

Введение в экономику

X

*м.э.н., старший преподаватель
Умырзакова Аида Адильхановна*

Тема 9. Конкуренция и монополия

1. Понятие, виды, структура и инфраструктура рынка
2. Понятие и сущность конкуренции. Виды конкуренции
3. Монополия и монополия.
4. Антимонопольная политика государства

Рынок – это механизм, сводящий продавцов и покупателей;

Место, где определяется рыночная цена.

Участниками рынка являются и предприниматели, и работники, продающие свой труд, и конечные потребители, и владельцы ссудного капитала, собственники ценных бумаг и т. д.

Можно выделить следующие критерии для характеристики структуры и системы рынка:

по объектам:

- рынок товаров и услуг;
- рынок рабочей силы;
- рынок средств производства (капитала);
- рынок ценных бумаг, валюты;
- рынок научно-технических разработок, патентов;
- рынок информации;
- рынок средств обращения;

И
Н
Ф
Р
А
С
Т
Р
У
К
Т
У
Р
А

Р
Ы
Н
К
А

Товарные биржи, предприятия
оптовой и розничной торговли,
аукционы, ярмарки,
посреднические фирмы

Рынок товаров
и услуг

Банки, страховые компании,
фонды,
фондовые биржи

Рынок:
-денежный
-фондовый
-инвестиций

Биржи труда

Рынок труда

Информационные центры,
юридические конторы,
рекламные агентства,
аудиторские и консалтинговые
фирмы и т.д.

