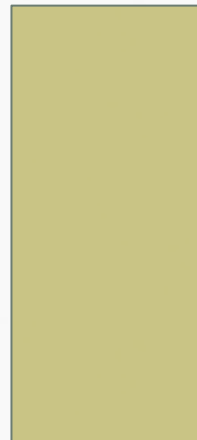


БАЗОВЫЕ ПОНЯТИЯ 3 ЧАСТЬ

КОНКУРЕНЦИЯ, ПОНЯТИЕ, ФУНКЦИИ, КЛАССИФИКАЦИЯ.



КОНКУРЕНЦИЯ

Конкуренция – это соперничество между участниками рыночной экономики за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

Внутриотраслевая конкуренция – между аналогичными товарами.

Межотраслевая конкуренция – между товарами различных отраслей.

КОНКУРЕНЦИЯ

Ценовая конкуренция – продажа товаров и услуг по ценам, ниже конкурентов.

Неценовая конкуренция – продажа товаров более высокого качества и надежности, благодаря техническому превосходству.

ТИПЫ РЫНОЧНОЙ СТРУКТУРЫ

Совершенная
конкуренция

Несовершенная
конкуренция

Монополистическая
конкуренция

Монополия

Олигополия



ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

Совершенная конкуренция – идеальный образ конкуренции, при котором на рынке действуют независимо друг от друга многочисленные продавцы и покупатели с равными правами и возможностями.

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

Конкуренция – по цене.

УСЛОВИЯ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ



СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Достоинства рынка совершенной конкуренции:

- фирма и отрасль работают без излишков и дефицитов. Следовательно, происходит оптимальное распределение ресурсов.
- безубыточность фирм в долгосрочном периоде, исключает перераспределение доходов в другие отрасли.

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Недостатки рынка совершенной конкуренции:

- неспособность использовать эффективную технику, для получения экономии на масштабах производства.
- не стимулирует научно-технический прогресс, в связи с отсутствием средств на НИОКР.

РЫНОК НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Несовершенная конкуренция – тип экономики, при котором фирмы обладают рыночной властью и конкурируют за объем продаж.

РЫНОК НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Признаки рынка:

- значительная доля продаж на рынке у отдельных производителей;
- неоднородность продукта;
- наличие барьеров для входа в отрасль;
- несовершенство информации.

МОНОПОЛИЯ

Вторая половина XIX в. Под влиянием НТП идет бурный процесс концентрации производства, что приводит к образованию крупных и сверх крупных предприятий, т.е. монополий.

МОНОПОЛИЯ

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

МОНОПОЛИЯ

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

МОНОПОЛИИ

Монополии образуются путем слияния нескольких компаний и имеют следующие **организационные формы**:

- **картель** – соглашение о квоте (количестве) выпускаемой продукции и разделе рынков сбыта;
- **синдикат** – объединение с целью организации совместного сбыта продукции

МОНОПОЛИЯ

- **трест** – монополия, в которой объединяются и собственность, и производство, и сбыт продукции входящих в нее фирм;
- **концерн** – монополия с единым финансовым центром всех входящих в нее фирм разных отраслей, но с общей технологией;
- **конгломерат** – объединения, основанные на проникновении крупных корпораций в отрасли, не имеющие производственной и технологической связи со сферой деятельности головной фирмы.

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

Главные направления антимонопольной политики:

- государственный контроль за ценами на естественно-монопольные товары;
- государственный контроль за объемом производства естественных монополий;
- создание условий, когда сами монополисты теряют интерес к злоупотреблениям.

ЕСТЕСТВЕННАЯ МОНОПОЛИЯ

Естественная монополия – это такая ситуация на рынке, при которой экономия от масштабов столь значительна, что минимум затрат достигается только тогда, когда весь выпуск отрасли сосредоточен в руках одного производителя (сеть железных дорог, транспортировка газа и нефти по трубопроводам, услуги по передаче энергии, услуги портов, аэропортов и т.д.)

ЕСТЕСТВЕННАЯ МОНОПОЛИЯ

Черты естественной монополии:

- сильная вертикальная интеграция;
- неэластичность спроса на товары (услуги) при отсутствии товаров – заменителей;
- высокие барьеры для входа в отрасль и высокие невозвратные издержки;
- длительный срок окупаемости инвестиций.