**Тема ;Конкуренция и монополия**

**План семинара**

1. Конкуренция: сущность, положительные и отрицательные стороны.
2. Виды конкуренции и механизм их действия.
3. Классификация рынков совершенной и несовершенной конкуренции.
4. Потери от монополистической конкуренции.
5. Антимонопольное законодательство.

**Вопросы для дискуссий, контрольных работ и олимпиад**

1. Раскройте содержание конкурентной борьбы на каждой фазе производственного цикла.

1. Проанализируйте позитивные и негативные стороны конкуренции.
2. Что такое недобросовестная конкуренция? В каких формах она осуществляется?
3. Что такое ценовая дискриминация? При каких условиях она возможна?
4. Чем совершенная конкуренция отличается от несовершенной? Какая из этих форм преобладает на российском рынке?
5. Известно, что ценовой механизм эффективно функционирует на рынках совершенной конкуренции. Означает ли это, что на рынках с несовершенной конкуренцией, охватывающей лишь неболь­шое число участников, невозможно эффективное производство?
6. Охарактеризуйте основные организационные формы монополий: картели, синдикаты, тресты, концерны, конгломераты. Укажите причину их возникновения, характерные черты и различия. Какая из них была наиболее характерна для дореволюционной России? Что собой представляют современные холдинги?
7. Дайте характеристику монополии, монопсонии, олигополии, олигопсонии.
8. Раскройте содержание экономических и административных мер, противодействующих монополизации рынка, и дайте им характеристику.

10. Какие акты антитрестовского законодательства США вы знаете? Каково содержание антимонопольного закона России?

**Тесты, ситуации, задачи**

**■ Найдите правильный ответ**

1. Ценовая дискриминация — это:

а) продажа отдельных видов товаров и услуг, производимых с одинаковыми затратами, по различным ценам различным покупателям;

б) продажа товаров более высокого качества и надежности;

в) снижение цены за счет снижения издержек;

г) снижение цены за счет уменьшения прибыли.

2. Внутриотраслевая конкуренция — это:

а) соперничество между предпринимателями, производящими одинаковую продукцию;

б) соперничество между предпринимателями из разных отраслей экономики;

в) соперничество между предпринимателями, занятыми производством и реализацией одинаковой или взаимозаменяемой продукции.

3. При совершенной конкуренции:

а) ни одна из фирм не влияет на розничную цену;

б) существует чистая монополия;

в) товары, выпускаемые большим количеством фирм, стандартизированы;

г) господствует олигополия;

д) ограничен вход на рынок.

4. При монополистической конкуренции:

а) на рынке действует ограниченное число фирм;

б) фирмы, действующие на рынке, выпускают дифференцированную продукцию;

в) фирмы не могут свободно входить и выходить с рынка.

5. На монопольном рынке:

а) один продавец;

б) свободен вход на рынок;

в) продукт дифференцирован.

6. Олигополия — это тип структуры рынка, для которого характерно:

а) малое число фирм;

б) большое число покупателей;

в) однородные или малодифференцированные продукты;

г) труднодоступное вхождение на рынок;

д)все верно.

7. Олигопсония — это тип структуры рынка, для которого характерны:

а) небольшое количество крупных покупателей;

б) много производителей;

в) ценовые льготы на оптовые закупки;

г) все верно.

8. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется:

а) совершенной конкуренцией;

б)олигополией;

в) монополией;

г) монополистической конкуренцией.

9. Расставьте перечисленные ниже формы монополий в порядке убывания экономической свободы входящих в монополию фирм: а) синдикат;

б)конгломерат;

в) картель;

г) трест;

д) концерн.

**■ Вопросы знатокам**

1. Как вы считаете, может ли высокая конкурентоспособность стра­ны быть обеспечена без растущих жизненных стандартов населе­ния? Приведите примеры.
2. Возможна ли ценовая конкуренция без изменения издержек про­изводства? Обоснуйте свою позицию.

