

Лекция №4 по теме: Конкуренция и МОНОПОЛИЯ

ЛЕКТОР: К.Э.Н.
ГУБАНОВА М.В.

Выводы к лекции №4

1. Для осуществления целевой функции фирма должна решить следующие задачи:

Минимизация издержек

Определение оптимальный объем выпуска продукции

Определение оптимальной цены реализации продукта

Определение оптимального размера предприятия

2. В целях определения оптимального объема выпуска и цены продукции, экономическая теория рекомендует использовать **предельный анализ**.

3. **Суть предельного анализа** сводится к сопоставлению предельных выгод от увеличения объем выпуска продукции с предельными затратами, вызванными увеличением объема выпуска.

4. **Совершенная конкуренция** обеспечивает наиболее эффективное и рациональное распределение и использование экономических ресурсов.

Рыночная структура предполагает учет количества и возможностей продавцов (покупателей) в цене и объеме продаж (покупок).

В экономической теории выделяют четыре типа рыночной структуры:

«Совершенная конкуренция»

«Монополия»

«Монополистическая конкуренция»

«Олигополия»

Совершенная конкуренция

Совершенная конкуренция – вид конкуренции, где действует достаточно много мелких продавцов и покупателей идентичного товара. Здесь цена определяется **свободной игрой спроса и предложения** в соответствии с рыночными законами.

Характеристика рынка совершенной конкуренции:

Большое количество продавцов и покупателей

Продаваемый продукт однороден у всех производителей, и покупатель может выбрать любого продавца товара для осуществления покупки

Невозможность контроля над ценой

Полная свобода «входа» в рынок и «ухода» из него

В реальной действительности рынок совершенной конкуренции в строгом теоретическом значении не встречается. Он представляет собой «идеальную» структуру, подразумеваемая, что **свободная конкуренция** существует, скорее как абстрактное понятие.

Монополия

Монополия – тип рыночной структуры, где существует только один продавец, причем он производит товар, не имеющий близких заменителей.

Производитель способен полностью контролировать объем предложения товара, выбирать цену, регулируя объемы прибыли.

Характеристика МОНОПОЛИИ:

Единственный продавец (монополист)

Реализуемый продукт уникален, поэтому покупатель вынужден платить цену, установленную монополистом

Полный контроль монополиста над ценой товара и объемом продаж

Для потенциальных конкурентов монополист устанавливает труднопреодолимые барьеры

Феномен «естественной монополии»

Естественные монополии - предприятия общественного пользования и предприятия, эксплуатирующие природные ресурсы. Как правило ЕМ находятся в собственности государства или действуют под его контролем.

Искусственные барьеры для предотвращения монополий:

Лицензия – право фирмы на исключительное осуществление определенного вида деятельности на данном рынке.

Авторское право – контроль продажи оригинального продукта в интересах автора.

Товарные знаки – специальные символы для узнавания товара, услуги или фирмы.

Патент – свидетельство, удостоверяющее исключительные права автора на распоряжение созданным им благом

Явление монопсонии

Монопсония – монополия, возникающая со стороны спроса, когда имеется только один покупатель при множестве продавцов

Монополистическая конкуренция

МК – это относительно большое количество производителей, предлагающих похожую, но не идентичную (с точки зрения покупателей) продукцию.

Предполагает, что каждая фирма продает особый тип товара, которые отличается качеством, оформлением, престижностью, благодаря чему у покупателя складываются «неценовые предпочтения».

Олигополия

Олигополия – преобладающая форма современной рыночной структуры.

Олигополия – рынок, на котором существуют несколько фирм, отдельные из которых контролируют значительную долю рынка, где вступление на рынок новых фирм затруднено.

Особенности олигополистического рынка

Зависимость поведения каждой фирмы от реакции и поведения конкурентов

Неценовые методы борьбы:
техническое превосходство, качество и надежность изделия, методы сбыта, характер предоставляемых услуг и гарантий, дифференциация условий оплаты, экономический шпионаж.

Экономическая политика олигополистических фирм

Жесткость цен

Лидерство в ценах

Патентные пулы

Консорциум

Жесткость цен – так называется практика действий олигополистических фирм, когда даже при изменении издержек или спроса определенная фирма не склонна к изменению цены.

Лидерство в ценах означает практику, когда при формировании цен на свою продукцию компания ориентируется на цены, установленные лидером – доминирующей фирмой.

Патентные пулы – это соглашение о специализации и кооперации производства.

Консорциум – объединение фирм с целью проведения общих научных исследований, совместного строения инвестиционных объектов и т. д.

