Дата проведения: 20.05.2020

Группа: АМ-19

Тема: **Основные рыночные структуры: совершенная и несовершенная конкуренция.**

***Цели:***

1. познакомить с понятием конкуренции и объяснить, что конкуренция бывает различных видов.
2. раскрыть особенности рыночной конкуренции как механизма соперничества между участниками рынка,
3. развитие экономического мышления учащихся, формирование основ правовой культуры потребителя – активного участника рыночных отношений,
4. формирование конкурентоспособной личности, приобретение учащимися практических умений и навыков для принятия самостоятельных решений;
5. формирование физически и психологически здоровой личности, способной противостоять воздействию антисоциальных, вредных проявлений в обществе.

**План лекции:**

 1. Сущность и виды конкуренции.

 2. Совершенная и несовершенная конкуренция.

 3. Положительные и отрицательные качества конкуренции

 4. Экономическая роль конкуренции.

 5. Антимонопольное законодательство.

**Сущность и виды конкуренции.**

Главной особенностью рыночной экономики является свобода выбора: производитель свободен в выборе производимой продукции, потребитель – в приобретении товара, работник – в выборе места работы и т. д. Но свобода выбора не обеспечивает экономического успеха автоматически. Он завоевывается в конкурентной борьбе.В рыночной экономике решение основных вопросов экономики: что производить? Как производить? Для кого производить? зависит, в основном, от действенности экономических законов - закона спроса и закона предложения, которые А.Смит назвал «невидимой рукой рынка».

***Конкуренция*** (лат. concurrere - состязаться) - соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Такое неизбежное столкновение порождается объективными условиями: полной хозяйственной обособленностью каждого субъекта рынка, его полной зависимостью от хозяйственной конъюнктуры и противоборством с другими претендентами за наибольший доход.

Конкуренция наряду с ценой, спросом и предложением является важнейшим элементом рынка, его ключевой категорией.

Конкуренцию можно классифицировать по нескольким основаниям:

а) по масштабам развития;

б) по своему характеру и

в) по методам соперничества.

**По масштабам развития конкуренция может быть**:
 индивидуальной (один участник рынка стремится занять "свое место под солнцем" - выбрать наилучшие условия купли-продажи товаров и услуг);

 местной (ведется среди товаровладельцев какой-то территорий);

 отраслевой (в одной из отраслей рынка идет борьба за получение наибольшего дохода);

 межотраслевой (соперничество представителей разных отраслей рынка за привлечение на свою сторону покупателей в целях извлечения большего дохода);

 национальной (состязание отечественных товаровладельцев внутри данной страны);

 глобальной (борьба предприятий, хозяйственных объединений и государств разных стран на мировом рынке).

**По характеру развития конкуренция подразделяется**: 1) на свободную и 2) регулируемую.

**По методам ведения рыночное соперничество делится**:

1) на ценовое (рыночные позиции соперников подрываются посредством снижения цен) и

2) неценовое (победу одерживают путем повышения качества продукции, лучшего обслуживания покупателей и т. п.).
**Совершенная конкуренция** (рынок свободной конкуренции) представляет собой идеальный образ конкуренции, при которой:

• на рынке действуют независимо друг от друга многочисленные продавцы и покупатели с равными возможностями и правами;

• обмен осуществляется стандартизированными и однородными продуктами;

• покупатели и продавцы имеют полную информацию об интересующих их продуктах;

• существует возможность свободного входа и выхода с рынка, а у его участников отсутствуют стимулы для слияния.

Главная черта совершенной конкуренции: ни одна из фирм не влияет на розничную цену, так как доля каждой из них в общем выпуске продукции незначительна.

Увеличение или уменьшение количества продукции, выпускаемой отдельной фирмой, не оказывает ощутимого влияния на общее предложение и, следовательно, на цены. Более того, ни один продавец не сможет поднять цену выше установившейся рыночной цены, не потеряв своих клиентов.

Совершенная конкуренция в полном объеме недостижима. К ней можно только приближаться. С известной долей условности свободной можно считать конкуренцию, существовавшую примерно до середины XIX в.

Вслед за анализом рынка совершенной конкуренции следует обратиться к исследованию рынка **несовершенной конкуренции.** Совершенная конкуренция превращается в несовершенную, когда на рынке появляется монополист.

**Монополия** (греч.монос – один, полео – продаю) возникает тогда, когда отдельный производитель занимает доминирующее положение и контролирует рынок данного товара.

**Цель монополии** – получение максимально возможного дохода посредством контроля над ценой или объемом производства на рынке. Средством достижения цели является монопольная цена, которая обеспечивает прибыль сверхнормальной.

Возникновение монополий делает конкуренцию несовершенной, т. е. монополистической (рынок несовершенной конкуренции).

