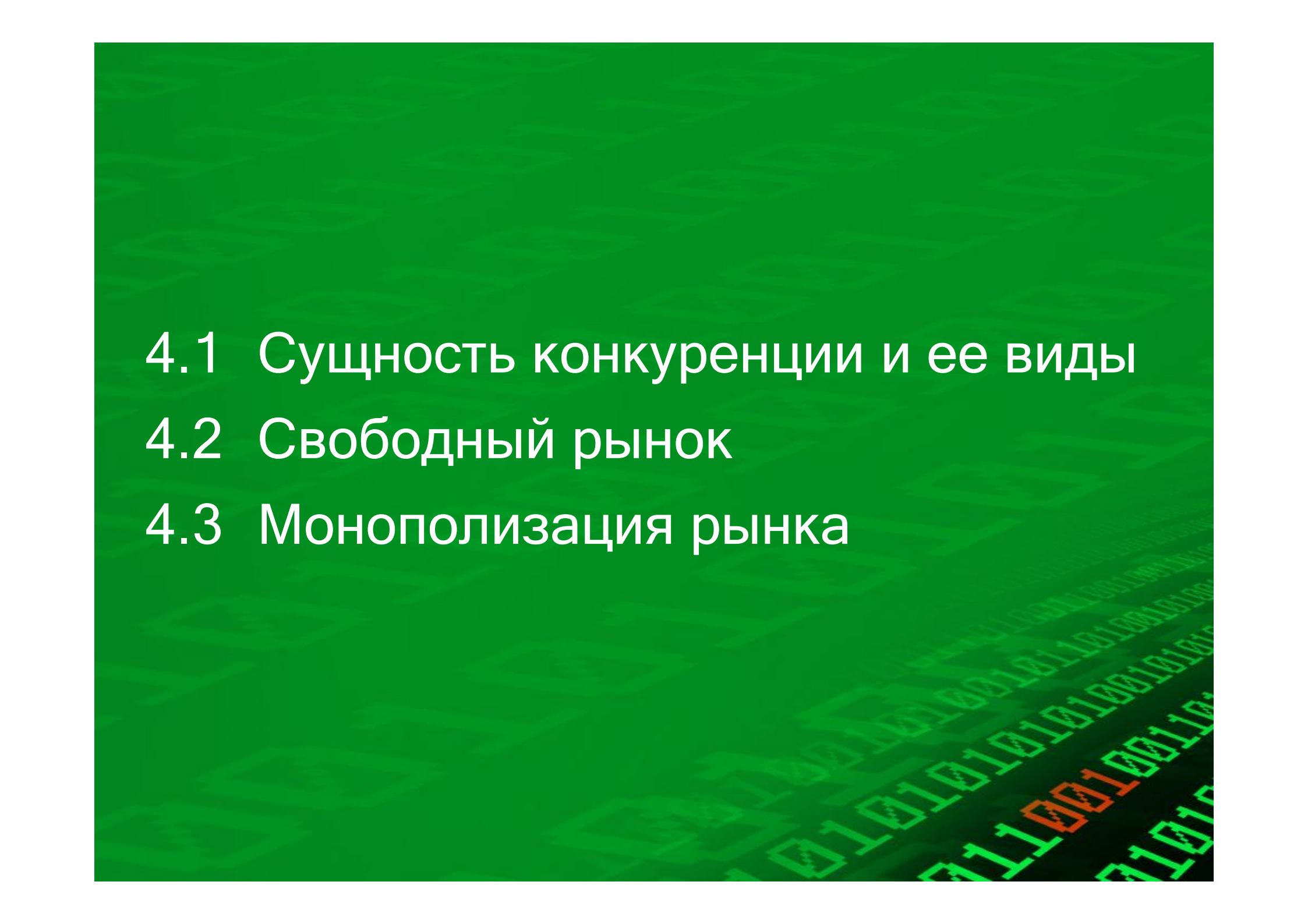


The background is a dark green field filled with a perspective view of binary code (0s and 1s) receding into the distance. The text is overlaid on the left side. A specific sequence of three characters, '001', is highlighted in red on one of the receding lines of code.

Тема 4 КОНКУРЕНЦІЯ

- 
- The background is a solid green color with a faint, repeating pattern of binary code (0s and 1s) in a lighter shade of green, creating a digital or data-themed aesthetic.
- 4.1 Сущность конкуренции и ее виды
 - 4.2 Свободный рынок
 - 4.3 Монополизация рынка


4.3 Монополизация рынка

Рынки, не соответствующие условиям совершенной конкуренции, получили название рынков несовершенной конкуренции, которые являются основными в современной рыночной экономике.

Развитие рыночной экономики привело к тому, что постепенно все условия существования рынков совершенной конкуренции менялись.

Вместо небольших предприятий в производстве начали господствовать крупные фирмы, оснащенной сложной техникой и использующие высококвалифицированный труд, имеющие возможность повлиять на рыночную ситуацию, и прежде всего на цены.

Поэтому отличие несовершенной конкуренции – это возможность участникам рынка в определенной мере воздействовать на цены.



По степени такого воздействия выделяют несколько видов рынков несовершенной конкуренции:

- **чистая монополия** характеризуется наличием жестких барьеров и полным господство на рынке;
- **монополистическая конкуренция** - дифференциацией продукции;
- **олигополия** - значительной долей рынка у крупного производителя.

