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).
3. Наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в данную отрасль или выхода из нее.
4. 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	***Совершенная конкуренция***	***Монополисти-ческая конкуренция***	**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	*Совершенная конкуренция*	*Монополисти-ческая конкуренция*	Олигополия	Монополия
Число фирм	Множество мелких фирм	Много фирм	Несколько крупных фирм	Одна крупнейшая фирма
Тип продукта	Одинаковый	Дифференци рованный	Одинаковый или дифференци рованный	Уникальный
Условия вступления в рынок	Очень легкие	Сравнительн о легкие	Существенны е препятствия	Очень трудные
Контроль над ценами	Отсутствует	Ограничен возможность ю 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 демонополизация;
- 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