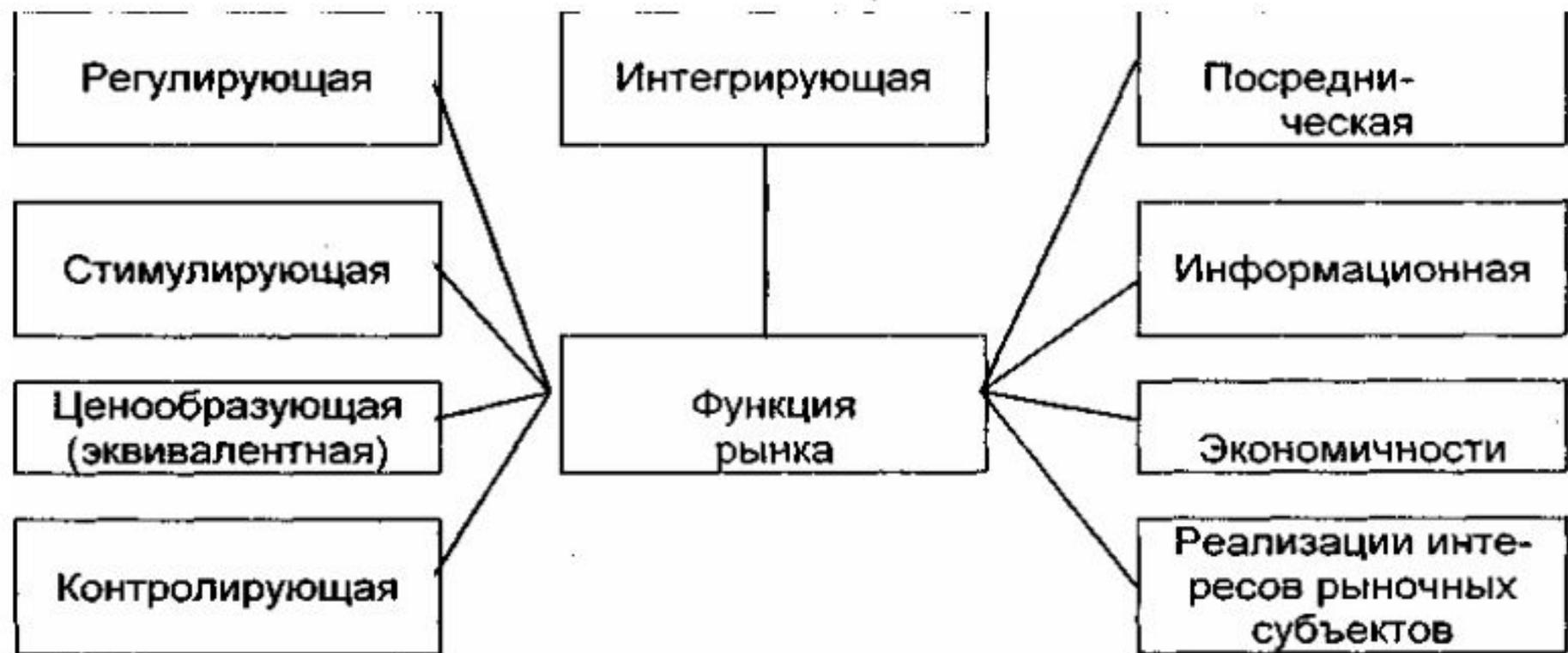


Рис. 3.1.3. Важнейшие функции рынка

**Важным условием возникновения рынка является
свободный обмен ресурсами.**

**Вопрос о происхождении денег различными
теоретическими школами
связывается с процессом развития обмена.**

Исследовать происхождение денег - это исследовать
развитие торговли,
обмена, возникновение того этапа человеческой
цивилизации, который **Ф.Хайек** назвал
«**расширенным порядком человеческого
сотрудничества**».

Продавцы – те, кто поставляет товары на рынок,
покупатели – это предъявители спроса.

Расходы на совершение рыночных сделок называются
транзакционными издержками.

Это издержки на сбор и обработку информации о состоянии рынка, на поиск покупателя или продавца, ведение переговоров с ним и заключение контракта, а также на контроль за его соблюдением.

Основных субъектов рыночного хозяйства принято подразделять на следующие группы:
хозяйства, бизнес и правительство, заграница.

Условием возникновения рынка является и так называемая экономическая обособленность или хозяйственная автономия **субъектов рынка.**

Ведь обмениваются благами, созданными на основе общественного разделения труда и специализации, полностью независимые, самостоятельные в принятии хозяйственных решений производители .

Основные типы рыночных структур

- 1) совершенной конкуренция.
- 2) несовершенная конкуренция.

Различают три основные вида несовершенной конкуренции:

1. чистая монополия.
2. олигополия .
3. монополистическая конкуренция.

Конкуренция

Конкуренция – это соперничество фирм за более выгодные условия выпуска и реализации товаров или услуг.

Конкуренция (от лат. *concurrentia* — **сталкиваться**) означает соперничество за получение максимальных преимуществ и достижение наилучших результатов.

Экономическая конкуренция — это борьба между субъектами экономики с целью наиболее эффективной реализации собственных экономических интересов

Классификация рынков

1. **По территориальному признаку**: местные, национальные, международные.
2. **По технологии процесса**: личный контакт продавца и покупателя или неличный вариант.
3. **По видам продукции**: рынок потребительских товаров и услуг; рынок ресурсов.
4. **По степени конкуренции**: рынок совершенной и несовершенной конкуренции.

1) **Рынок совершенной конкуренции** характеризуется **наличием большого количества покупателей и продавцов**, доля на рынке каждого из которых небольшая, поэтому отдельные продавцы и покупатели не могут влиять на цены.

Примерами могут быть рынки сельскохозяйственных продуктов, рынок рыбы, фондовый рынок (продажа ценных бумаг).

Совершенная конкуренция – рынок, на котором очень много мелких фирм выпускают одинаковую (стандартную, однородную) продукцию и не имеют возможности контролировать цены на неё.

На рынке совершенной конкуренции продавец вынужден принимать рыночную цену, которая устанавливается в результате взаимодействия спроса и предложения, он является ценополучателем (price-taker).

Признаками совершенного рынка являются:

- единство правил для всех участников
- отсутствие входных и выходных барьеров в той или иной отрасли производства;
- отсутствие ограничений на количество участников рынка;
- однородность одноименных представленных продуктов на рынке;
- свободные цены;
- отсутствие давления, принуждения со стороны одних участников по отношению к другим

2) Рынок несовершенной конкуренции состоит **из небольшого количества покупателей и продавцов.**

Доля отдельных участников на рынке бывает значительной. Они могут влиять на цены.

