

ГБПОУ «Нижегородский автомеханический техникум»

ТЕМА УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ:
«Конкуренция и её виды»



Преподаватель
Горшкова Ю.А.

ЦЕЛИ УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ

- Познакомиться с преимуществами и недостатками конкуренции
- Рассмотреть методы конкурентной борьбы
- Познакомиться с типами рыночных структур
- Научиться определять тип рыночной структуры
- Определить различия между типами конкурентных рынков



ЧТО ТАКОЕ КОНКУРЕНЦИЯ

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

Конкуренция – это соперничество между производителями за право получения максимальной прибыли.

Конкуренция – это борьба между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

ПРЕИМУЩЕСТВА КОНКУРЕНЦИИ

- Способствует более эффективному использованию ресурсов
- Вызывает необходимость гибко реагировать и быстро адаптироваться к изменяющимся условиям производства
- Создаёт условия для создания новых видов товаров
- Обеспечивает свободу выбора и действий потребителей и производителей



НЕДОСТАТКИ КОНКУРЕНЦИИ

- ❑ Не способствует сохранению воспроизводимых и невозпроизводимых ресурсов
- ❑ Отрицательно сказывается на экологии окружающей среды
- ❑ Не создаёт условий для развития фундаментальной науки, системы образования, многих элементов городского хозяйства
- ❑ Не гарантирует права на труд



МЕТОДЫ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ

ЦЕНОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Борьба за получение дополнительной прибыли на основе уменьшения издержек производства, снижения цен на товары без изменения их ассортимента и качества

ВНЕРЫНОЧНЫЕ ФОРМЫ КОНКУРЕНЦИИ

Финансовые махинации, промышленный шпионаж, давление через гос. органы, демпинг (сбивание цен), физическое устранение конкурентов и т.д.

НЕЦЕНОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Изменение свойств товара и придание ему качественно новых свойств, создание товаров-субститутов, послепродажное тех. обслуживание, реклама и т.д.

ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

**СОВЕРШЕННАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ**



**НЕСОВЕРШЕННАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ**

МОНОПОЛИЯ

ОЛИГОПОЛИЯ

**МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ**

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

это такая организация рынка, при которой функционирует множество мелких фирм с однородной, стандартной продукцией



Признаки совершенной конкуренции

- ❑ бесконечное множество равноценных продавцов и покупателей;
- ❑ однородность продаваемой продукции;
- ❑ отсутствие барьеров для входа или выхода с рынка;
- ❑ высокая мобильность факторов производства;
- ❑ равный и полный доступ всех участников к информации.

НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

это организация рынка, при которой фирмы могут оказывать влияние на цены и рыночное равновесие.

Признаки несовершенной конкуренции

- наличие входных барьеров в отрасль;
- дифференцированность продукции;
- основная доля продаж приходится на одного или нескольких производителей-лидеров;
- возможность контролировать полностью или частично цену на свою продукцию

МОНОПОЛИЯ

это наличие на рынке единственного производителя уникального товара.



ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ МОНОПОЛИЙ

- Присутствие одного или очень крупного продавца
- Наличие продукции, не имеющих конкурентных аналогов
- Покупатель должен приобрести товар у монополиста
- Экономические и юридические барьеры
- Контроль монополиста над ценой товара и объемом продаж
- Государственное регулирование деятельности монополий

Надзор и контроль за
соблюдением
законодательства о
конкуренции

The diagram features a central light brown box with the text 'Антимонопольное законодательство'. Surrounding this central box are four dark red rounded rectangular boxes, each containing text about supervision and control. These four boxes are connected by a light purple circular arrow that flows clockwise. On the left side, there is a dark red arrow pointing to the right, and several thin, dark grey lines that appear to be part of a background graphic.

Надзор и контроль за
соблюдением
законодательства о
монополиях

**Антимонопольное
законодательство**

Надзор и контроль за
соблюдением
законодательства о
рекламе

Надзор и контроль за
соблюдением
законодательства в
сфере госзакупок

ОЛИГОПОЛИЯ

это наличие на рынке небольшого числа крупных продавцов-производителей, товар которых может быть как однородным, так и дифференцированным.



