



ТЕМА:

Виды экономико-правового взаимодействия субъектов рынка



План лекции:

ПЛАН ЛЕКЦИИ:

- 1. Экономическое взаимодействие субъектов рынка.**
- 2. Правовое взаимодействие субъектов рынка.**



1. Экономическое взаимодействие субъектов рынка

Модели (типы) рыночной структуры:

1. Совершенная конкуренция

2. Несовершенная конкуренция:

«МОНОПОЛИЯ»

«МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ
конкуренция»

«ОЛИГОПОЛИЯ»

Критерии различия рыночных структур

1. Количество фирм, представленных на рынке.
2. Характер производимой продукции (стандартная или разнообразная).
1. Наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в данную отрасль или выхода из нее.
1. Степень доступности экономической информации.



СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Совершенная, свободная или чистая **конкуренция** — экономическая модель, идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения.



СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

1	Много продавцов и покупателей.
2	Товар является однородным и у всех продавцов имеет примерно одинаковое качество (зерно, цемент, бензин).
3	Никто и ничто не мешает новым фирмам войти на рынок, а старым уйти с него.
4	Всегда можно точно узнать по какой цене продается тот или иной товар.



МОНОПОЛИЯ

Крупное объединение, возникшее на основе концентрации капитала с целью установления господства в определенной области хозяйства и получения максимальной прибыли.



МОНОПОЛИЯ

1	Наличие одного продавца.
2	Производство товаров не имеющих заменителей.
3	Наличие непреодолимых барьеров (авторское право, лицензии, патенты) для потенциальных участников рынка.
4	Полный контроль над предложением товара и цен.



МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Тип рыночной структуры
несовершенной **конкуренции**, где
обладающие рыночной властью
продавцы дифференцированного
продукта конкурируют за объём
продаж.



МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

1	Относительно большое число производителей.
2	Наличие на рынке не идентичной (с точки зрения покупателей) продукции. Каждая фирма продает особый товар, который отличается качеством, оформлением, престижностью.
3	Вступление в монопольный рынок – свободное, для этого необходимо наличие начального капитала, большего, чем при совершенной конкуренции.
4	Контроль над ценами ограничен возможностью замены товара.

ОЛИГОПОЛИЯ

Рыночная структура, при которой доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых фирм ограничен высокими барьерами.



ОЛИГОПОЛИЯ

1	Наличие конкуренции нескольких крупных фирм (три, пять).
2	Предложение однородной (руда, нефть, сталь, цемент) и дифференцированной продукции (автомобили и др. товары).
3	Вступление других фирм в олигопольный рынок затруднено.
4	Использование ценовой и неценовой конкуренции.



ХАРАКТЕРНЫЕ ПРИЗНАКИ ОСНОВНЫХ РЫНКОВ

Признаки	<i>Совершенная конкуренция</i>	<i>Монополистическая конкуренция</i>	Олигополия	Монополия
Число фирм				
Тип продукта				
Условия вступления в рынок				
Контроль над ценами				

1-Отсутствует, 2-Одинаковый или дифференцированный, 3-Одна крупнейшая фирма, 4-Одинаковый, 5-Приоритет ценового лидера, 6-Много фирм, 7-Полный контроль, 8-Дифференцированный, 9-Ограничен возможностью замены товара, 10-Несколько крупных фирм, 11-Сравнительно легкие, 12-Очень трудные, 13-Множество мелких фирм, 14-Уникальный, 15-Существенные препятствия, 16-Очень легкие

ХАРАКТЕРНЫЕ ПРИЗНАКИ ОСНОВНЫХ РЫНКОВ

Признаки	<i>Совершенная конкуренция</i>	<i>Монополистическая конкуренция</i>	Олигополия	Монополия
Число фирм	Множество мелких фирм	Много фирм	Несколько крупных фирм	Одна крупнейшая фирма
Тип продукта	Одинаковый	Дифференцированный	Одинаковый или дифференцированный	Уникальный
Условия вступления в рынок	Очень легкие	Сравнительно легкие	Существенные препятствия	Очень трудные
Контроль над ценами	Отсутствует	Ограничена возможность замены товара	Приоритет ценового лидера	Полный контроль

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СУБЪЕКТОВ РЫНКА.

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

- совокупность законодательных, административных и экономических мер, осуществляемых государством с целью ограничения возможностей производителей монополизировать рынки.




АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО:

Серия законов, цель которых — предотвратить использование фирмами рыночной власти путем сокращения производства и повышения цен или осуществления иной антиконкурентной практики.



АНТИМОНОПОЛЬНЫЕ АДМИНИСТРАТИВНЫЕ МЕРЫ:

- антитрестовское законодательство, препятствующее тайному сговору, направленному на поддержание монопольных цен и установление контроля над предложением;
 - принудительная демополизация;
 - налоговая политика, заставляющая снижать монопольные цены.
- 

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АНТИМОНОПОЛЬНЫЕ МЕРЫ:

- появление товаров-субститутов (товаров-заменителей);
- частая смена приоритетных для потребителя товаров как результат НТР;
- интернационализация рынка.



ГРУППА-ПРОЕКТ

1. **Понятие**
2. **Юридический аспект
понятия**
3. **Примеры ... в РК, РФ**
4. **Примеры ... в Костанае**