Чтобы стать участником, необходимо иметь лицензию, патент.

Несовершенная конкуренция – конкуренция в условиях, когда отдельные производители **ИМЕЮТ ВОЗМОЖНОСТЬ КОНТРОЛИРОВАТЬ ЦЕНЫ** на продукцию, которую они производят.

Не всегда на рынке возможна совершенная конкуренция.

Признаками несовершенной конкуренции являются:

- создание неравных условий для участников и товаров (демпинговые цены, ценовая дискриминация (продажа одного и того же товара по разным ценам));
- создание входных барьеров на рынок;
- использование или разглашение конфиденциальной научно-технической, производственной и торговой информации;
- распространение ложных сведений в рекламной или иной информации касательно способа и места изготовления или количества товаров;
- умалчивание важной для потребителя информации;
- вмешательство государства или использование административного ресурса.

Формами несовершенной конкуренции являются:

- 1) монополистическая конкуренция**
- 2) олигополия**
- 3) монополия**

При монополии возможно вытеснение монополистом других фирм с рынка.

1) Монополистическая конкуренция

Монополистическая конкуренция – рыночная структура, в которой много продавцов, ведущих конкурентную борьбу за объем продаж дифференцированных товаров.

Его отличительные особенности:

- много продавцов и покупателей;
- дифференцированный товар;
- низкие барьеры для входа в отрасль;
- нет стратегического поведения фирм.

Монополистической конкуренции присущи черты монополии и совершенной конкуренции,

поэтому фирмы **конкурируют за объём продаж** не только по ценовым параметрам, но и неценовыми методами (бренды, торговые марки, бесплатная упаковка и доставка и т.д.)

На рынке монополистической конкуренции производящие дифференцированный продукт фирмы обладают ограниченной рыночной властью и конкурируют за объём продаж.

2) Олигополистический рынок

Олигополия – это рыночная структура, в которой **несколько фирм конкурируют** за объём продаж, и существует стратегическое взаимодействие фирм.

Существуют два вида олигополий:

- 1) чистая олигополия, где выпускается стандартизированная продукция;
- 2) дифференцированная олигополия, где выпускается дифференцированная продукция.

Например, Несколько крупных фирм, продукция которых может быть как разнородной (автомобили), так и однородной (алюминий, сталь).

Основные признаки:

- несколько фирм;
- большая концентрация рынка;
- высокие отраслевые барьеры;
- стратегическое взаимодействие фирм.

На олигополистическом рынке фирмы тесно взаимодействуют одна с другой и принимают производственные решения с учетом реакции других фирм на рынке.

Когда фирмы отрасли координируют свои действия имитацией ценообразования и поведения (кооперативная стратегия), цена и предложение будут тяготеть к монопольным.

Крайняя форма такого поведения – **картель**.

3) Монополия

Противоположностью конкуренции служит **монополия**.

Одна фирма является единственным продавцом данной продукции, не имеющей близких заменителей.

Барьеры для вступления в отрасль для других фирм практически **непреодолимы**.

Если в единственном числе выступает покупатель, то такая конкуренция называется **монопсонией** (от греч. monos - один и opsonia - закупка).

Формы конкуренции	Признаки, определяющие форму конкуренции	Степень конкуренции
Совершенная	<p>Множество фирм, производящих данный продукт.</p> <p>Полная однородность производимой продукции.</p> <p>Отсутствие ограничений для межотраслевого перелива ресурсов.</p> <p>Полная информация, т. е. совершенное знание рынка потребителями и производителями.</p>	Отсутствие контроля над ценами

Несовершенная

Монополия (чистая)	Данный продукт производится только одной фирмой (отрасль состоит из одной фирмы)	Очень высокая степень контроля над ценами
Олигополия	Относительно небольшое количество фирм, производящих данный вид продукции. Производится однородная продукция (незначительная дифференциация продукции)	Частичный контроль над ценами
Монополистическая конкуренция с дифференциацией продукта	Множество производителей, много действительных или воображаемых различий в продукции.	Очень слабый контроль над ценами

Рыночные механизмы

Спрос, предложение, цена, конкуренция.

