

Рыночная экономика.  
КОНКУРЕНЦИЯ.

# ПЛАН

- 1. Понятие рынка
- 2. Функции рынка
- 3. Понятие конкуренции

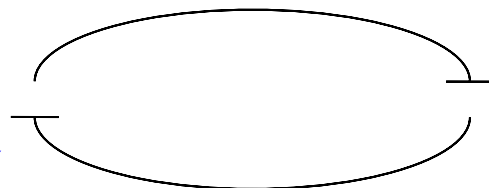
**▲РЫНОК** - форма функционирования экономики, при которой обеспечивается взаимодействие производства и потребления через обмен, куплю-продажу товаров и услуг.



# Материальная основа рынка



**ТОВАР**



**ДЕНЬГ  
И**



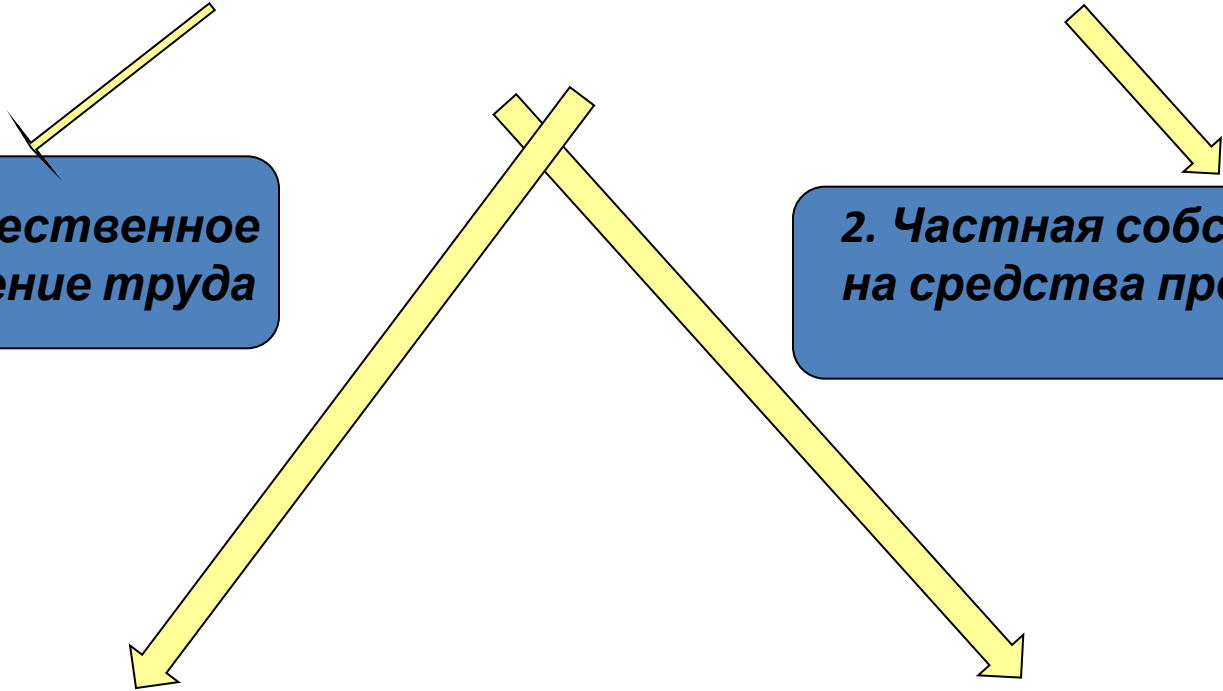
# Условия возникновения рыночной экономики:

1. *Общественное разделение труда*

2. *Частная собственность на средства производства.*

3. *Конкуренция*

4. *Свободное ценообразование.*

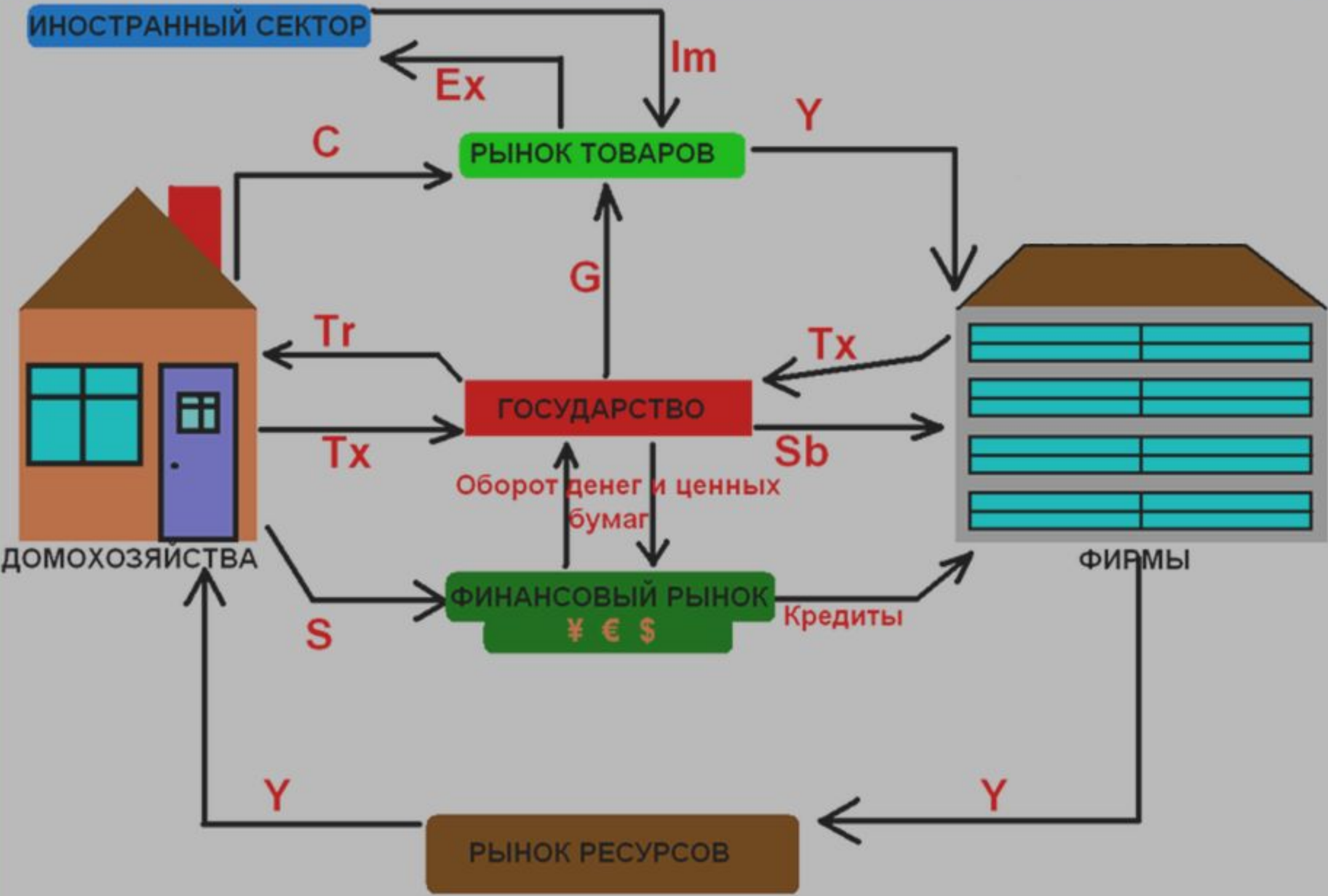


*Основными субъектами рынка являются:*

**Домашнее  
хозяйство**

**Государство  
(правительство)**

**Бизнес  
(предпринимательство)**

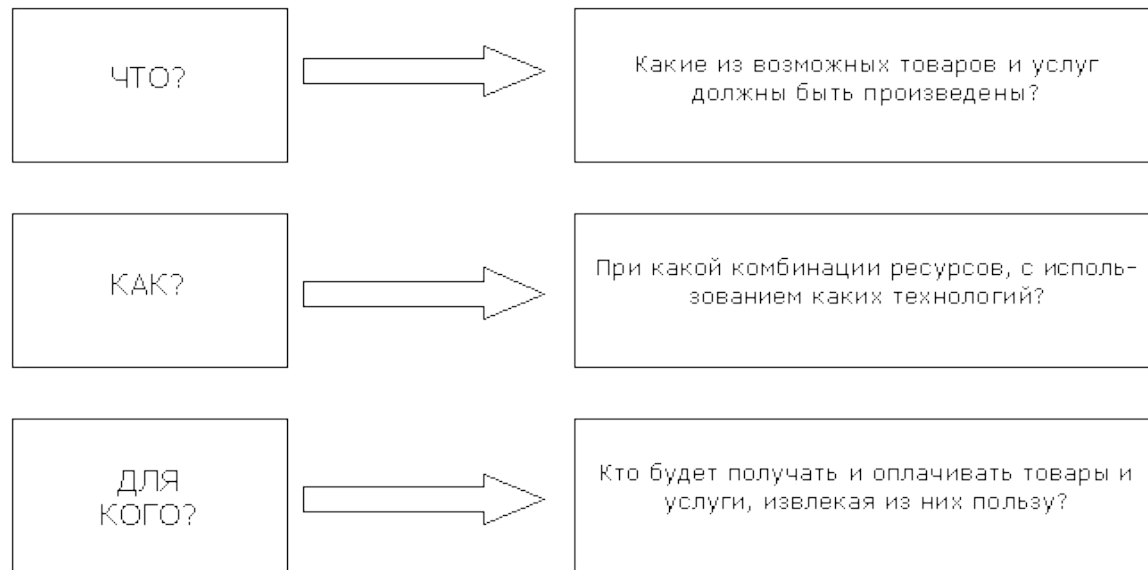
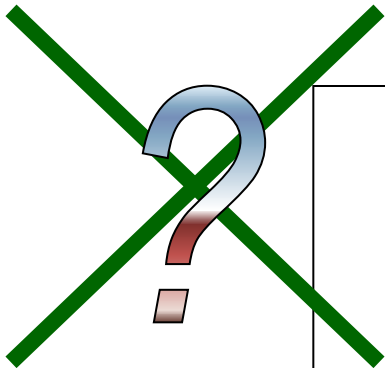


Модель четырех секторов экономики

Таким образом, рынок - это такая организация хозяйственной жизни, при которой производители, опираясь на спрос покупателей, самостоятельно решают **основные экономические вопросы.**



# Сформулируйте данные вопросы и раскройте их содержание.



# Основные функции рынка



# Преимущества рынка:

- *эффективное распределение ресурсов;*
- *гибкость, высокая адаптивность (т.е. приспособляемость) к изменяющимся условиям;*
- *свобода выбора и действий производителей и потребителей;*
- *максимальное использование достижений НТР;*
- *способность к удовлетворению разнообразных потребностей, повышению качества товаров и услуг.*



# Недостатки рынка:



- *не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов;*
- *не создает стимулов для производства товаров и услуг коллективного пользования;*
- *не гарантирует полной занятости и стабильного уровня цен;*
- *не создает условия для развития науки, образования, учреждений культуры.*
- *порождает социальную несправедливость и расслоение общества на богатых и бедных.*

