

Урок экономики. 9 класс

Конкуренция. Структура рынка

октябрь 2009

Закурдаева Н.А.

Конкуренция*



* (concurrentia (лат) – столкновение, состязание)

Конкуренция – это соперничество, состязание.

- **Между кем?** – между производителями однотипных товаров, услуг.
- **За что?** – за привлечение как можно большего числа покупателей.
- **Во имя чего?** – для получения максимальной прибыли.



Конкуренция

```
graph TD; A[Конкуренция] --> B[Ценовая]; A --> C[Неценовая]; B --> D[Снижение цен на товары и услуги в сравнении с соперниками.]; C --> E[Другие (неценовые) меры привлечения покупателей. Какие?];
```

Ценовая

Снижение цен на товары и услуги в сравнении с соперниками.

Неценовая

Другие (неценовые) меры привлечения покупателей.
Какие?

Признаки классификации рыночных структур

- количество покупателей и продавцов;
- тип товара (однородный, дифференцированный);
- доступность информации для всех участников рынка о ценах всех продавцов и их изменениях;
- наличие входных барьеров для вступления в отрасль (юридические наличие входных барьеров для вступления в отрасль (юридические , или экономические);
- степень влияния продавцов (покупателей) на цену товара.

Конкуренция

Совершенная
(идеальный рынок)

полиполия

Несовершенная

Монополистическа
я

Монополия

Олигополия

Монопсония



Экономические барьеры

- низкие издержки производства за счет увеличения масштаба производства;
- закрыт доступ к материальным ресурсам и другим факторам в силу отсутствия их на свободном рынке;
- реклама.

Юридические барьеры

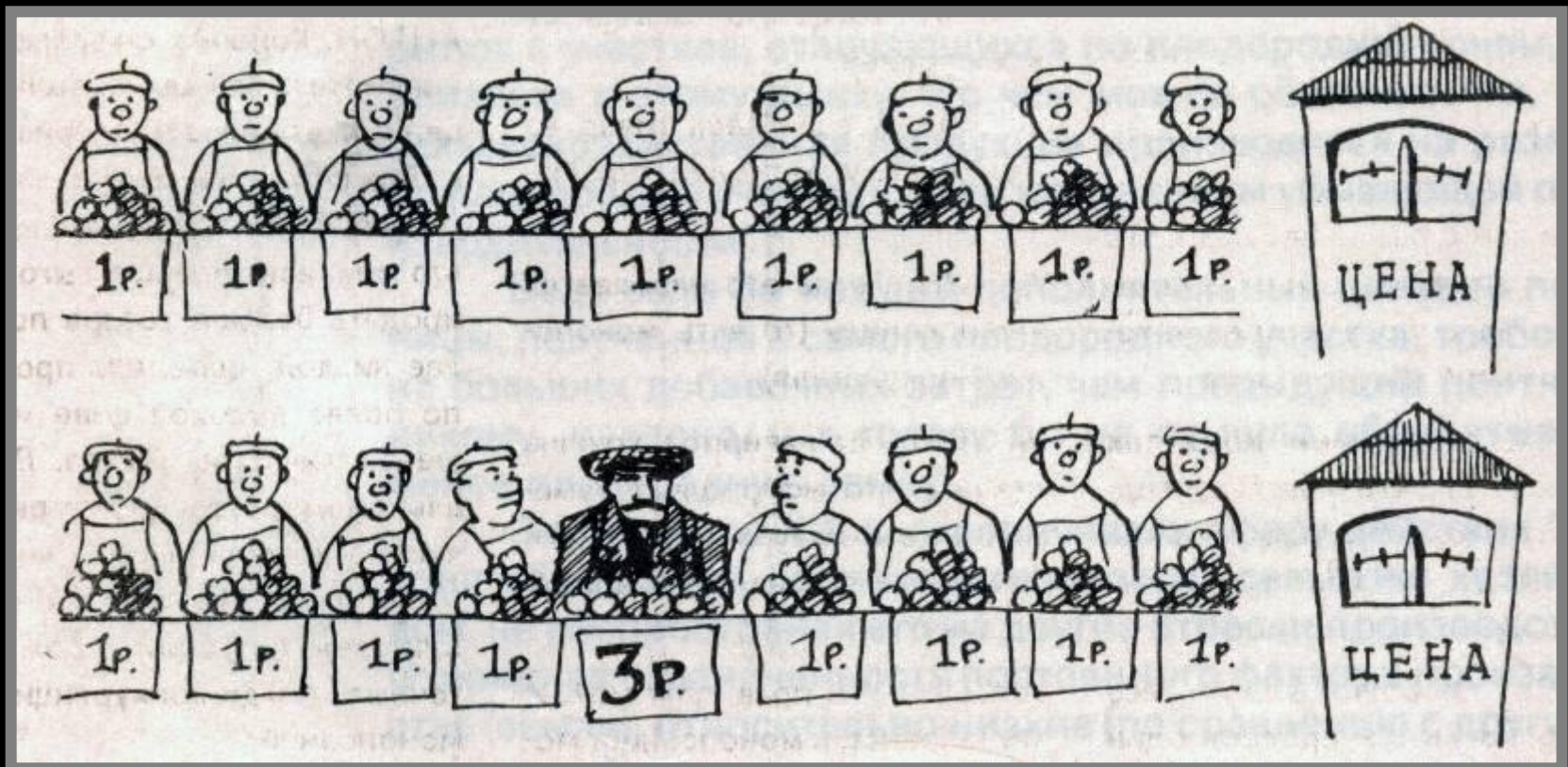
(непреодолимы, т.к. связаны с уголовным наказанием)

- Производство товара защищено патентом Производство товара защищено патентом, авторским правом Производство товара защищено патентом, авторским правом, лицензией Производство товара защищено патентом, авторским правом, лицензией, товарным знаком.
- Исключительное право заниматься данным видом деятельности (производство алкогольных напитков, табака, монополия внешней торговли).

