



**Профессиональное образовательное учреждение
«КОЛЛЕДЖ БИЗНЕС-МЕНЕДЖМЕНТА,
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»**

Дата: 27.04.2020г.

Специальность: 40.02.01 «Право и организация социального обеспечения», 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)», 44.02.01 «Дошкольное образование», 44.02.02 «Преподавание в начальных классах», 38.02.06 «Финансы», 38.02.07 «Банковское дело»

ПРЕДМЕТ: Экономика

КУРС: 1

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ: Назиров Р.С

(В случае возникновения вопросов обратная связь - ватсапп (+7-999-419-46-40))

Дата: 11.05.2020

Тема 5. Рыночный механизм

1. Конкуренция: сущность и виды. Формы конкурентной борьбы.

2. Спрос и его детерминанты.

3. Предложение и его детерминанты.

4. Цена и ее функции. Равновесие цены.

5. Преимущества и недостатки рынка.

1. Конкуренция: сущность и виды. Формы конкурентной борьбы.

Конкуренция - соперничество, экономическая борьба, состязательность между продавцами- производителями за право получения максимальной прибыли и между покупателями при покупке товаров за большую выгоду. Она способствует эффективному использованию ограниченных ресурсов. Ресурсы распределяются по отраслям и видам производства таким образом, чтобы продукция, полученная от этих ресурсов, приносила им прибыль. Она является регулирующей силой в условиях рынка. А. Смит назвал ее «невидимой рукой». бывают следующие виды конкуренции:

. внутриотраслевая. Она ведется между фирмами одной и той же отрасли за выгодные условия

производства и сбыта продукции, за получение максимально высокой прибыли. В результате

формируется рыночная цена. При этом разоряются те, у кого индивидуальные затраты выше, чем рыночная

цена, а те, у кого затраты

ниже общественно необходимых - обогащаются. Она стимулирует

снижение всех затрат, поощряет рост производительности труда,

технический прогресс и повышение качества продукции;

. межотраслевая. Конкуренция. ведется между товаропроизводителями различных отраслей за выгодное приложение капитала, за выгодное перераспределение прибыли. При этом нормы прибыли могут быть в различных отраслях или у разных

предпринимателей различными. Возникает естественное желание к максимизации прибылей. Для этого есть средство - репрофилировать свое дело или поменять акции одной отрасли на акции другой, более перспективной отрасли. Происходит пере

лив капитала и вместе с ним и рабочей силы из отрасли в отрасль, где высока норма прибыли. Такая конкуренция стимулирует развитие наиболее перспективных, прибыльных отраслей;

-совершенная Конкуренция. Она ведется на рынке, где взаимодействует большое количество производителей с однородной, стандартной продукцией (о чем будет сказано ниже).

-несовершенная конкуренция. Число производителей сокращается, они имеют возможность влиять на цену, продукция становится дифференцированной (о чем также будет сказано ниже);

-монополистическая Конкуренция. Она является смесью двух видов конкуренции - совершенной и несовершенной. Она приходит на смену свободной конкуренции. Фирмы конкурируют между собой на основе внешнего Вида, качества и других

особенностей;

. монополия - конкуренция между производителями, а покупатель выступает в единственном числе;

. олигополия - конкуренция между несколькими фирмами, продукция которых может быть разнородной (автомобили) или однородной (алюминий, сталь);

. ценовая конкуренция осуществляется путем снижения

рыночных цен, как следствие удешевления стоимости производимой продукции. Фактором снижения цен является рост производительности труда, а этого можно достичь путем внедрения достижений науки и техники в производство;

. неценовая конкуренция ведется на основе улучшения качества продукции, выпуска новых товаров, совершенствования методов обслуживания и сбыта продукции, расширения ассортимента продукции. В итоге повышается эффективность производства, увеличивается прибыль, снижаются цены.

Противоположностью конкуренции является монополия. Термин «монополия» греческого происхождения - «единственный продавец» («моно» - один). Монополия - это союз, соглашение, объединение предприятий в более крупное и господствующее данной отрасли. К таковым относятся Газпром, Единая энергосистема, Картели, синдикаты. В начале 50-60 гг. XX в. волна объединений вышла на международную арену. Появились межгосударственные (транснациональные) монополии, которые диктуют свои условия в зарубежных странах (ЕС, ЕОУС и д.)