Конкуренция является необходимым элементом рыночного механизма.

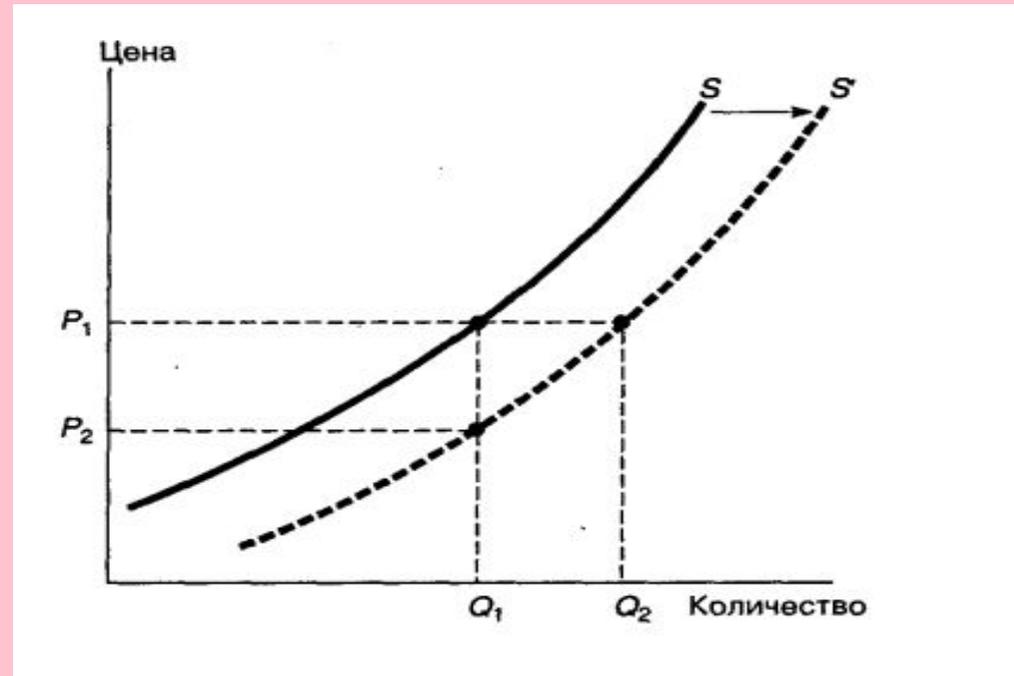
Предложение (S)

Кривая предложения (supply curve) показывает количество товара, который производитель готов продать по данной цене, с учетом того, что все остальные факторы, способные повлиять на предлагаемое количество товара, остаются неизменными.

Кривая предложения отражает, таким образом, зависимость между предлагаемым количеством и ценой.

Мы можем записать это соотношение в виде уравнения:

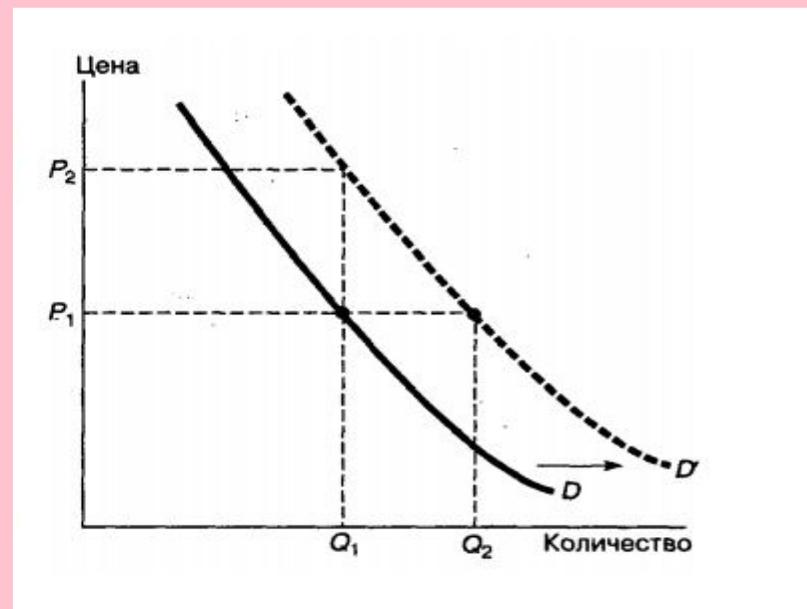
$$Q_s = Q_s(P)$$



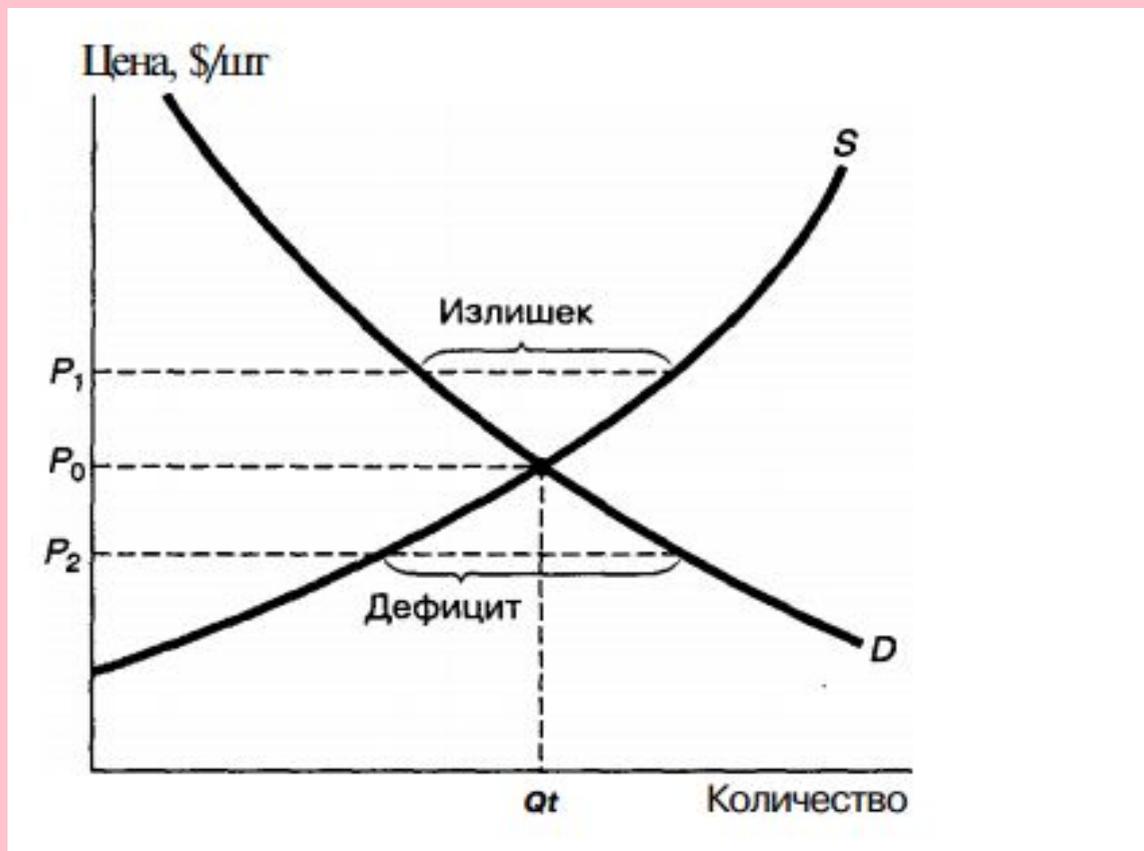
Кривая спроса (demand curve) отображает **зависимость количества товара**, которое покупатели готовы приобрести, **от цены** единицы товара.

