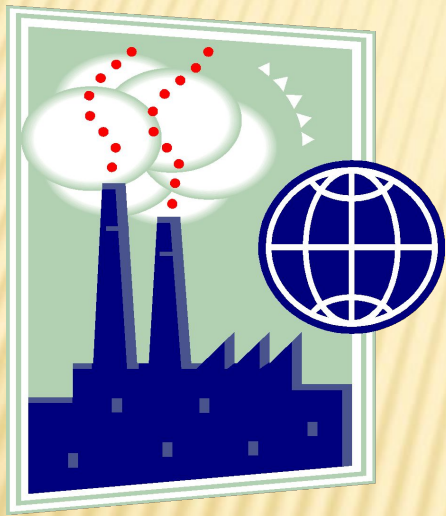


Конкуренция и модели современного рынка



Презентация по экономике 10 класс.
Учитель истории, экономики
МОУ СОШ № 36 г. Калининграда
Василёнок Виктории Владимировны

План урока



1. Что такое конкуренция ?
2. Формы и методы конкуренции.
3. Модели современного рынка:
 - совершенная конкуренция;
 - монополистическая конкуренция;
 - олигополия;
 - монополия.

Цель урока:

- определить понятие и сущность конкуренции ;
- определить формы и виды конкуренции;
- дать характеристику моделей современного рынка.

Рыночный механизм



- Ценовой сигнал.
- Спрос на товары, предъявляемый потребителями, и предложение товаров и услуг со стороны производителей.
- Конкуренция.

Конкуренция -

Соперничество между участниками рыночных отношений за лучшие условия производства, продажи и купли товаров.



КОНКУРЕНЦИЯ -

это живительная сила рыночной экономики .

Она служит мощным стимулятором роста производства и повышению его эффективности.



СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНЦИИ



заключается в свободе
выбора экономических
решений участниками
рыночных отношений
в условиях
соперничества
за получение
максимальной прибыли
и
личной выгоды.

Для возникновения конкуренции необходимо:

Большое количество продавцов и покупателей, имеющих свободный доступ на рынок

Конкуренция

Отсутствие преград (экономических, юридических, политических, социальных) для мобильности ресурсов

Доступность информации о предложении и спросе, ценах, норме прибыли

Виды и формы конкуренции

По методам
осуществления

Ценовая

Неценовая

По отраслевой
принадлежности
и

Внутри-
отраслевая

Межотраслев
ая

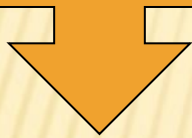
По степени
свободы

Свободная
(совершенн
ая)

Монополисти-
ческая
(несовершен
ная)

Методы конкуренции

Ценовая



Снижение цен.
Скидки и премии.
Дешевые распродажи.

Неценовая



Качество и надежность.
Дополнительные гарантии.
Особое оформление.