Характерные признаки ОСНОВНЫХ РЫНКОВ

ПРИЗНАКИ	СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ	МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ	ОЛИГОПОЛИЯ	МОНОПОЛИЯ
<u>Число фирм</u>	Множество мелких фирм	Много фирм	Несколько крупных фирм	Одна крупнейшая фирма
<u>Тип продукта</u>	Одинаковый	Дифференцированный	Одинаковый или дифференцированный	Уникальный
<u>Условия вступления на рынок</u>	Очень легкие	Сравнительно легкие	Существенные препятствия	Очень трудные, зачастую невозможные
<u>Контроль над ценами</u>	Отсутствует	Ограничена возможность	Приоритет ценового лидера	Полный контроль

Антимонопольная политика

Антимонопольная политика со стороны государства предполагает:

Административный контроль монополизированными рынками

Организационный механизм

Антимонопольное законодательство

Административный контроль
монополизированных рынков объединяет
способы воздействия на _____
монополизированное производство путем
финансовых санкций.

Организационный механизм имеет
своей целью антимонопольную
профилактику путем последовательной
либерализации рынков. (снижение
таможенных пошлин, отмена
количественных квот)

Наиболее эффективным способом государственного регулирования является **антимонопольное законодательство**. Его цель – регулирование структуры отрасли через запрещение предполагаемых слияний крупных фирм, если оно ведет к существенному ослаблению конкуренции или установлению монополии.

Рынок капитала

Инвестиции и сбережения

Инвестиции

это долгосрочные вложения капитала в различные инновационные проекты, новые или существующие предприятия, различных сфер деятельности и форм собственности, предпринимательские проекты или социально-экономические программы и так далее. Особенностью инвестиций является долгосрочность окупаемости проектов.

Относительно источника финансирования, инвестиции подразделяют на:
государственные, иностранные, частные, интеллектуальные и производственные инвестиции.

Относительно значимости, для инвестиционного проекта, инвестиции подразделяют на: инвестиции начальные, инвестиции на расширение бизнеса, реинвестиции (направление финансовых ресурсов предприятия на расширение основных фондов компании), инвестиции на замену устаревших основных средств предприятия, инвестиции на диверсификацию (частичное изменение направления деятельности компании)

Инвестиции подразделяются на основные три группы:

Портфельные инвестиции – это вложение капитала в ряд проектов, к примеру, приобретение акций нескольких компаний различных сфер деятельности.

Реальные инвестиции – это вложение капитала в конкретный, долгосрочный проект, который чаще, связан с покупкой реальных активов компании.

Нематериальные инвестиции - это вложение капитала в интеллектуальную собственность, информационные технологии, ноу-хау и прочее.

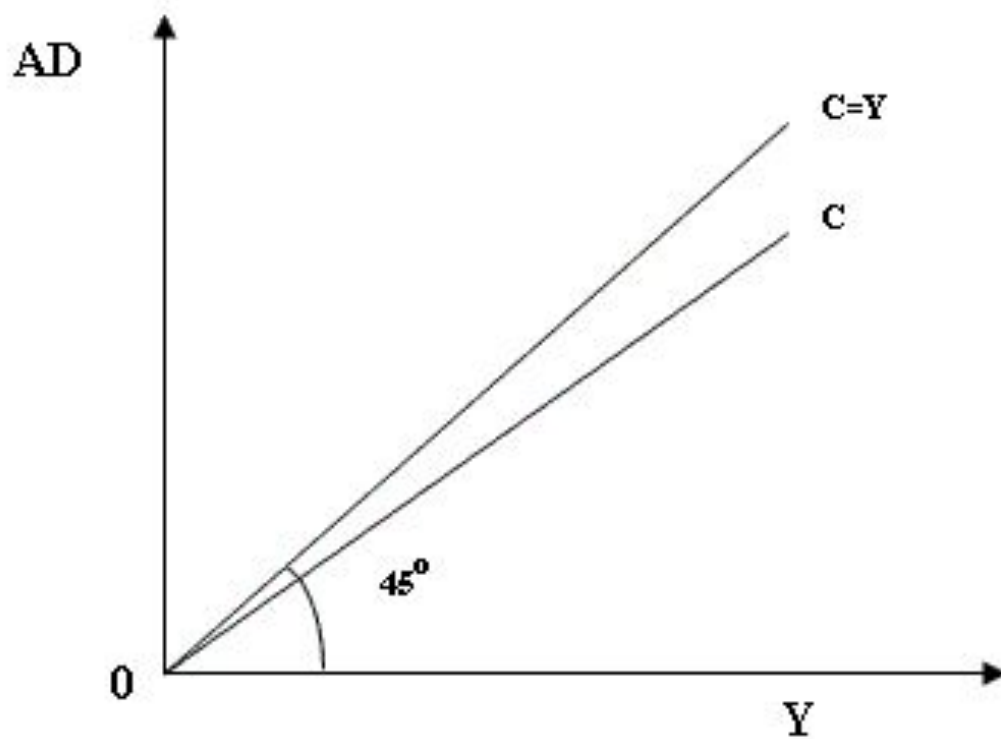
Источником инвестиционных вложений выступают накопления сбережений и амортизация. **Амортизация** - инвестиционные ресурсы по возмещению использованного основного капитала. **Чистые инвестиции** - вложения с целью увеличения капитала за счет нового строительства, установки дополнительного оборудования и д.т. Амортизация и чистые инвестиции образуют *валовые инвестиции*. Инвестиции, не зависящие от уровня дохода и составляющие при любом его уровне некоторую постоянную величину, называются автономными инвестициями. **Предельная склонность к инвестированию** определяется как доля прироста расходов на инвестирование.

