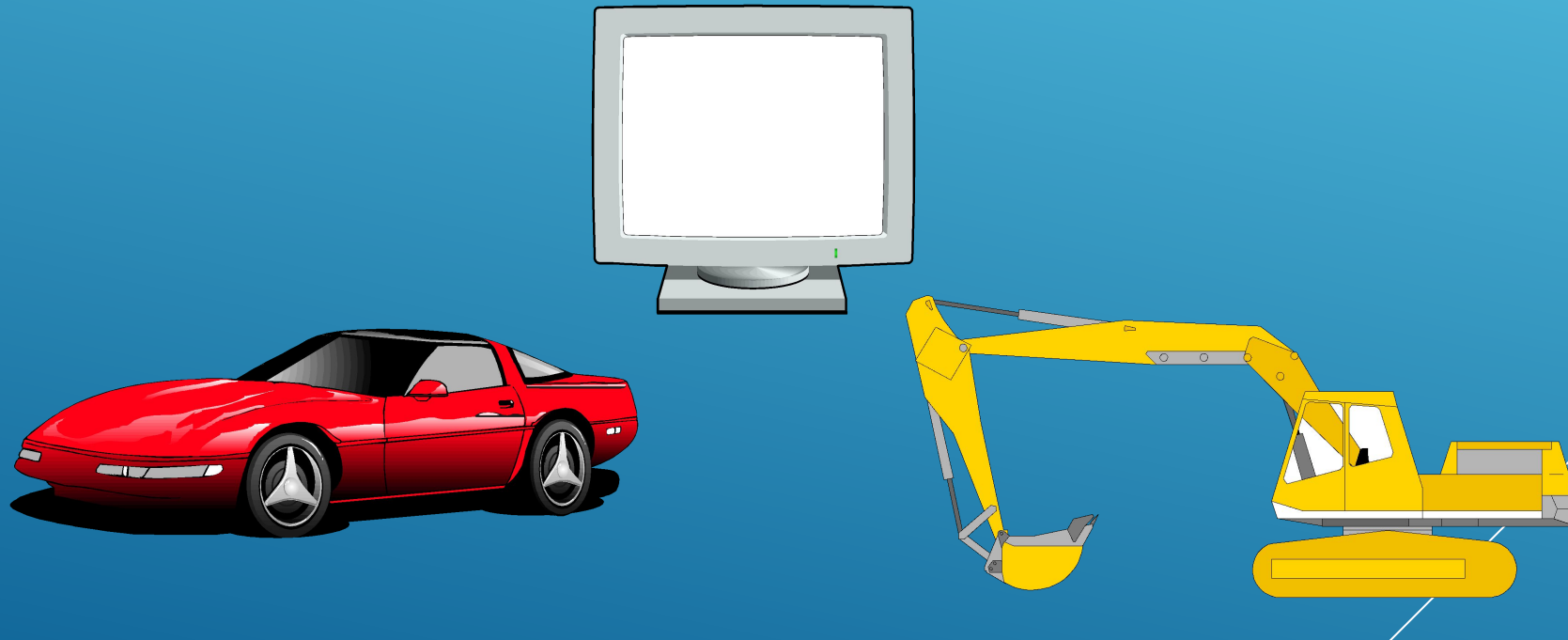


Для рынка с монополистической конкуренцией характерно следующее:

- ▶ товар каждой фирмы, торгующей на рынке, является несовершенным заменителем товара, реализуемого другими фирмами;
- ▶ на рынке существует относительно большое число продавцов, каждый из которых удовлетворяет небольшую, но не микроскопическую долю рыночного спроса на общий тип товара, реализуемого фирмой и ее соперниками;
- ▶ продавцы на рынке не считаются с реакцией своих соперников, когда выбирают, какую установить цену на свои товары или когда выбирают ориентиры по объему годовых продаж;
- ▶ на рынке есть условия для свободного входа и выхода.

