

Задание

- Заполнить таблицу
- Выписать определения
 - Природная монополия
 - Картель
 - Синдикат
 - Трест
 - Концерн
 - Ценовая дискриминация
- Выполнить задания в рабочей тетради «Конкуренция»
 - На «3» - №1
 - На «4» - №1,5
 - На «5» - №1,2,4

§ 12. Конкуренция.

Типы и методы конкуренции

- **Конкуренция** – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства и купли-продажи товаров.



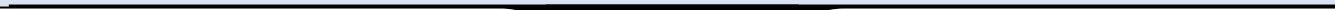
Преимущества конкуренции

1. Повышение эффективности деятельности производителей продукции, проявляющиеся в снижении затрат
2. Снижение цен
3. Предоставление покупателю права выбора
4. Повышение качества продукции
5. Расширение ассортимента товаров

Негативные черты конкуренции

1. Постоянное разорение многих товаропроизводителей
2. Отвлечение неоправданно больших средств на рекламу
3. Использование нечестных методов борьбы:
 1. подкуп работников;
 2. шантаж;
 3. промышленный шпионаж и др.

Методы конкуренции



Типы
рынков по
конкуренции

```
graph TD; A[Типы рынков по конкуренции] --> B[Совершенная конкуренция  
фирмы не могут влиять на цену]; A --> C[Несовершенная конкуренция  
фирмы осуществляют контроль над ценами]; B --> D[Монополистическая конкуренция]; C --> E[Олигополия]; C --> F[Монополия];
```

**Совершенная
конкуренция**
фирмы не могут
влиять на цену

Монополистическая
конкуренция

**Несовершенная
конкуренция**
фирмы осуществляют
контроль над ценами

Олигополия

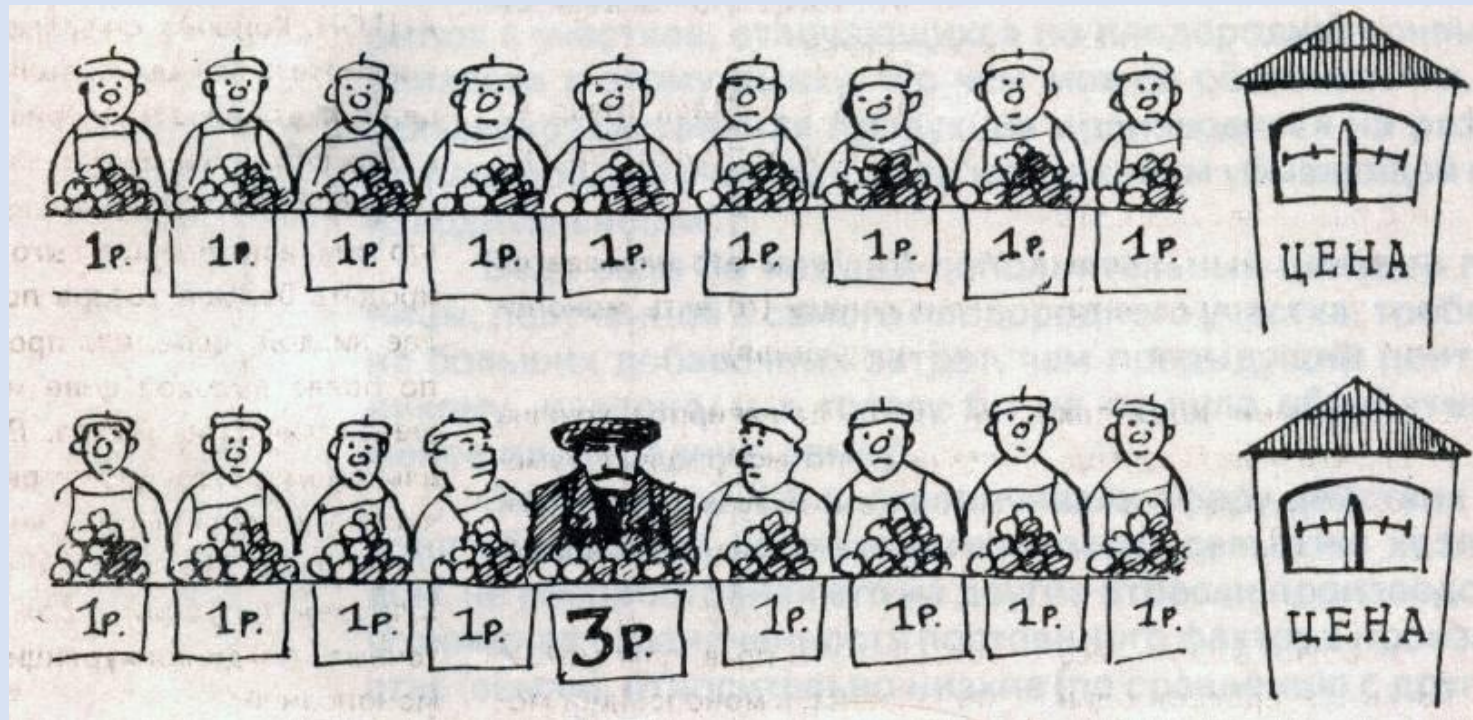
Монополия

	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
количество продавцов				
характер продукции				
Существование рыночных барьеров				
Доступность информации				
Степень контроля за ценами				

Совершенная конкуренция

- **Совершенная конкуренция** представляет собой идеальный образ конкуренции, при которой на рынке функционирует множество продавцов и покупателей с равными возможностями и правами.
- При этом влияние каждого участника экономического процесса на общую ситуацию настолько мало, что им можно пренебречь.