**■ Проведите экспертизу**

Если вате предприятие уступило конкуренту и переживает нелуч­шие времена, то следует срочно принять важные решения. Вы можете:

а) перенести операции за границу;

б) закрыть предприятие;

в) прекратить финансирование неприбыльных видов деятельности;

г) сократить количество выпускаемых изделий;

д) большую долю комплектующих частей покупать за рубежом;

е) продать предприятие иностранцам.

Примите меры и обоснуйте свои действия.

**■ Напишите реферат на одну из тем**

1. Неценовая конкуренция и ее последствия.
2. Реформирование естественных монополий.
3. Синдикат — характерная форма монополистических объедине­ний дореволюционной России.

**Напишите эссе на тему**

«Наиболее быстрым бывает разорение тех, кто расходует больше, чем приносит выручки их продукция» (А. П. Паршев).

**ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

1. Что такое рыночная структура и каковы ее основные признаки?

Сформулируйте основные модели рыночной конкуренции и дайте им краткую характеристику.

1. Назовите отличительную черту рынка совершенной конкуренции.

Как определить объем производства, который означает максимум прибыли фирмы в условиях совершенной конкуренции?

1. Что такое монополия? Назовите основные типы монополий.

Назовите основные организационные формы монополий и дайте им краткую харак­теристику.

1. В чем, на ваш взгляд, отличие концентрации производства от концентрации капитала?

Назовите характерные особенности олигополии. Что такое чистая и дифференцированная олигополия?

1. В чем заключается смысл моделей поведения фирм на олигополистическом рынке?
2. Что является главным препятствием для проникновения в олигополистическую отрасль?
3. Каковы специфические особенности рынка монополистической конкуренции?
4. Что, на ваш взгляд, означает дифференциация продукта в условиях монополистиче­ской конкуренции?

**ТЕСТЫ**

**1. Конкуренция**— **это:**

а) общественная форма столкновения субъектов рыночного хозяйства в процессе максимального удовлетворения их индивидуальных экономических интересов;

б) форма регулирования совокупных издержек конкурирующих предприятий;

в) состязание экономических агентов на рынке за предпочтение потребителей в целях получения максимальной прибыли;

г) все ответы верны;

д) верны варианты а), в).

2. **Условия, в которых протекает рыночная конкуренция, как и ряд других процессов, обычно называют:**

а) рыночной структурой;

б) инфраструктурой производства;

в) моделью рынка;

г) все ответы верны;

д) верны варианты а), в).

3. **Характеристиками свободного рыночного хозяйства являются:**

а) неограниченное число участников конкуренции;

б) свободный доступ к рыночной информации;

в) ограниченная роль правительства в экономике;

г) все перечисленное верно.

**4. Что из нижеперечисленного не является условием совершенной конкуренции:**

а) свобода входа на рынок;

б) свобода выхода с рынка;

в) диверсификация производства;

г) большое число продавцов и покупателей.

**5. Одной из основных черт монополистической конкуренции является то, что:**

а) фирмы не могут свободно входить и выходить с рынка;

б) на рынке действует ограниченное число фирм;

в) фирма, действующая на рынке, выпускает дифференцированную продукцию;

г) на рынке имеется свободный доступ к информации.

**6. В условиях рынка совершенной конкуренции спрос на товар:**

а) совершенно не эластичен;

б) совершенно эластичен;

в) не эластичен;

г) эластичен.

**7. Фирма, функционирующая в условиях совершенной конкуренции:**

а) производит дифференцированную продукцию;

б) является элементом неценовой конкуренции;

в) руководствуется ценой равновесия;

г) контролирует процесс ценообразования на рынке.

8. **Фирма в условиях монополистической конкуренции производит:**

а) достаточно уникальный продукт;

б) дифференцированный продукт;

в) стандартизированный продукт;

г) обычный продукт.

