

Типы рыночных структур

1. Конкуренция как элемент рыночного механизма.

2. Понятие рыночной структуры. Типы рыночных структур:

2.1 Совершенная конкуренция.

2.2. Несовершенная конкуренция:

а) монополия;

б) олигополия;

в) монополистическая конкуренция.

3. Антимонопольное регулирование.

Конкуренция (от лат. *«конкурро»* — сталкиваться) — соперничество, экономическая борьба между участниками рыночных отношений за наиболее выгодные условия производства, купли и продажи товаров, за приобретение факторов производства с целью получения максимальной прибыли.

Функции конкуренции

- обеспечение нацеленности производителя на запросы потребителя;
- эффективное распределение ограниченных ресурсов в соответствии с потребностями общества и нормой прибыли;
- стимулирование эффективности производства за счет улучшения качества продукции, снижения издержек производства, поиска новых знаний, обладающих высокой экономической ценностью;
- распределение доходов в соответствии с вкладом и эффективностью использования факторов производства;
- установление наименьшей из возможных равновесной рыночной цены.

* **Формы конкуренции:**

* **конкуренция производителей-продавцов**, борьба за «доллар покупателя», в которой побеждают те производители, которые готовы продать товар подешевле, но в бóльших объемах. Конкуренция между производителями является фактором понижения «цены предложения»;

* **конкуренция между покупателями**, которые стремятся приобрести товар по меньшей цене. В соперничестве между ними побеждает тот, кто готов предложить более высокую цену. Выступает фактором повышения цены;

* **конкуренция между продавцами и покупателями**, которые стоят на противоположных позициях в отношении уровня цен на товары. В результате этого соперничества достигается взаимное согласие о цене на

* Методы конкурентной борьбы

- * **ценовая конкуренция** – борьба между производителями за сверхприбыль посредством уменьшения издержек производства и снижения за счет этого цен без изменения ассортимента и качества товаров;
- * **ценовая дискриминация** – продажа одного и того же товара по разным ценам разным группам потребителей, когда ценовые различия не оправданы различиями в издержках производства (учет времени продажи товара, объема разовой покупки);
- * **скрытые формы ценовой конкуренции** – системы скидок и уступок, проведение распродаж;
- * **неценовая конкуренция** – повышение качества продукции путем совершенствования технических характеристик товаров; улучшение приспособляемости товара к нуждам потребителя; производство товаров-заменителей; улучшение обслуживания покупателя, послепродажный сервис; использование массовой рекламы и т.п.

Существует ещё одно значение понятия «конкуренция». Если её рассматривать как *способ организации рынка*, то выделяют:

совершенная конкуренция;

несовершенная конкуренция.

В основе этой классификации лежит степень влияния отдельного продавца (или покупателя) на рыночную структуру.

Рыночная структура – это условия, в которых обычно протекает конкуренция. Другими словами, - это *основные характерные черты рынка*, к числу которых относятся:

1. количество и размеры фирм;
2. степень сходства и различий товаров разных фирм;
3. лёгкость входа и выхода с конкретного рынка;
4. доступность рыночной информации;
5. способность влиять на равновесную цену⁴

Исходя из этого экономисты различают следующие виды конкуренции:

- **Виды конкуренции**

- **совершенная**

- **несовершенная**

- **МОНОПОЛИЯ**

- **ОЛИГОПОЛИЯ**

- **МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ**

Основные характеристики рынка СК:

- * очень большое число независимо действующих продавцов и покупателей;
- * однородная, стандартная, унифицированная продукция;
- * отсутствие контроля над ценой. Незначительная доля объема предложения со стороны отдельного продавца не позволяет ему влиять на рыночную цену. Рыночная цена выступает как внешний, объективный и независимый фактор;
- * одинаковая информация и полная информированность о положении дел на рынке для всех участников рынка (продавцов и покупателей);
- * свободное вступление и выход из отрасли;
- * невозможность сговора, совместных действий как продавцов, так и покупателей

!!! Наиболее близки к рынкам совершенной конкуренции рынки:

- * сельскохозяйственной продукции;**
- * ценных бумаг;**
- * валюты.**

Чистая монополия связана с доминирующим положением одного производителя, возможностью контроля им рынка конкретного товара, что позволяет устанавливать монопольные цены и получать монопольную прибыль.

Характерные черты чистой монополии:

- единственный продавец (слова «фирма» и «отрасль» – синонимы);
- уникальная продукция (хороших или близких заменителей не существует);
- значительный контроль над ценой;
- заблокированное вступление в отрасль в связи с наличием экономических, технических, юридических барьеров (низкие издержки производства, связанные с положительным эффектом масштаба; исключительное право доступа к каким-либо природным ресурсам, наличие государственных патентов и лицензий).

