

Конкуренция.

Основные типы рынков

Экономическая конкуренция - это не война, а соперничество в интересах друг друга.

Эвин Кэннан

Конкуренция обеспечивает наилучшее качество продуктов и развивает наихудшие качества людей.

Дэвид Сарнофф

Конкуренция — жизнь торговли и смерть торговцев.

Элберт Хаббард

Конкуренция?

Конкуренция – (от лат. сталкиваться) – борьба независимых экономических субъектов за ограниченные ресурсы.



ФУНКЦИИ КОНКУРЕНЦИИ

```
graph TD; A[ФУНКЦИИ КОНКУРЕНЦИИ] --> B[МОТИВАЦИИ]; A --> C[РЕГУЛИРОВАНИЕ]; A --> D[РАСПРЕДЕЛЕНИЕ]; A --> E[КОНТРОЛЬ];
```

МОТИВАЦИИ

КОНТРОЛЯ

РЕГУЛИРОВАНИЕ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ

Соотнесите функцию и ее содержание.

1. Предприятия, которые предлагают лучшую по качеству продукцию, получают вознаграждение в виде прибыли.
2. Конкуренция не только включает стимулы к более высокой продуктивности, но и позволяет распределить доход среди предприятий и домашних хозяйств.
3. Для того чтобы устоять в борьбе, предприниматель должен предлагать изделия, которые предпочитает потребитель. Т.е. факторы производства направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность.
4. Конкуренция ограничивает силу каждого предприятия.

Конкуренция



Ценовая конкуренция – борьба между товаропроизводителями за получение дополнительной прибыли посредством уменьшения издержек производства и, соответственно, снижения цен на продукцию без изменения её ассортимента и качества.

Неценовая конкуренция – борьба, которая разворачивается вокруг потребительских свойств товара, качества, ассортимента и условий продажи.

Конкуренция острее там, где:

- Много продавцов и покупателей;
- Информация о ценах на товары доступна;
- Появление новых фирм не осложнено;
- Товар является однородным и примерно одинакового качества

Конкуренция слабее там, где:

- Число покупателей и продавцов не велико;
- Отсутствует информация о формировании цены на товар;
- Существует много разновидностей товара;
- Появление новых фирм затруднено

Сущность и роль конкуренции в экономике

Основные типы рынков



Совершенная конкуренция –

конкуренция между большим количеством мелких фирм, торгующих однородным товаром, влияние которых на общую ситуацию на рынке не заметно, выход и уход которых с рынка зависит от уровня цен.

Например...

рынок сельхозпродукции, рынок товаров бытового назначения и.т.п.

Характеристики совершенной конкуренции:

- Продавцов много
- Товар однородный
- Возможности проникновения на рынок не ограничены

Монополия -

ситуация на рынке, когда продажу товара осуществляет один-единственный продавец.

Например...

рынок природных ресурсов, рынок золота,
РЖД

Характеристики монополии

- Продавец один
- Товар однородный
- Возможности проникновения на рынок отсутствуют

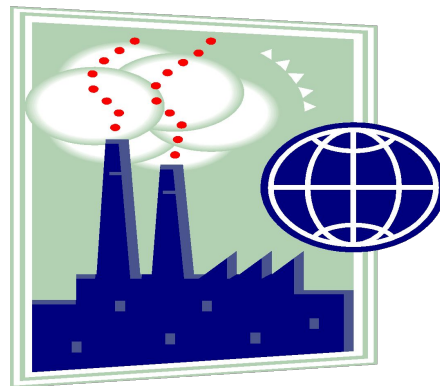
Монополии естественные

- когда производство продукта требует уникальных природных условий (минеральный источник) и когда нецелесообразно существование более одного производителя

Например ...

Примеры естественных монополий

1. Коммунальные службы (газо-, водо-, электроснабжение)
2. Патентная служба (патент – это защита прав изобретателя на изобретение в течение его жизни и 17 лет после смерти)
3. Торговая марка и торговый знак (знак качества товара, защищает права владельца в течение жизни и 50 лет после смерти)



Монополии искусственные

- когда несколько крупных фирм объединяются и полностью контролируют рынок (картельное соглашение), поглощают конкурентов, сливаются т.п.

Например...

рынок нефти и нефтепродуктов

Монополия

«За»

1. Высококачественная продукция.
2. Развитие научно-технического прогресса в производстве.