Мы можем записать это соотношение между требуемым количеством и ценой в виде уравнения:

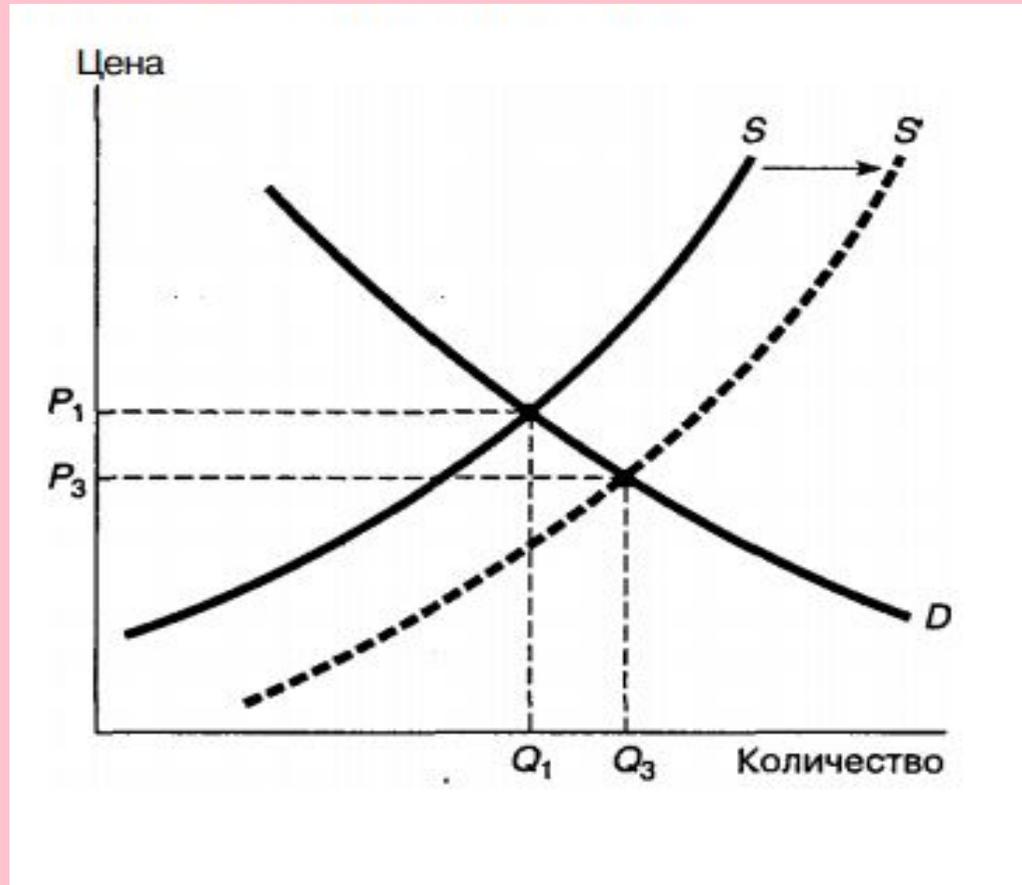
$$Q_0 = Q_0(P)$$



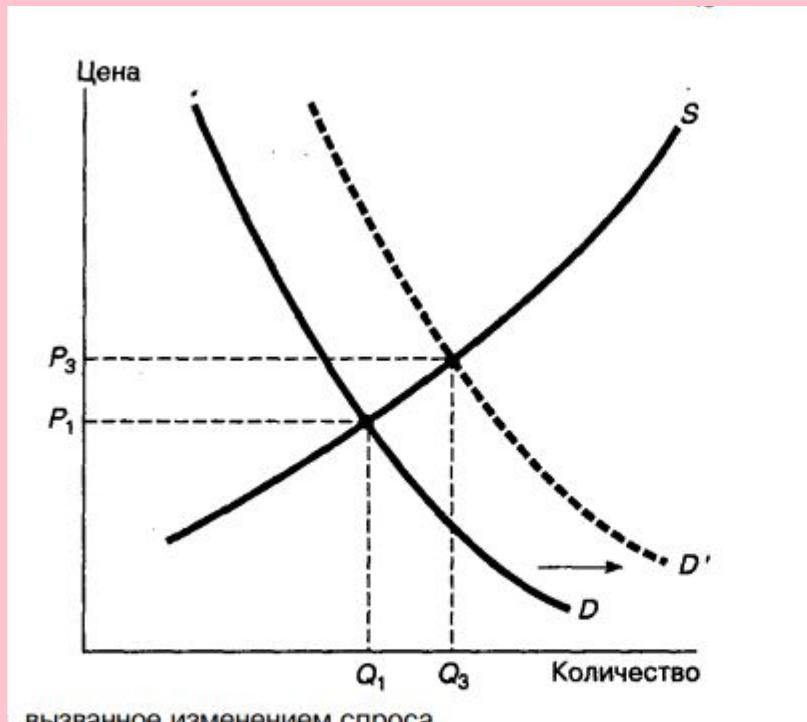
Равновесие D и S

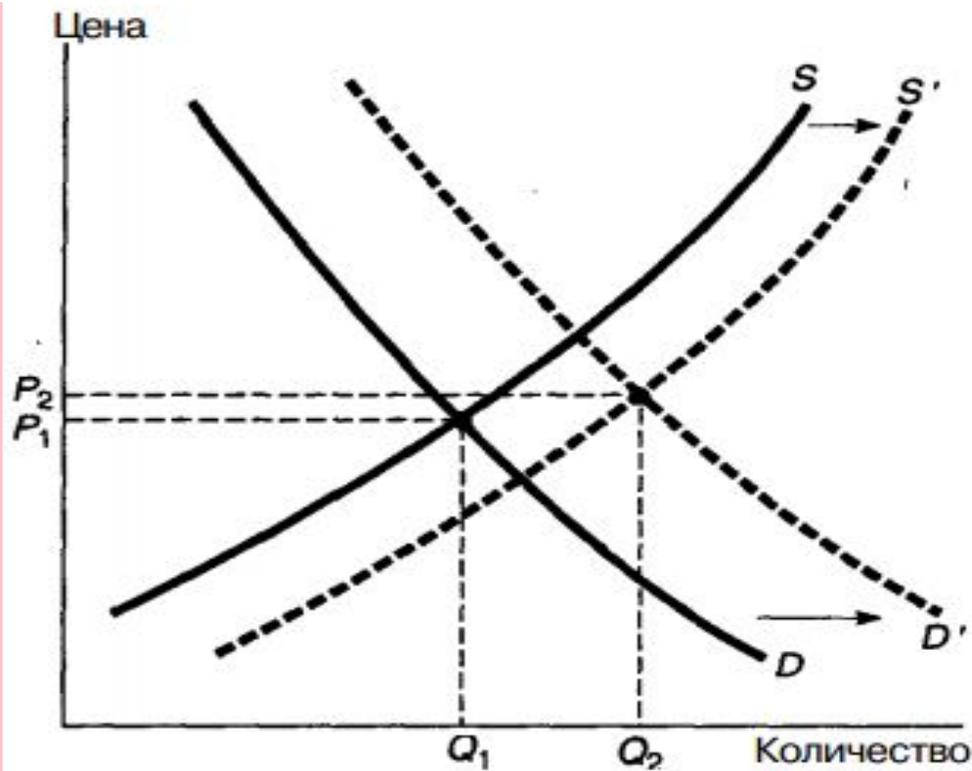


Новое состояние равновесия, вызванное изменением предложения



Изменение равновесного спроса





Задания теме 9. Устные ответы

1. Понятие, виды, структура и инфраструктура рынка
2. Понятие и сущность конкуренции. Виды конкуренции
3. Монополия и монополия (на примере).
4. Антимонопольная политика государства (Закон Шермана, Законы РК)
5. Эластичность спроса и предложения
6. Структура рынка
7. Инфраструктура рынка
8. Монополии в РК
9. Монополии на мировом рынке.
10. Конкуренция и виды конкуренции

КОНЕЦ ЛЕКЦИИ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !!!