# Определение конкуренции

- Конкуренция - есть особый вид экономической борьбы, в которой при наличии в принципе равных шансов у каждой из претендующих сторон, верх одерживает более умелая, предприимчивая, способная сторона;
- - соперничество между участниками рынка за лучшие условия производства и реализации продукции;
- - соперничество на рынке между производителями товаров и услуг за долю рынка, получение максимальной прибыли или достижение иных конкурентных целей;
- Конкуренция выступает в качестве силы, обеспечивающей взаимодействие спроса и предложения, уравнивающей рыночные цены. В результате соперничества продавцов и покупателей устанавливается общая цена на однородные товары и конкретный вид кривых спроса и предложения.  
«Конкуренция обеспечивает функционирование рыночного механизма ценообразования».

# Виды конкуренций

- Совершенная конкуренция.
- Несовершенная конкуренция.
- Недобросовестная конкуренция
- Ценовая конкуренция
- Неценовая конкуренция
- Эффективная конкуренция
- Действенная конкуренция

# КРИТЕРИИ РАЗГРАНИЧЕНИЯ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР:

Количество предприятий- продавцов на рынке

Характер производимой продукции

Наличие или отсутствие барьеров на пути  
вхождения фирм в данную отрасль

Различная степень доступности экономической  
информации в отдельных отраслях

Степень контроля над ценами со стороны  
отдельной фирмы

На основе этих критериев выделяют  
отличительные черты каждой из рыночных  
структур.

# ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР:

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ

КОНКУРЕНЦИЯ

ОЛИГОПОЛИЯ

МОНОПОЛИЯ



# Совершенная конкуренция

Признаки:

- Малость и множественность. На рынке множество продавцов и покупателей (полиполия или полипсония)
- ни одна группа этих агентов не может влиять на положение рыночной конъюнктуры (величину спроса и предложения, цены, активность участников, объем продаж, ассортимент и т.п.), т.е. ФИРМА ЯВЛЯЕТСЯ ЦЕНОПОЛУЧАТЕЛЕМ
- Однородность продукции. Вся продукция одинакова в представлении покупателей
- для продажи предлагаются одинаковые и однородные товары
- Совершенная информированность. Ни один из участников рынка не знает о рынке больше, чем остальные, т.е. все (продавцы и покупатели) имеют одинаковую и полную информацию о рынке
- Свобода входа и выхода. Покупатели и продавцы могут свободно входить в рынок и покидать его, не испытывая никаких затруднений

# Достоинства совершенной конкуренции

- 1. Фирмы стремятся повысить конкурентоспособность товаров
- 2. Совершенная конкуренция позволяет распределить ресурсы так, чтобы максимально удовлетворит потребности
- 3. Совершенная конкуренция заставляет фирму производить продукцию с минимальными средними издержками и продавать ее за цену, соответствующим этим издержкам

# Недостатки совершенной конкуренции

- 1. Удовлетворение потребностей происходит из расчета платежеспособности покупателя.
- 2. Совершенная конкуренция приводит к унификации и стандартизации товаров.
- 3. Совершенная конкуренция не предусматривает производства общественных благ – противопожарная безопасность, национальная оборона и т.п.

<b>ТИПЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТРУКТУР</b>	<b>КОЛИЧЕСТВО ПРЕДПРИЯТИЙ-ПРОДАВЦОВ</b>	<b>ХАРАКТЕР ПРОДУКЦИИ</b>	<b>СУЩЕСТВОВАНИЕ РЫНОЧНЫХ БАРЬЕРОВ</b>	<b>ДОСТУПНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>	<b>КОНТРОЛЬ НАД ЦЕНАМИ</b>
<b>СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ</b>	ОЧЕНЬ БОЛЬШОЕ	СТАНДАТИЗИРОВАННАЯ	ОТСУТСТВУЮТ	ПОЛНАЯ ДОСТУПНОСТЬ	ОТСУТСТВУЕТ
<b>МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ</b>	БОЛЬШОЕ	ДИФФЕРЕНЦИРОВАННАЯ	НИЗКИЕ	НЕКОТОРЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ	ЧАСТИЧНЫЙ
<b>ОЛИГОПОЛИЯ</b>	НЕСКОЛЬКО	СТАНДАТИЗИРОВАННАЯ ИЛИ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННАЯ	ВЫСОКИЕ	СУЩЕСТВЕННЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ	СУЩЕСТВЕННЫЙ
<b>МОНОПОЛИЯ</b>	ОДНА	УНИКАЛЬНАЯ	НЕПРЕОДОЛИМЫЕ	НЕДОСТУПНА	ПОЛНЫЙ

---

# МОНОПОЛИЯ

(«Monos»- единственный, «poleo»- продаю)

Тип рыночной структуры, при котором на рынке присутствует единственный продавец продукта, не имеющего заменителей.

## ЕСТЕСТВЕННАЯ МОНОПОЛИЯ

Фирмы, удовлетворяющие спрос потребителей с издержками меньшим чем, если бы его обеспечивали несколько производителей.

МОНОПОЛИСТЫ СТРЕМЯТСЯ АБСОЛЮТНО СОХРАНЯТЬ КОММЕРЧЕСКУЮ ТАЙНУ ОТНОСИТЕЛЬНО СВОЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ОНИ ПРОВОДЯТ АКТИВНУЮ ЦЕНОВУЮ ПОЛИТИКУ.