Монополист не имеет конкурентов, так как существуют барьеры: естественные и искусственные. В зависимости от этого выделяют 2 вида чистой монополии.

• **Виды чистой монополии**

- **Естественная**: возникает под воздействием объективных экономических, природных, технических факторов (естественных причин)

- **Искусственная**: возникает в результате специальных организационных мер (искусственных барьеров)

Монополия, возникающая со стороны спроса, когда на рынке имеется только один покупатель при множестве продавцов, называется **монопсонией.**

Олигополия — это рыночная структура, в которой доминируют несколько крупных фирм и некоторое количество мелких.

Считается, что если четыре крупнейшие фирмы контролируют 40% и выше совокупного рынка, отрасль является олигополистической.

Основные признаки олигополии:

- немногочисленность фирм, господствующих на рынке товаров и услуг;
- однородный или дифференцированный тип продукции;
- наличие существенных барьеров для вступления в отрасль и слияния;
- контроль над ценой ограничен взаимной зависимостью, значительный при тайном сговоре.

Черты механизма ценообразования в условиях олигополии:

- жесткость цен (они изменяются реже, чем в других рыночных структурах);
- согласованность действий всех фирм в области ценообразования.

Методы ценовой политики:

ценовая конкуренция;

тайный сговор о цене;

ценовая накидка и др.

Ценовая

конкуренция

характеризуется

стремлением

олигополии открыто навязать всем

участникам отраслевого рынка свои

представления о справедливой цене.

Делая ставку на обострение ценовой

конкуренции, олигополия, как правило,

снижает цену.

Тайный сговор. С целью снижения коммерческого риска, создания условий для получения сверхприбыли и иллюзии свободной конкуренции, олигополии отдельной отрасли идут на достижение соглашения о совместном контроле над ценой товара. Сговоры по цене обычно преследуются со стороны государства.

Ценовая накидка. В ходе исследования определяются средние издержки производства приемлемые для всей отрасли. Рассчитывается допустимая норма прибыли (доводится до сведения общественности) и определяется верхний лимит рыночной цены, соблюдать который рекомендуется всем участникам рынка.

Основные черты монополистической конкуренции:

1. относительно большое число небольших производителей;
2. похожий, но не одинаковый товар (зубная паста, порошок, чай, кофе и т.д.);
3. сговор, совместные действия производителей не допускаются;
4. проводя свою экономическую политику, фирме приходится учитывать реакцию со стороны конкурента;
5. особое внимание уделяется инструментам неценовой конкуренции;
6. лёгкое вступление на данный рынок.

Монополистическая

конкуренция - это тип рынка, при котором относительно большое число небольших производителей производит и поставляет на рынок похожую, но не одинаковую продукцию.

Классификация рыночных структур и их основные признаки

	Количество фирм	Тип продукта	Условия вступления в отрасль	Контроль над ценой
Совершенная конкуренция	Много	Однородный	Никаких затруднений	Отсутствует
Монополистическая конкуренция	Достаточно много	Дифференцированный	Сравнительно легкие	Незначительный
Олигополия	Несколько крупных	Однородный или дифференцированный	Существенные препятствия	Ограничен взаимной зависимостью
Монополия	Одна крупная	Уникальный, нет близких заменителей	Очень трудный	Полный

Антимонопольное регулирование

выступает как совокупность экономических, законодательных и административных действий, направленных на развитие свободной конкуренции и недопущение тенденций, предполагающих «эксплуатацию» рыночного спроса и необоснованное получение дополнительного дохода.

Экономические меры поддержания конкуренции и борьбы с монополией:

- поощрение создания товаров-заменителей;
- поддержка новых фирм, среднего и малого бизнеса (налоговые льготы, предоставление субсидий, кредитов, государственных заказов);
- привлечение иностранных инвестиций, учреждение совместных предприятий, зон свободной торговли;
- финансирование мероприятий по расширению выпуска дефицитных товаров в целях устранения доминирующего положения отдельных хозяйствующих субъектов;
- государственное финансирование НИОКР (научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ).

Административные меры, направленные на демонополизацию рынков:

- * запрещение тайных сговоров, направленных на поддержание монопольных цен;
- * запрет на слияния, которые ведут к установлению контроля над предложением;
- * принудительная демонополизация (реструктуризация);
- * установление предельных цен, или предельного уровня роста цен, либо предельного уровня рентабельности.