
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			
	Совершен- ная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополис- тическая 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

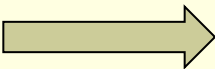


1. Позитивы

- 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
- Х-неэффективность (амер. экономист Х. Лайбенстайн). Чрезмерная власть на рынке  нет потребности в снижении издержек.

Социально-экономические последствия монополии



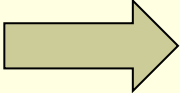
3. Негативные аспекты, отражаемые в различных формах проявления монополии

- 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.

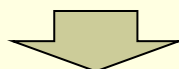
2. Использование неценовых методов конкуренции

- 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.