МОНОПОЛИИ ПРЕДПОЧИТАЮТ УВЕЛИЧИВАТЬ СВОЮ ВЫРУЧКУ И ПРИБЫЛЬ, ПРОДАВАЯ МЕНЬШИЙ, ЧЕМ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ ОТРАСЛИ ОБЪЕМ ПРОДУКЦИИ ПО БОЛЕЕ ВЫСОКИМ ЦЕНАМ. В РЯДЕ СЛУЧАЕВ ПОТРЕБИТЕЛЬ СУЩЕСТВЕННО ПЕРЕПЛАЧИВАЕТ ЗА ТОВАР ТОЛЬКО ЛИШЬ ПОТОМУ, ЧТО ОН ОБЛАДАЕТ ИЗВЕСТНОЙ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ.

На пути вхождения в монополизированную отрасль стоят непреодолимые юридические, экономические или естественные барьеры.

Юридические барьеры могут заключаться в обладании государственными лицензиями или патентами на право пользования определенной технологией.

Экономическим барьером может выступать очень большой размер первоначального капитала, необходимый для создания нового предприятия в отрасли.

В некоторых случаях монополист может осуществлять ценовую дискриминацию.

### Ценовая дискриминация

Установление продавцом разных цен на различные единицы одного и того же товара, продаваемые одному или разным покупателям.

Она возможна лишь в том случае, когда продукт не может быть куплен на одном сегменте рынка и перепродан по более высокой цене на другом.

Государство, стремясь преодолеть отрицательные последствия монополизации, проводит антимонопольную политику.



# ОЛИГОПОЛИЯ

Рыночная структура, при которой большая часть отраслевого рынка принадлежит несколько крупным фирмам.

Олигополия возникла в процессе централизации капитала, поглощения одних предприятий другими, более крупными.

К олигополии относятся такие высококонцентрированные отрасли, как нефтехимическая, черная металлургия, электроэнергетика, отрасли машиностроения и др. на предприятиях отрасли может выпускаться как стандартная продукция (нефть), так и дифференцированная (различные марки автомобилей, компьютеров).

1. Олигополистические отрасли ограждены высокими экономическими барьерами. В них крайне редко создаются новые фирмы, так как для этого требуются большие капиталовложения.

2. В условиях олигополии предпринимаются самые строгие меры по охране коммерческой тайны от конкурентов.

3. При олигополии фирмы существенно влияют на уровень цен в связи с большой долей рынка, контролируемого каждой отдельной фирмой.

4. На рынках олигополии часто присутствует доминирующая фирма, обладающая рыночной властью.

5. Для олигополистической структуры рынка характерна олигополистическая взаимосвязь.

# Олигополистическая

## ВЗАИМОСВЯЗЬ

необходимость учета реакции фирм-конкурентов на поведение данной фирмы, когда на рынке действует небольшое число крупных фирм.

Проводя активную ценовую политику, фирмы-олигополисты должны принимать во внимание реакцию конкурентов.

В некоторых случаях фирмы вступают в сговор между собой по поводу установления цен и объемов продаж. В этом случае они образуют картели.

# Картель

тайный сговор или легально  
разрешенное соглашение между  
несколькими фирмами-  
олигополистами по поводу  
установления цен на продукцию  
данной отрасли и определения  
объемов продаж.

Благодаря организации картелей  
достигается увеличение прибыли  
всех фирм и сокращение риска.

Другие виды олигополистических взаимосвязей:

СИНДИКАТ

КОНЦЕРН

КОНГЛОМЕРАТ

ТРЕСТ

и т.д.

# Монополистическая конкуренция

рыночная структура, при которой много относительно небольших фирм производят дифференцированную взаимозаменяемую продукцию.

Термин говорит о том, что в рамках данной рыночной структуры сочетаются черты, присущие «полярным» структурам- совершенной конкуренции и монополии. Монополистическую конкуренцию роднит с совершенной конкуренцией большое число продавцов, одновременно выступающих на рынке.

Но они предлагают не одинаковые, а дифференцированные товары, степень взаимозаменяемости которых очень велика.