

Суспільні блага

та способи обмеження
монополії

АНОТОНОВ
В.Є



ЗМІСТ

1. СОЦІАЛЬНЕ БЛАГО
2. РОЛЬ ДЕРЖАВИ У СОЦІАЛЬНОМУ БЛАЗІ
3. ПОПИТ НА СОЦІАЛЬНІ БЛАГА
4. ОЗНАКИ СОЦІАЛЬНО БЛАГА
5. МОНОПОЛІЯ
6. Обмеження монополістичної діяльності законодавством

СОЦІАЛЬНЕ БЛАГО



Суспільне благо - благо, яке споживається колективно всіма громадянами незалежно від того, платять вони за нього чи ні. Суспільні блага зовсім не схожі на приватні блага (доступні в споживанні і приносять користь тільки власнику), практично неможливо організувати їх продаж: індивіди із задоволенням користуються ефектами суспільних благ, але уникають за них платити (ефект безбілетника).

РОЛЬ ДЕРЖАВИ У СОЦІАЛЬНОМУ БЛАЗІ

Існує думка, що суспільні блага може надавати тільки держава, проте це не так. У XVII столітті в Англії здійснювалося будівництво маяків приватними особами заради індивідуальної вигоди, в той час як існувала спеціальна державна служба, створена в тому числі для споруди маяків а рекетири, наприклад, пропонують захист прав власності від членів своєї та інших організацій.

Держава повинна брати на себе турботи про виробництво суспільних товарів і організувати спільну оплату громадянами. Найбільш очевидна доцільність участі держави в задоволенні потреб в чистих суспільних благах завдяки їх властивостям неісключаємості і неконкурентності. У більшості країн держава не тільки фінансує поставку подібних благ за рахунок податків, а й безпосередньо організує їх створення силами громадського сектора. У ряді випадків держава втручається у виробництво і розподіл приватних благ виходячи з політичних або соціальних цілей. Це стосується, насамперед, соціально значущих благ.



ПОПИТ НА СОЦІАЛЬНІ БЛАГА

Крива попиту на чисто суспільне благо відображає граничну корисність всього обсягу блага. Сукупний попит визначається підсумовуванням цін кожного споживача при заданому обсязі (вертикальне підсумовування). Всі споживачі повинні споживати весь обсяг виробленого суспільного блага



ОЗНАКИ СОЦІАЛЬНОГО БЛАГА



1. Ознака невиключення - практично неможливо виключити людину з кола споживачів даного блага
2. Ознака неконкурентність у споживанні - споживання блага одним людиною не зменшує можливостей споживання його іншим
3. Ознака неподільності - благо не можна розкласти на окремі одиниці...



ПРИКЛАД И

- 1) Чистих суспільних благ не так багато, частіше зустрічаються змішані блага, що включають в себе властивості як від приватних, так і від суспільних благ.
- 2) Майже чисті суспільні блага
- 3) маяк, направляючий моряків вночі, світить всім, до кого доходить його світло
- 4) забезпечена внутрішня і зовнішня безпека правової держави доступна всім, хто знаходиться на його території.
- 5) Перевантажуються суспільні блага
- 6) Громадський транспорт
- 7) Дороги
- 8) Клубні блага / блага спільного споживання
- 9) Бібліотека
- 10) Парковка
- 11) Попит на об

МОНОПОЛІ

Я

Монополія - це велике капіталістичне підприємство, яке контролює виробництво і збут одного або декількох видів продукції; це така структура, при якій на ринку відсутня конкуренція і функціонує одна фірма. Вона виробляє унікальний, який не має аналогів продукт і захищена від входження на ринок нових фірм. Перші в історії монополії створювалися згори санкціями держави, коли одній фірмі давалося привілейоване право торгівлі тим чи іншим товаром.



Обмеження монополістичної

діяльності законодавством

Антимонопольне законодавство забороняє господарюючим суб'єктам (групам осіб) зловживання своїм домінуючим становищем, зокрема, забороняються такі дії, як:

1. вилучення товарів з обігу, метою або результатом якого є створення або підтримання дефіциту на ринку або підвищення цін;
2. нав'язування контрагенту умов договору, не вигідних для нього чи не відносяться до предмета договору (необгрунтовані вимоги передачі фінансових коштів, іншого майна, майнових прав, робочої сили контрагента та ін.);
3. включення в договір дискримінують умов, які ставлять контрагента у нерівне становище порівняно з іншими господарюючими суб'єктами;
4. згоду укласти договір лише за умови внесення в нього положень, що стосуються товарів, в яких контрагент (споживач) не зацікавлений;
5. створення перешкод доступу на ринок (виходу з ринку) іншим суб'єктам господарювання;
6. порушення встановленого нормативними актами порядку ціноутворення;
7. встановлення монополічно високих (низьких) цін;
8. скорочення або припинення виробництва товарів, на які є попит чи замовлення споживачів, за наявності беззбиткової можливості їх виробництва;
9. необгрунтовану відмову від укладення договору з окремими покупцями (замовниками) за наявності можливості виробництва або постачання відповідного товару