**Под несовершенной конкуренцией** понимается рынок, на котором не выполняется хотя бы одно из условий свободной конкуренции.

Таким условием становится конкуренция, появляющаяся, прежде всего, на несовершенном рынке дифференциации продукта.

**Несовершенную конкуренцию подразделяют на три типа:**

монополистическая конкуренция с дифференциацией продукта,

олигополия,

 чистая монополия.

Чистая монополия существует на рынке в том случае, если:

а) на нем действует только один продавец, у которого нет конкурентов;

б) отсутствуют товары-заменители, т. е. нет близких заменителей продукта монополиста;

в) блокирован вход, т. е. барьеры входа столь существенны, что вход новых фирм на рынок невозможен.

В отличие от совершенного рынка, вход на который свободен, чистая монополия не допускает появления новых производителей. Это значит, что чистый монополист - продавец может изменять цену в очень широких пределах, а максимально высокая цена ограничивается только платежеспособным спросом. Это значит, что монополист будет получать сверхприбыли как в коротком, так и в длительном периоде.

Конкуренция – весьма жесткое явление. Она имеет ряд **отрицательных черт:**

• расточительна по отношению к невоспроизводимым ресурсам (леса, дикие животные, запасы морей и океанов);

• не обеспечивает развитие производства товаров и услуг коллективного пользования (общественный транспорт, дороги и т. п.);

• не создает условий для развития фундаментальной науки, системы народного образования;

• не содержит механизмов, препятствующих возникновению социальной несправедливости и расслоению общества на богатых и бедных.

Конкуренция имеет несколько положительных черт. Она ограничивает возможности возникновения монополий, которые контролируя основную часть производства или сбыта определенного товара, могут поднимать цены, снижать качество и так далее. Также способствует рациональному использованию органических ресурсов, стимулирует снижение издержек производства и реализации повышения эффективности производства, улучшения потребительских свойств товаров. Конкуренция способствует и внедрению технических достижений в производстве и создает возможность выбора для потребителя, что немало важно.

**К положительным качествам конкуренции** относится то, что она:

• способствует гибкой реакции и быстрой адаптации производителей к изменяющимся условиям производства;

• обеспечивает свободу выбора и действий потребителей и производителей;

• способствует внедрению новой техники и технологии, разработке более совершенных методов организации и управления производством;

• нацеливает производителей на удовлетворение разнообразных потребностей, на повышение качества товаров и услуг.

**Конкуренция** выполняет троякую **роль:**

* благодаря соперничеству утверждаются общественно нормальные условия производства и обращения.
* рыночная состязательность прокладывает дорогу всему новому, передовому.
* разрушаются и устраняются с рыночной арены все неэффективные и отсталые хозяйства. Вследствие всего этого в обществе происходит определенное расслоение. Выделяются те, кто преуспевает, опираясь на технические, организационные и экономические достижения. Имеются и опустившиеся ниже общественно нормального уровня, разорившиеся и потерпевшие крах.

Таким образом, конкуренция – это действительно эффективное средство для достижения и обеспечения благосостояния. Именно она будет подталкивать производителей к повышению эффективности производства, обновлению и улучшению ассортимента выпускаемой продукции

Модель рынка совершенной конкуренции предполагает наиболее рациональное использование всех ресурсов общества и минимизацию общественных затрат на производство продукции.

Рынок несовершенной конкуренции, напротив, предполагает отклонение от состояния равновесия. Следовательно, общество несет определенные потери в связи с монополизацией.

В конечном счете, проблема монополии сводится к вопросу о власти над ценой. Эта власть может базироваться на различных предпосылках: захват значительной доли отраслевого производства, тайные или явные соглашения о разделе рынков и уровне цен, создание искусственных дефицитов и др.

Учитывая это, государство старается противостоять монополизму, поощряя конкуренцию. Важнейшим средством для этого служит антимонопольное законодательство, т. е. пакет законов, который является средством поддержания государством равновесия между конкуренцией и монополией.

Современное антимонопольное законодательство имеет два направления: контроль над ценами и контроль над слияниями компаний.

В России в 1991 г. принят Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и создан Государственный комитет по антимонопольной политике (ГКАП).

В 1990 году был создан первый федеральный антимонопольный орган – Государственный комитет РСФСР по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур (ГКАП России). Годом позже был принят Закон РСФСР №948-I «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».

Основные направления деятельности ФАС России на настоящий момент:

**•** Антимонопольный контроль и надзор;

**•** Контроль деятельности естественных монополий;

**•** Контроль рекламной деятельности;

**•** Контроль в сфере госзаказа и размещения заказов

отдельными видами юридических лиц (223-ФЗ);

**•** Контроль над иностранными инвестициями в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства;

**•** Контроль и надзор в сфере торговли;

**•** Контроль в сфере электроэнергетики

Домашнее задание: выполнить конспект занятия