

1. Конкурентная фирма – это фирма, рыночная доля (доля продаж) которой не превышает 1%. Из-за незначительной доли рынка эти фирмы не могут устанавливать цены, и они принимают цены, которые складываются в отрасли.

2. Главным условием для фирмы, максимизирующей прибыль, является равенство предельного дохода и предельных издержек. Поскольку для совершенно - конкурентной фирмы цена равна предельному доходу, то предельное условие максимизации прибыли фирмы может иметь форму равенства цены и предельных издержек.

3. Так как фирмы легче входят на рынок и выходят с него в долгосрочном периоде, чем в краткосрочном, кривая предложения в долгосрочном периоде обычно более эластична, чем кривая предложения в краткосрочном периоде.

4. Примером государственной монополии в России является – РЖД, Почта России, компании по нефтепереработке и нефтедобыче и иные примеры.

5. Естественная монополия - состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства

6. Монополист в качестве заданной принимает убывающую кривую спроса, которая может быть рассчитана с помощью эконометрики либо методом проб и ошибок, т.е. объем продаж можно увеличить только за счет снижения цены.

Предельная выручка становится отрицательной, если спрос на товар является неэластичным по цене. Отрицательная предельная выручка может быть и в условиях монополии. При увеличении объема продаж монополист получает от каждой новой проданной единицы все меньшую добавочную выручку. В какой-то момент очередное увеличение объема продажи еще на одну единицу товара уже не дает дополнительной выручки, а затем предельная выручка становится отрицательной.

7. Основные свойства монополистической конкуренции

Наличие множества продавцов и покупателей (рынок состоит из большого числа независимых фирм и покупателей), но не большего, чем при совершенной конкуренции.

Невысокие барьеры для вступления в отрасль. Это не означает, что открыть монополистическую конкурентную фирму легко. Такие сложности, как проблемы с оформлением регистраций, патентов и лицензий имеют место.

Совершенная информированность продавцов и покупателей об условиях рынка; преимущественно неценовая конкуренция, крайне незначительно может влиять на общий уровень цен. Рекламирование продукции важно для развития.

Монополистическая конкуренция, с одной стороны, схожа с положением монополии, ибо отдельные монополии обладают возможностью контролировать цену своих товаров, а с другой – схожа с совершенной конкуренцией, поскольку предполагается наличие множества мелких фирм, а также свободный вход на рынок и выход с рынка, т. е. возможность появления новых фирм.

8. Для монополии характерны ограничение объема производства и повышение цен. Она производит меньше продукции и назначает более высокие цены, чем совершенно-конкурентная фирма

Для олигополии характерно, для любой отрасли существует определенное и стабильное равновесие между объемом продаж и ценой товара.

Совершенная конкуренция предполагает, что отдельные продавцы не способны оказывать влияние на рыночную цену, изменяя объем производства и продажи продукции.

9. В бизнесе понимание принципов «дилеммы заключённых» ведёт к пониманию того, как принимать решения в целом. И, как следствие, к более благоприятным результатам. С таким подходом можно научиться находить баланс между сотрудничеством и конкуренцией. Так, чтобы каждый оставался в выигрыше.

10. Закон «О защите конкуренции» запрещает недобросовестную конкуренцию, связанную с незаконным использованием средств индивидуализации, а именно введение в оборот товаров (продажу, обмен, производство, демонстрацию на выставках, предложения к продаже), если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащие другому лицу.