«Против»

1. Усиление неравенства в доходах
2. Банкротство мелких предприятий и безработица
3. Нестабильность в социальной и политической сфере.

Способы образования монополии

1. Корнер – скупка товара, складирование, продажа товара по завышенным ценам в условиях дефицита
2. Скупка акций – тайное приобретение контрольного пакета акций какой-либо компании
3. Поглощение мелких фирм крупной

Антимонопольное законодательство – это система законов, ограничивающих действия компаний, которые ведут к снижению конкуренции и установлению монополии.

1 Закон Шермана (США) 1890г. о незаконности картельных соглашений.

2 Антимонопольный закон Российской империи в 1908г.

3 Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» в 1991г.

Цели антимонопольной политики:

- 1 контроль за слиянием компаний;
- 2 контроль в сфере ценообразования.

В 1991 г. был создан Федеральный комитет по антимонопольной политике РФ.

Монополистическая конкуренция -

ситуация на рынке, где много продавцов продукция которых защищена патентом или торговой маркой

Например...

рынок парфюмерии, рынок модной одежды и т.п.

Характеристики монополистической конкуренции:

- Продавцов много
- Товар неоднородный
- Возможности проникновения на рынок ограничены, защищены патентом

Олигополия -

ситуация на рынке, где господствуют несколько крупных продавцов, конкурирующих между собой за покупателя посредством неценовой конкуренции (повышение качества, улучшения сервиса, реклама и т.п.)

Например....

рынок автомобилей, авиа рынок и т.п.

Характеристики олигополии

- Продавцов мало
- Товар неоднородный
- Возможности проникновения на рынок ограничены

Монопсония

— ситуация на рынке, когда фирма (или другая организация), называемая “**МОНОПСОНИСТОМ**”, полностью контролирует спрос на определенное благо (товар или услугу), являясь единственным возможным его покупателем.

Например рынок рабочей силы

Интересно

Чистая монопсония - редкое явление, как и чистая монополия. Она может существовать в небольших городах, в которых, например, единственная фирма нанимает всех трудоспособных жителей. Или правительство как единственный покупатель, в частности, ядерного оружия. Оно закупает все его рыночные предложения, поскольку продажа этого товара другим покупателям запрещена.

Характеристики монополии

- Продавцов много
- Покупатель один
- Покупатель диктует цену товара
- Объем продаж зависит от покупателя

Потребитель выиграет в условиях рыночной экономики при

- 1) устранении монополизации экономики
- 2) централизованном планировании производства
- 3) повышении налогов на производителя
- 4) установлении ввозных пошлин

Рынок мобильной связи области Z контролируется одной крупной компанией, другие производители не представлены. Выберите из приведённого ниже списка характеристики данного рынка и запишите цифры, под которыми они указаны.

- 1) рынок товаров
- 2) совершенная конкуренция
- 3) региональный рынок
- 4) рынок услуг
- 5) монополия
- 6) рыночный дефицит

По масштабам развития выделяют 6 видов конкуренции

- индивидуальную;
- местную;
- отраслевую;
- межотраслевую;
- национальную;
- глобальную.

Какой смысл обществоведы вкладывают в понятие «рыночная конкуренция»? Привлекая знания обществоведческого курса, составьте два предложения, содержащие информацию о рыночной конкуренции.

Верны ли следующие суждения о рыночной конкуренции?

Рыночная конкуренция

А. может сделать часть предприятий

неконкурентоспособными и привести их к банкротству.

Б. приводит к расширению ассортимента товаров и услуг и улучшению их качества.

1) верно только А

2) верно только Б

3) верны оба суждения

4) оба суждения неверны

Верны ли суждения о монополиях?

А. Возникновение в условиях рыночной экономики монополистических объединений устраняет конкуренцию.

Б. Цель антимонопольного законодательства – ограничить на рынке диктат монополий.

1) верно только А

2) верно только Б

3) верны оба суждения

4) оба суждения неверны

Рынок услуг сотовой связи и Интернета в стране С. поделен между пятью крупными компаниями-операторами, другие производители услуг отсутствуют. Какой тип конкуренции сложился на рынке услуг связи в стране С.?

- 1) совершенная конкуренция
- 2) олигополия
- 3) монополистическая конкуренция
- 4) монополия