Различают искусственные и естественные монополии.

К искусственным относятся картели, синдикаты, концерны

и т.д. Создание их продиктована интересами отдельных лиц, групп лиц или государств.

К естественным монополиям относятся фирмы объединения, продукция которых не подлежит замене или без которой невозможно существовать. К таковым относятся производство лекарственных препаратов, почтовая и телеграфная связь, железная дорога, коммунальные услуги (тепло-, вода-, энерго-, газоснабжение, транспортировка нефти, газа, угля, речные порты, аэропорты). Из этого следует, что избежать образования монополий в ряде отраслей невозможно. Например, нельзя иметь в квартире два газопровода от двух конкурирующих

компаний, также получать тепло и воду от двух станций и т. д.

Не следует отождествлять монополию и монопольную власть.

Последняя означает возможность фирмы влиять на цены и увеличивать прибыль за счет ограничения производства и сбыта продукции.

В условиях монополистической конкуренции существуют

следующие ее формы:

- 1) научно-техническое соперничество;
- 2) ,промышленно-производственное соперничество;
- 3) торговое соперничество.

1. Научно-техническое соперничество - борьба за повышение конкурентоспособности фирм ведется путем:

разработки новых продуктов; внедрения современных технологических процессов; накопления и использования научно-технической информации; приобретения и использования патентов.

При этой форме используются две модели борьбы: конкретная модель. Фирмы используют наиболее эффективную технику и технологию; монополистическая модель. Чистый монополист имеет большие финансовые возможности получать высокие прибыли за счет внедрения достижений науки и техники.

2. Промышленно - производственное соперничество проявляется в виде, наращивания производственных мощностей, освоения новых видов продукции и снижения издержек производства. При этом используется два подхода: «эффект масштаба» и «Х-неэффективности».

«Эффект масштаба» состоит в том, что фирма по отношению к рынку должна быть большой, т. е. монополистической, которая способна эффективно производить

продукцию при низких издержках производства на единицу выпускаемой продукции;

3. Торговое соперничество основано на использовании цен.

Различают неценовую и ценовую конкуренции.

Ценовая конкуренция осуществляется путем искусственного сбивания цен на данную продукцию. При этом широко используют ценовую дискриминацию - данный продукт продается по разным ценам, но при этом они не обусловлены различиями в издержках (продукт может быть монополистическим, скоро портящимся и т. д.).

Неценовая конкуренция происходит посредством совершенствования качества продукции, условий ее продажи, обслуживания, сбыта.

Многие страны в целях сохранения конкуренции и оптимального функционирования монополий приняли антимонопольные законы.

Антимонопольное законодательство - это система законов, ограничивающая монополизацию рынка одной или несколькими монополиями (фирмами). Существует два типа антимонопольного законодательства:

- американский (США, Канада);
- западноевропейский (Западная Европа, Япония).

Американское законодательство отвергает любую форму монополистического союза. Закон Шармана (США, 1890 г.) является первым антитрестовским законом, Он направлен на защиту торговли и промышленности от незаконных ограничений

со стороны монополий. В основе антимонопольного регулирования лежат три основных закона - закон Клейтона (1914 г.), закон правительственной торговой комиссии (1914 г.) и закон Целлера Кеорвера (1950 г.). За нарушение законов предусмотрены определенные меры наказания. Однако, несмотря на это, многие фирмы стремятся к максимальному росту и контролю над рынком. Западноевропейское законодательство выступает не против любой монополии, а лишь против тех, кто существенно ограничивает возможности соперничества на рынке.

В России монополизация проявилась в монополии государства, центральных экономических учреждений, министерств, предприятий. В результате возникли тотальное огосударствление экономики, дефицит товаров, теневая экономика, коррупция. Поэтому принятые антимонопольные законы в России направлены на проведение радикальных преобразований в экономике: разгосударствление и приватизацию, децентрализацию управления, конкуренцию, создание союзов потребителей и т. д.