ОЛИГОПОЛИЯ

- РЫНОК, ГДЕ ГОСПОДСТВУЕТ НЕСКОЛЬКО КРУПНЫХ ФИРМ, ВХОД В ОТРАСЛЬ ДЛЯ СОПЕРНИКОВ КРАЙНЕ ЗАТРУДНЕН. ПРИ ОЛИГОПОЛИИ ВОЗМОЖЕН ЦЕНОВОЙ СГОВОР ИЛИ ОРИЕНТИРОВАНИЕ НА ЦЕНЫ ЛИДЕРА.



ОЛИГОПОЛИЯ

- ▶ участников настолько мало (обычно от двух до восьми) и они столь значимы, что между ними приходится учитывать стратегическую взаимозависимость;
- ▶ участникам рынка трудно принимать корпоративные решения, т.к. надо предугадывать действия конкурентов;
- ▶ наличие сходной или слабо дифференцированной продукции.



Олигопол

Использование ценовой и неценовой конкуренции:

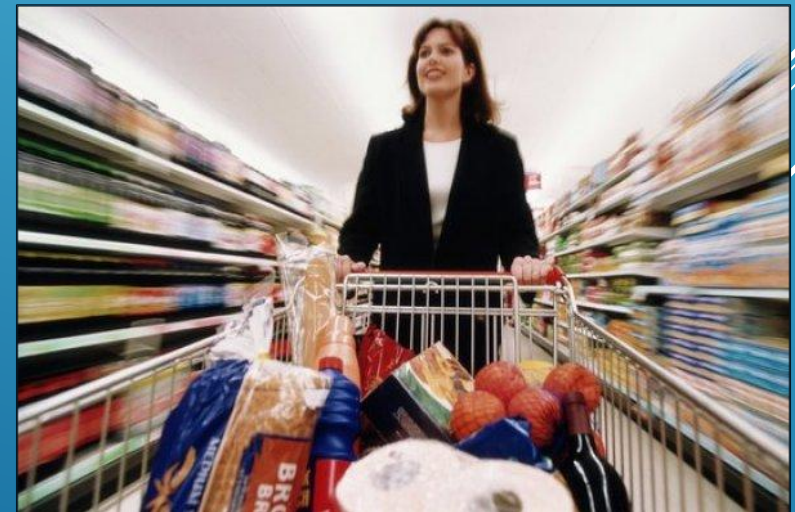
- «жесткость» цен,
- скрытый договор,
- соглашение о специализации и кооперации.

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

Вступление других фирм в олигопольный рынок затруднено.

ОСОБЫЕ ВИДЫ РЫНКА

- ▶ **МОНОПСОНИЯ** – диктат одного потребителя , монополия покупателя (несколько производителей – один потребитель);
- ▶ **двусторонняя монополия** (один производитель – один потребитель).
- ▶ **дуополия** - частный случай олигополии (две доминирующие фирмы).



МОНОПСОНИЯ-ТИП РЫНКА, НА КОТОРОМ МОНОПОЛИСТОМ ЯВЛЯЕТСЯ НЕ ПРОДАВЕЦ, А ПОКУПАТЕЛЬ

- ▶ -единственный покупатель-государство
- ▶ -на рынке с/х-ой продукции, когда мелкие фермеры вынуждены сдавать свою продукцию закупщику по его искусственно заниженным ценам
- ▶ -на рынке труда-если единственная в городе фабрика нанимает рабочих по заниженным ставкам заработной платы



ЗАДАЧИ ОПТИМИЗАЦИИ, ХАРАКТЕРНЫЕ ДЛЯ РАЗНЫХ ТИПОВ РЫНКОВ

- ▶ совершенно-конкурентный рынок – оптимизация выпуска продукции;
 - ▶ несовершенно-конкурентный рынок – оптимизация выпуска и цены в комплексе;
 - ▶ на всех типах рынков – оптимизация структуры затрат.
- 