Модели современного рынка

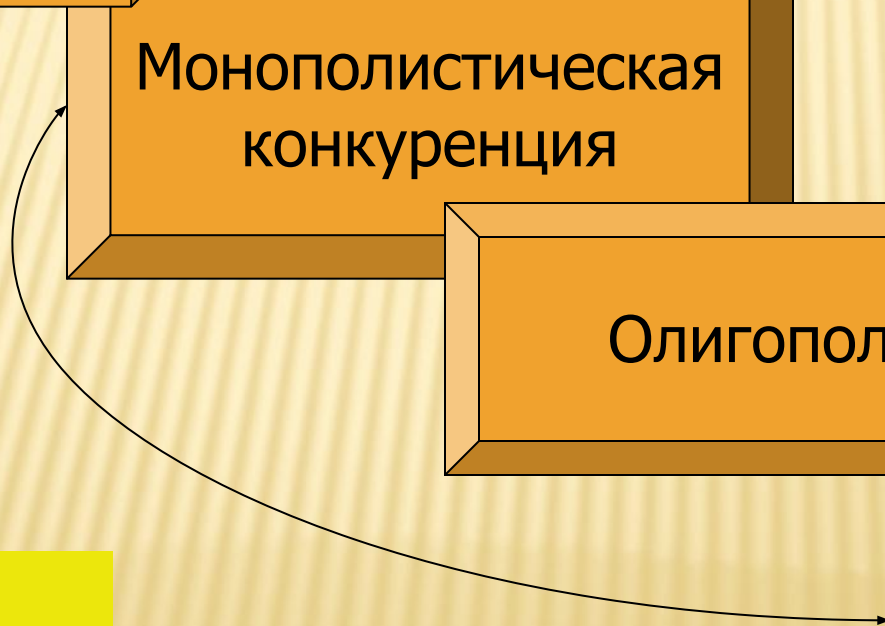
Совершенная
конкуренция

Монополистическая
конкуренция

Олигополия

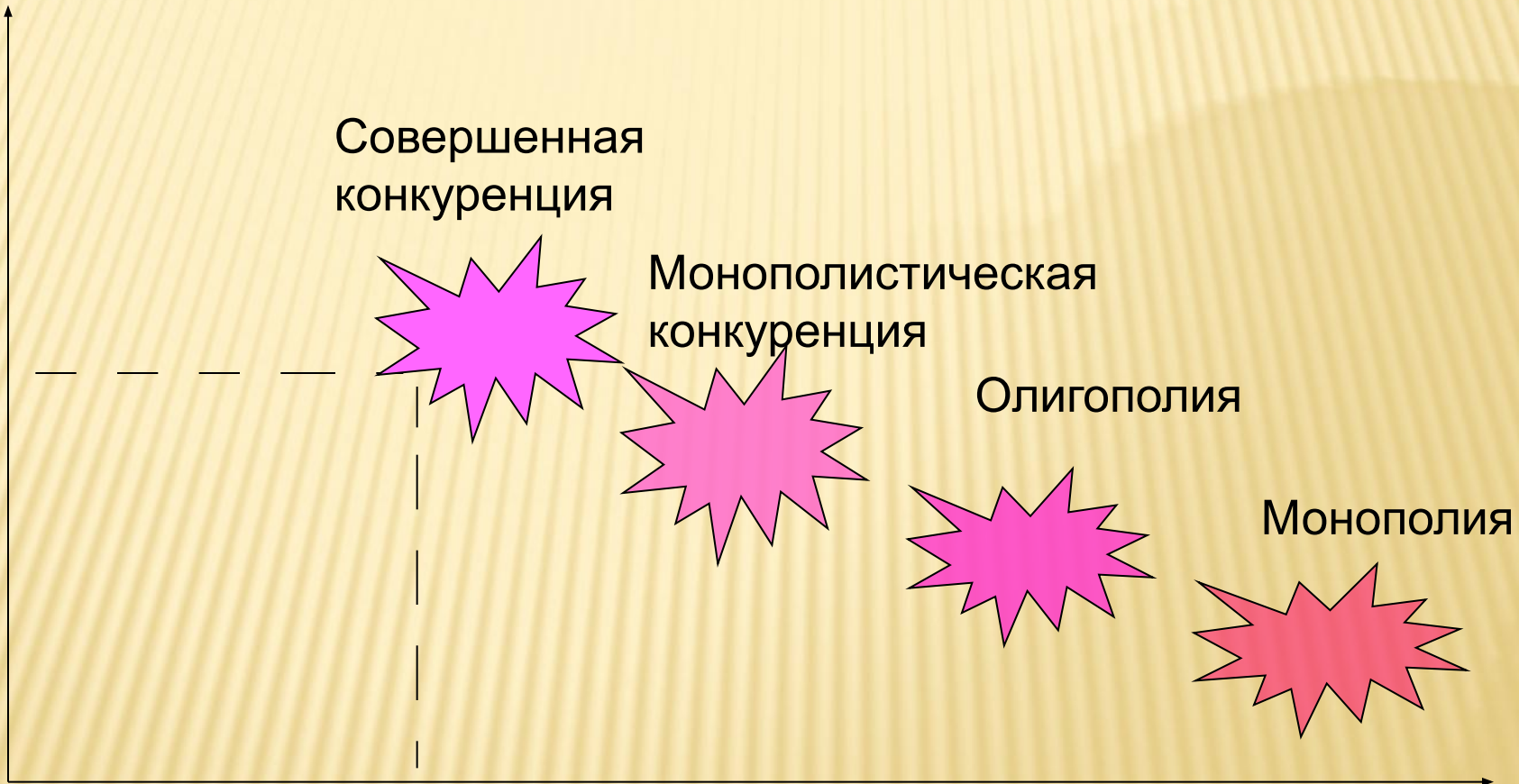
Чистая
монополия

Несовершенная
конкуренция



Возможности покупателей и продавцов влиять на цены

Влияние покупателей



Влияние продавцов

По каким критериям мы будем различать рыночные структуры, которые сложились в тех или иных отраслях?

- Количество фирм, представленных на рынке.
- Характер производимой продукции (стандартная или разнообразная).
- Наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в данную отрасль или выхода из нее.
- Степень доступности экономической информации.

Совершенная конкуренция

Много продавцов
и покупателей

Всегда можно точно
узнать, по какой цене
продает товар тот или
иной продавец.

Ничто и никто
не мешает
новым фирмам войти
на рынок, а старым-
уйти с него.

Товар является однородным
и у всех продавцов имеет
примерно одинаковое
качество: зерно, цемент,
бензин.

В чистом виде условия совершенной конкуренции не встречаются в реальной действительности.



Совершенная конкуренция -
это модель идеальной рыночной
ЭКОНОМИКИ



Монополистическая конкуренция

Относительно большое число производителей.

Контроль над ценами ограничен возможностью замены товара.

Наличие на рынке похожей, но не идентичной (с точки зрения покупателей) продукции. Каждая фирма продает особый товар, который отличается качеством, оформлением, престижностью.

Вступление в монопольный рынок - свободное; для этого необходимо наличие начального капитала, большего, чем при совершенной конкуренции

Олигополия



Наличие конкуренции
нескольких крупных
фирм (три – пять)

Использование
ценовой
и неценовой конкуренции:

- «жесткость» цен,
- скрытый договор,
- соглашение о
специализации и
кооперации.

Предложение однородной
(руда, нефть, сталь,
цемент) и
дифференцированной
(автомобили и др. товары)
продукции

Вступление других фирм
в олигопольный рынок
затруднено.

М о н о п о л и я

Наличие одного
продавца

Полный контроль объема
предложений товара и
цен

Производство товаров,
не имеющих
заменителей

Наличие непреодолимых
барьеров (авторское
право, лицензии,
патенты) для потен-
циальных участников
рынка



Монополия

Естественная

Возникает, когда производство требует уникальных природных условий (вода Боржоми, уникальный сорт вина и др.)

или там, где трудно признать целесообразным наличие более одного производителя.

Искусственная

Монополия, специально созданная путем концентрации в чьих-то руках определенной хозяйственной деятельности.

Повторим основные понятия

- Рыночный механизм
- Конкуренция
- Ценовая конкуренция
- Неценовая конкуренция
- Совершенная конкуренция
- Монополистическая конкуренция
- Олигополия
- Монополия