При совершенной конкуренции цены постоянны, и рост объема ведет к росту валового дохода, при несовершенной ситуация другая: объемы растут, а цены снижаются, поэтому слишком большой объем может не принести большого дохода.

У предприятий в условиях несовершенной конкуренции предельный доход уменьшается (в совершенной – одинаков), причем быстрее, чем снижаются цены, тогда как в совершенной конкуренции он одинаков, так как цены неизменны.

Таблица 1 - Изменение предельного дохода в условиях совершенной конкуренции

Выпуск продукции, ед.	Цена, руб.	Валовой доход, руб.	Предельный доход, руб.
1	10	10	10
2	10	20	10
3	10	30	10
4	10	40	10

Таблица 2 - Изменение предельного дохода в условиях несовершенной конкуренции

Выпуск продукции, ед.	Цена, руб.	Валовой доход, руб.	Предельный доход, руб.
1	10	10	10
2	8	16	6
3	6	18	2
4	4	16	-2

Чистая монополия


Признаки чистой монополии:

- Чистый, или абсолютный, монополист – это отрасль, состоящая из одного производителя.
- Продукт, выпускаемый чистой монополией, уникален по своим свойствам, и для него не существует близких заменителей.

Чистая монополия

Признаки чистой монополии:

- Контроль чистой монополии над уровнем рыночной цены.
- Монополия сохраняется благодаря наличию экономических, технологических и юридических барьеров.



Входные барьеры на монопольный рынок:

- экономические: крупный размер капитала фирмы;
- юридические: лицензии, авторские права, товарные знаки, патенты на изобретение;
- владение источниками сырья;
- нелегальные методы борьбы.

Монополии имеют двойственное значение:
положительное: они производят
качественную продукцию, а
крупные масштабы производства
позволяют снижать издержки и
экономить ресурсы;

Монополии имеют двойственное значение:
отрицательное:

- монополизация ведет к сокращению производства товара и к росту цен по сравнению с рынком совершенной конкуренции.
- монополизация ведет к присвоению ренты покупателей.

Возникновение промышленных монополий ведет к появлению у них монопольной власти на рынке, что позволяет им диктовать цены на рынке и по этой причине гарантировать высокую прибыльность своего бизнеса:

Монопольная власть → Диктат цен
→ Сверхприбыли

Назначение монополией разных цен для разных покупателей – называется ценовой дискриминацией. Она наступает тогда, когда разные цены на продукт не связаны с различными издержками на его производство.

Большинство чисто монопольных отраслей являются естественными монополиями. Они должны находиться под контролем государства.

Государство защищает монополию от
возможных конкурентов, выдавая ей
лицензию на право заниматься
определенной деятельностью.

Государство, заинтересованное в том, чтобы продукцию монополии могли потреблять все слои населения, контролирует цены: как правило, цена для потребителя устанавливается на уровне предельных издержек.



Монополизация развивается по следующим направлениям:

- высокие темпы слияний и поглощений;
- диверсификация производства;
- конгломератные формы объединений;
- возникновение транснациональных корпораций

Таблица 3 - Основные тенденции развития рынков


Признаки рынка Рынок	Дифференциация товаров	Барьеры входа на рынок
Свободный	Нет	Нет
Монополистический	Малая	Слабые
Олигополистический	Стандартные	Сильные
Монопольный	Уникальные	Непреодолимые

Таблица 3 - Основные тенденции развития рынков

Признаки рынка Рынок	Доля продаж	Воздействие на цены	Число фирм	Рыночная власть
Свободный	Мизерная	Нет	>100	Нет
Монополистический	Малая	Малое	>10	Малая
Олигополистический	Большая	Большое	2-10	Большая
Монопольный	10%	Полное	1	Максимум

Монополистическая конкуренция

Монополистическая конкуренция – это смешение конкуренции с некоторой долей монопольной власти, которое наблюдается, когда на рынке конкурируют множество продавцов дифференцированного продукта.



Признаки монополистической конкуренции:

- много фирм средних размеров;
- низкие входные барьеры;
- слабое воздействие на цены;
- разнородная продукция (дифференциация товара).

Дифференциация товара – фирмы производят однотипные взаимозаменяемые товары, отличающиеся друг от друга незначительными качественными характеристиками и условиями реализации.

Степень дифференциации товара отражает тот факт, что товары разных фирм не являются совершенными заменителями и имеют фирменные особенности.

Каждый товар по-своему уникален
– разные технические свойства,
упаковка, условия продажи (за
наличный или в кредит).

В условиях монополистической конкуренции сосуществуют ценовая и неценовая конкуренция.

Олигополия

Признаки олигополии:

- несколько фирм, при этом различают следующие виды олигополий:

мягкую – 7-8 фирм;

жесткую – 3-4 (они производят более 50% товаров рынка);

Признаки олигополии:

- однородная, стандартная, но дифференцированная продукция;
- лидерство в ценообразовании доминирующей фирмы;

Признаки олигополии:

- склонны к явным или тайным сговорам, картельным соглашениям (их не признают законными);
- стремятся не только к прибыли;

Признаки олигополии:

- между ними идет борьба за долю рынка;
- степень монополизации;
- неценовая конкуренция – использование рекламы, особых условий продажи товара (в кредит), качество продукции и привлекательность ее упаковки, послепродажное обслуживание и т. п.

Спасибо за внимание!