Сбережения

это та часть дохода, которая в данный момент не потребляется. Это не что иное, как отсроченное потребление. За счет сбережений обеспечиваются в будущем производственные и потребительские нужды. Сбережения производятся фирмами (с целью последующего инвестирования накопленного дохода в расширение масштабов производства), домашними хозяйствами и населением (для покупки земли, недвижимости, предметов длительного пользования).

Потребление и сбережения находятся между собой в тесной связи и зависимости и формируются под влиянием одних и тех же факторов. Потребление используется для удовлетворения текущих нужд, сбережения - для будущих. Взаимосвязь располагаемого дохода и потребления образует *функцию потребления*. Зависимость сбережений от получаемого дохода называется *функцией сбережений*. Обе эти функции характеризуют динамику соотношения расходов и отложенного спроса. Для определения динамики в прогнозных расчетах исчисляются склонность к потреблению и сбережению.

Функция потребления



Общественное благополучие

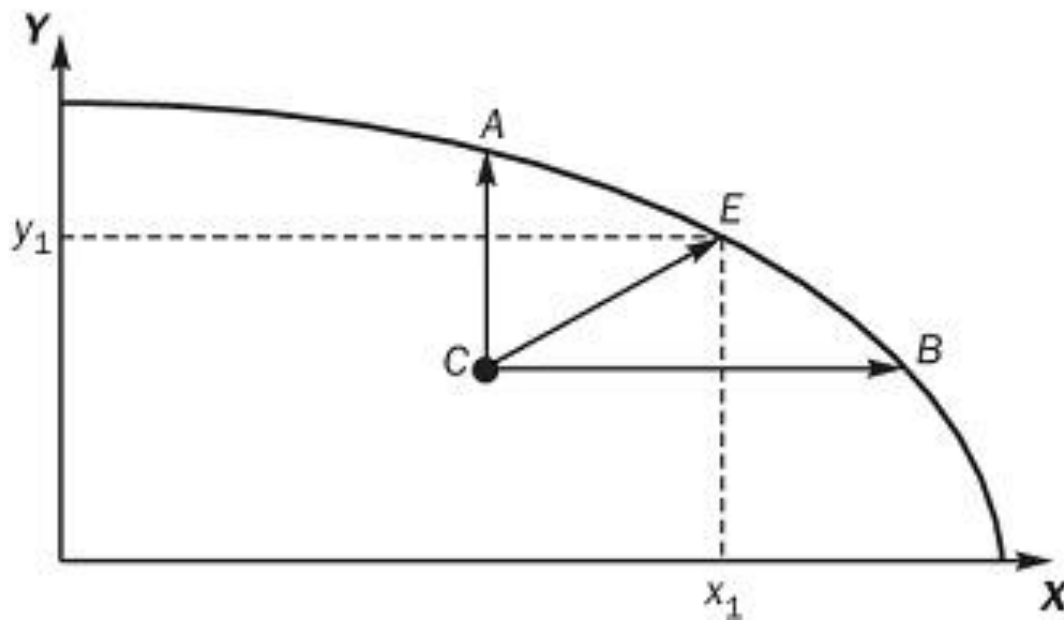
производства и распределения продукции

Экономическая эффективность - это получение максимума возможных благ от имеющихся ресурсов. Для этого нужно вести себя рационально, т.е. не только постоянно соотносить выгоды (блага) и затраты, но и максимизировать выгоды и минимизировать затраты.

При расчете эффективности производства благ соизмеряются затраты одного или всех факторов с полученной выгодой (благом). Уже отсюда ясно, что показателей эффективности производства может быть много. 'Гак, измеряют **производительность труда** (доля стоимость всей произведенной продукции на численность работников или на стоимость затрат труда), **материалоемкость** (доля стоимость израсходованных природных ресурсов, в том числе прошедших первичную переработку, — сырья, топлива и энергии, материалов и полуфабрикатов, на стоимость произведенной продукции), **капиталоемкость** (доля стоимость использованного капитала на стоимость произведенной продукции) или **капиталоотдачу** (обратный показатель, получаемый делением стоимости произведенной продукции на стоимость использованного капитала). Если соизмеряют стоимость произведенной продукции со стоимостью всех использованных факторов, то говорят о **рентабельности** активов.