- На рынке действует **большое число мелких продавцов** и покупателем.
- **Продукция фирм однородна**, так что потребителям безразлично, у какого производителя ее покупать. Все товары отрасли являются совершенными заменителями.
- Многочисленность производителей и потребителей однородной продукции фактически предопределяет, что при совершенной конкуренции субъекты рынка не в состоянии оказывать влияние на цены. Когда какой-то продавец устанавливает более высокую цену на товар, покупатели свободно переходят к его многочисленным конкурентам.



- Новые фирмы могут **свободно входить**, а существующие фирмы - покидать чисто конкурентные рынки (отрасли). Не существует никаких серьезных препятствий - законодательных, финансовых и других, которые могли бы помешать возникновению новых фирм и сбыту их продукции на конкурентных рынках.
- Исчерпывающая информация о ценах, технологии, спросе и предложении товаров, норме прибыли доступна для всех.



- **Монополия** – ситуация на рынке, при которой продажу осуществляет **один-единственный продавец продукта, не имеющего заменителей.**
- **Выход на рынок в условиях монополии невозможен**, т.к на пути стоят барьеры
 - юридические,
 - экономические,
 - естественные

В зависимости от характера и причин возникновения монополии бывают

Естественные

- **Природные**

- когда производство продукта требует уникальных природных условий, которые невозможно воссоздать в другом месте

- **Технико-экономические**

- в тех отраслях экономики, где трудно признать целесообразным существование более одного производителя

Искусственные

- возникает в тех случаях, когда несколько крупных фирм объединяются и полностью контролируют рынок
- **картель** – раздел рынков сбыта и назначение единой цены
- **синдикат** – производство самостоятельно, налажен совместный сбыт
- **трест** – производственное и коммерческое объединение фирм
- **концерн** – объединение фирм разных отраслей под контролем одной финансовой группы

Природная монополия (natural monopoly)

- это монополия, которая возникла в результате наличия уникальных природных явлений (климат, природные ископаемые, редкость определенного сырья, расположение).



НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ



РАО ЕЭС РФ



Солинные залежи



Энергетический монополист



Монопольный представитель услуг

Компания монополист



- **Олигополия** – рыночная структура, при которой на рынке какого-либо продукта присутствует **небольшое число фирм**, каждая из которых занимает существенную долю рынка и **обладает значительным контролем над ценами**.



Продукция на олигополистическом рынке может быть

- однородной, стандартизированной (медь, цинк, нефть),
- дифференцированной (автомобили, бытовая техника)





Производителей автомобилей



Компьютерных строений



В самолётостроении

- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: Nokia, Sony ericsson, Motorola и т. д



- Характерная особенность
 - **Ценовая взаимозависимость**, т.е. фирмы при формировании своей ценовой политики должны принимать во внимание реакцию конкурентов.

- **Монополистическая конкуренция** – ситуация на рынке, когда **большое число фирм** производит **взаимозаменяемые товары и услуги**.
- Монополистическую конкуренцию роднит с совершенной конкуренцией большое число продавцов,
 - но они предлагают дифференцированную продукцию
 - но **выход** на монополистический рынок **ограничен**, так как продукция фирм защищена патентом или торговой маркой и не может производиться другими фирмами.



- Используя свое положение относительного монополиста, фирма **может позволить себе увеличить цену на продукцию**. В условиях предложения дифференцированной продукции многие из покупателей все равно не покинут рынок, так как продавец учитывает их индивидуальные потребности.
- В отличие от олигополиста, фирма выступающая в условиях монополистической конкуренции не учитывает ответную реакцию конкурентов на свои действия, т.к в условиях большего числа фирм это сделать невозможно.
- В отраслях монополистической конкуренции **первостепенное значение имеет очень интенсивная реклама**, которая должна подкрепить престиж данной торговой марки



- **Ценовая дискриминация** - установление разных цен на различные единицы одного и того же товара для одного или разных покупателей.

Price Discrimination



The image illustrates four examples of price discrimination:

- 8% TEACHER DISCOUNT:** A red tag with a hole, indicating a special price for teachers.
- This car park is FREE after 3pm:** A sign on a car park barrier, showing a time-based price reduction.
- Popcorn:** Several buckets of popcorn, representing a product where different sizes or quantities might be priced differently.
- Buy one pizza GET ONE FREE:** A promotional sign for a pizza shop, showing a two-part pricing strategy where the second pizza is free.

* Terms and conditions apply

tutor2u

	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
количество продавцов				
характер продукции				
Существование рыночных барьеров				
Доступность информации				
Степень контроля за ценами				