TELE2

МЕГАФОН



Билайн



Ростелеком



ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ ОЛИГОПОЛИЙ

- Малое число фирм
- Большое число покупателей
- Дифференцированная или однородная продукция
- Наличие существенных препятствий входа на рынок
- Фирмы в отрасли осознают свою взаимозависимость



МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

это тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, характеризующийся большим количеством продавцов, предлагающих дифференцированный товар.



ПРИЗНАКИ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

- ❑ Множество продавцов и покупателей
- ❑ У каждого продавца относительно небольшая доля рынка
- ❑ Дифференцированная продукция
- ❑ Ограниченный контроль над ценой
- ❑ Продавцы получают определенный объем рыночной власти, но гораздо меньший, чем монополисты
- ❑ Нет препятствий для входа в рынок новых продавцов



Конкуренция

**Различия между
типами рыночных
структур**

Число фирм в
отрасли

Тип товаров

Барьеры для
входа на рынок

Возможность
влиять на цены и
объемы товаров

ЗАДАНИЕ №1

Заполнить таблицу
различий характеристик
рыночных структур

Характеристики рыночной структуры	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Примеры рынков	Сельхоз рынки, услуги ателье, ремонт обуви	Пищевая промышленность, рынок одежды и обуви, косметика	Автомобильное производство, сотовые операторы, бытовая техника	Энерго-, газо-, водоснабжение, метрополитен, ГАЗПРОМ
Количество производителей				
Количество потребителей				
Размер фирмы				
Товар				
Барьеры для предпринимательства				
Возможность влиять на цены				
Конкуренция				

Характеристики рыночной структуры	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Примеры рынков	Сельхоз рынки, услуги ателье, ремонт обуви	Пищевая промышленность, рынок одежды и обуви, косметика	Автомобильное производство, сотовые операторы, бытовая техника	Энерго-, газо-, водоснабжение, метрополитен, ГАЗПРОМ
Количество производителей	много			
Количество потребителей	много			
Размер фирмы	маленький			
Товар	однородный			
Барьеры для предпринимательства	нет			
Возможность влиять на цены	нет			
Конкуренция	есть			

Характеристики рыночной структуры	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Примеры рынков	Сельхоз рынки, услуги ателье, ремонт обуви	Пищевая промышленность, рынок одежды и обуви, косметика	Автомобильное производство, сотовые операторы, бытовая техника	Энерго-, газо-, водоснабжение, метрополитен, ГАЗПРОМ
Количество производителей	много	много		
Количество потребителей	много	много		
Размер фирмы	маленький	маленький или средний		
Товар	однородный	дифференцированный		
Барьеры для предпринимательства	нет	низкие		
Возможность влиять на цены	нет	незначительная		
Конкуренция	есть	есть		

Характеристики рыночной структуры	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Примеры рынков	Сельхоз рынки, услуги ателье, ремонт обуви	Пищевая промышленность, рынок одежды и обуви, косметика	Автомобильное производство, сотовые операторы, бытовая техника	Энерго-, газо-, водоснабжение, метрополитен, ГАЗПРОМ
Количество производителей	много	много	мало	
Количество потребителей	много	много	много	
Размер фирмы	маленький	маленький или средний	большой	
Товар	однородный	дифференцированный	однородный или дифференцированный	
Барьеры для предпринимательства	нет	низкие	высокие	
Возможность влиять на цены	нет	незначительная	значительная	
Конкуренция	есть	есть	есть	

Характеристики рыночной структуры	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Примеры рынков	Сельхоз рынки, услуги ателье, ремонт обуви	Пищевая промышленность, рынок одежды и обуви, косметика	Автомобильное производство, сотовые операторы, бытовая техника	Энерго-, газо-, водоснабжение, метрополитен, ГАЗПРОМ
Количество производителей	много	много	мало	один
Количество потребителей	много	много	много	много
Размер фирмы	маленький	маленький или средний	большой	различный
Товар	однородный	дифференцированный	однородный или дифференцированный	уникальный
Барьеры для предпринимательства	нет	низкие	высокие	Практически не преодолимы
Возможность влиять на цены	нет	незначительная	значительная	полная
Конкуренция	есть	есть	есть	нет