**9. Равновесная цена в условиях монополистической конкуренции с учетом долгосрочного периода:**

а) выше минимальных долгосрочных средних общих издержек;

б) ниже минимальных долгосрочных средних общих издержек;

в) равна минимальным долгосрочным средним общим издержкам;

г) равна долгосрочным средним общим издержкам, но выше их минимального уровня.

**10. Для оценки степени концентрации производства в олигополистической отрасли используют:**

а) коэффициент концентрации;

б) коэффициент автономии;

в) коэффициент диверсификации;

г) индекс Герфиндаля;

д) верны варианты а), г);

е) нет верного ответа.

**11. Если фирма в условиях олигополии достаточно четко определяет параметры изменения цены на рынке, то это означает:**

а) тайный сговор;

б) метод ценовой конкуренции;

в) метод ценовой скидки;

г) отраслевое лидерство в ценах.

**12. Для определения уровня производства в условиях совершенной конкуренции используют:**

а) метод сопоставления валового дохода и валовых издержек;

б) способ сопоставления предельного дохода и предельных издержек;

в) способ сопоставления валового дохода и предельных издержек;

г) метод сопоставления предельного дохода и валовых издержек;

д) все ответы верны;

е) верны варианты а), б).

**13. Монополия отличается от чисто конкурентной фирмы тем, что может:**

а) максимизировать прибыль в условиях равенства предельного дохода и предельныхиздержек;

б) существенно снизить общие издержки;

в) получать экономическую прибыль;

г) использовать комбинацию цены и объема производства, которая позволяет извлекать максимум прибыли.

**14. Способ ценовой дискриминации свойствен следующей модели рынка:**

а)олигополии;

б) монополии;

в) совершенной конкуренции;

г) монополистической конкуренции.

**15. По сравнению с совершенной конкуренцией равновесный объем производства продукции монополиста:**

а) меньше;

б) больше;

в) совпадает;

г) все ответы неверны,

 **ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ**

**Конкуренция**— это общественная форма столкновения субъектов рыночного хозяйства в процессе их индивидуальных экономических интересов.

**Конкурентная борьба**— соперничество субъектов рыночной экономики по поводу лучших условий производства и реализации товаров; является внутренним источником развития рыночной экономики, то есть способствует достижению общего экономического равновесия.

**Предметом конкуренции**является товар, посредством которого соперники стремятся привлечь платежеспособный спрос.

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

**Концентрация производства**— процесс сосредоточения средств производства и рабочей силы на крупных предприятиях в целях постоянного роста однородной или техноло­гически связанной продукции.

**Концентрация капитала**— увеличение размеров капитала в результате капитализации части прибыли путем возвращения ее в производство на цели его расширения.

**Монополия**— ситуация, при которой один субъект хозяйствования занимает домини­рующее положение и контролирует рынок определенной продукции.

**Естественная монополия**— обусловлена своим уникальным положением на рынке; способна удовлетворить весь рыночный спрос на определенные товары с более низкими издержками, чем это смогли бы сделать несколько мелких фирм.

**Искусственная монополия**— возникает на основе сговора или подавления конку­рентов.

**Случайная монополия**— результат ограниченного по времени превышения спроса над предложением, позволяющий продавцу повышать цену.

**Временная монополия**— порождена результатом НТП, на основе монопольного владения фирмой патентом, до тех пор пока данная технология не получит общего распространения.

**Чистая монополия**— это когда один субъект хозяйствования является единственным производителем продукта, у которого нет конкурентов.

**Олигополия**— рынок, на котором доминирует несколько крупных фирм, а появление новых продавцов затруднено или невозможно.

**Монополистическая конкуренция**— это такая рыночная структура, при которой до­статочно большое количество фирм предлагает дифференцированную продукцию.

**Антимонопольная политика**— это совокупность законодательных, экономических и административных актов, нацеленных на ограничение условий для монополизации внутреннего рынка и демонополизацию экономики.

**Антимонопольное законодательство**представляет собой пакет законов, который выступает как средство поддержания государством баланса между конкуренцией и моно­полией, как средство установления официальных «правил игры» на рынке.