**Производственная
эффективность** достигается
тогда, когда невозможно
увеличить выпуск одного блага
без сокращения выпуска
другого.

Эффективность в сфере производства

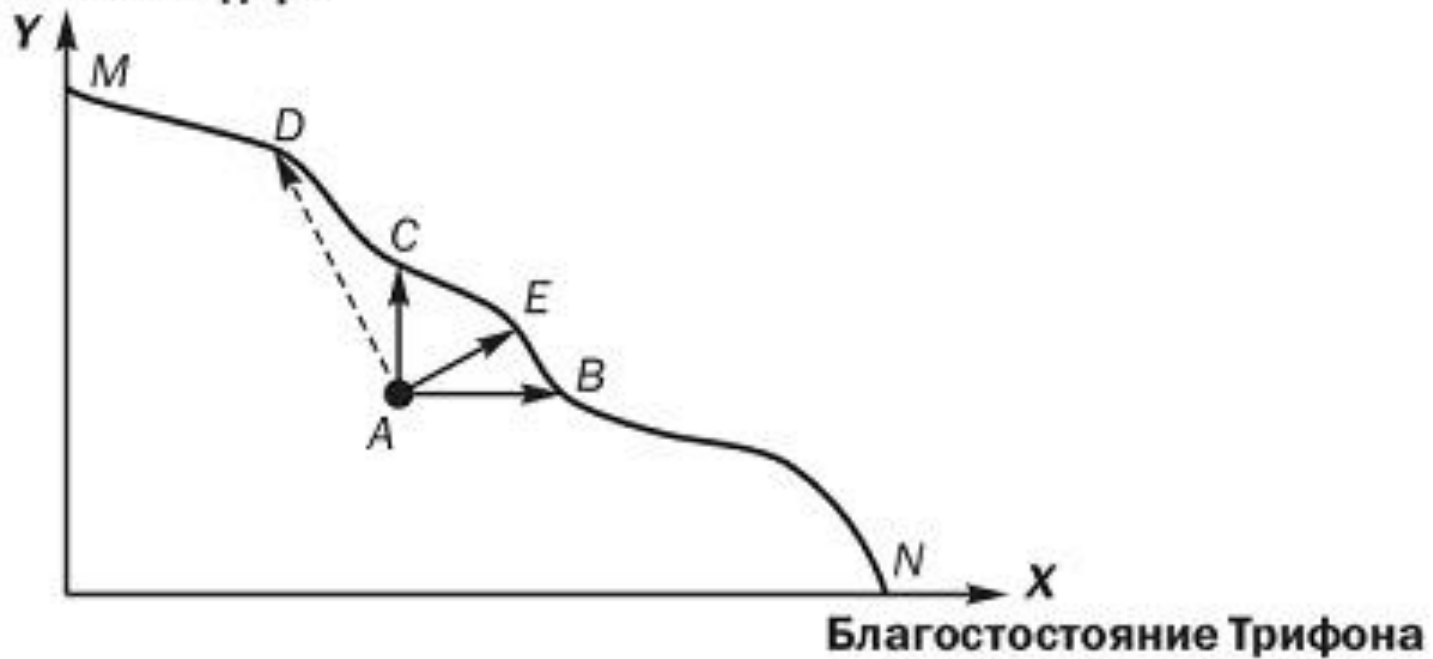


Парето-эффективным (или Парето-оптимальным) называется такое состояние экономики, при котором невозможно изменить производство благ или их распределение, чтобы благосостояние одного или нескольких субъектов выросло без уменьшения благосостояния других.

Эффективное по Парето распределение благ достигается, когда дальнейший обмен позволяет повысить благосостояние одной стороны только при одновременном уменьшении благосостояния другой.

Граница возможных благосостояний показывает все максимально достижимые уровни благосостояния двух лиц при всех возможных вариантах Парето-эффективного производства и распределения продукции.

Благосостояние Сидора



Социальная справедливость

Под социальной справедливостью следует понимать обеспечение работой каждого трудоспособного, получение достойной заработной платы, социальное обеспечение инвалидов и детей без родителей, свободный доступ граждан к образованию, здравоохранению, культуре, спорту и т.д.

В рыночной экономике конкуренция заставляет предпринимателя направлять свои усилия на удовлетворение запросов общества. Но она отнюдь не препятствует обогащению удачливого предпринимателя, если он верно улавливает требования рынка. Это создаёт сильную мотивацию предпринимательской деятельности, способствует прогрессу экономики. Но одновременно тем самым рыночная система поощряет социальную несправедливость общества.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!!!**