назад

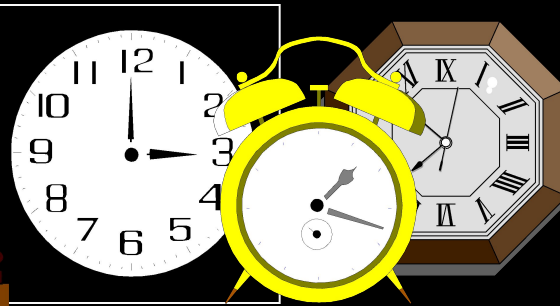
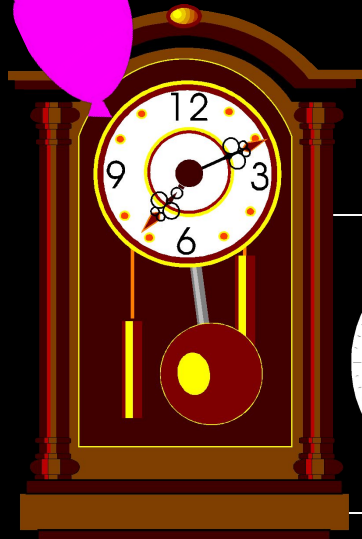
Совершенная конкуренция-

рынок с множеством равноправных продавцов, предлагающих однородную продукцию, где отсутствуют входные барьеры в отрасль и продавец практически не влияет на рыночную цену.



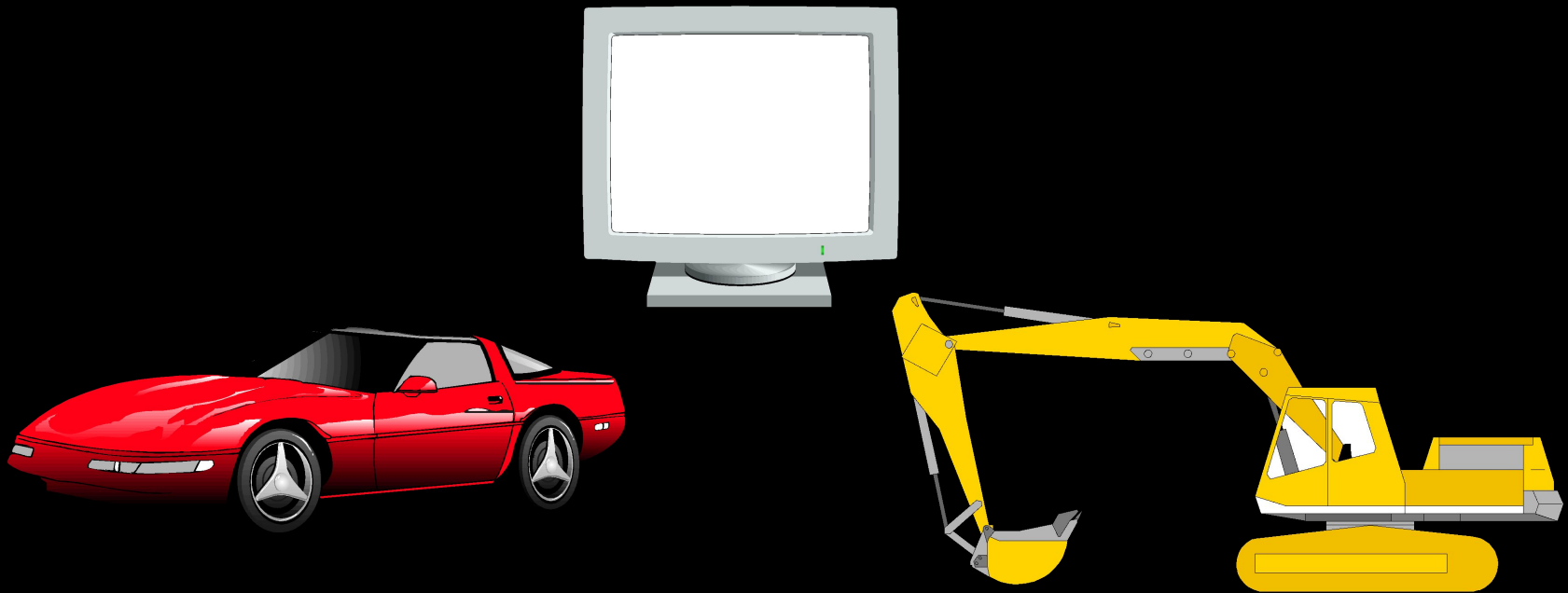
Монополистическая конкуренция –

рынок с множеством производителей, предлагающих схожие, но не одинаковые (дифференцированные) товары и услуги.



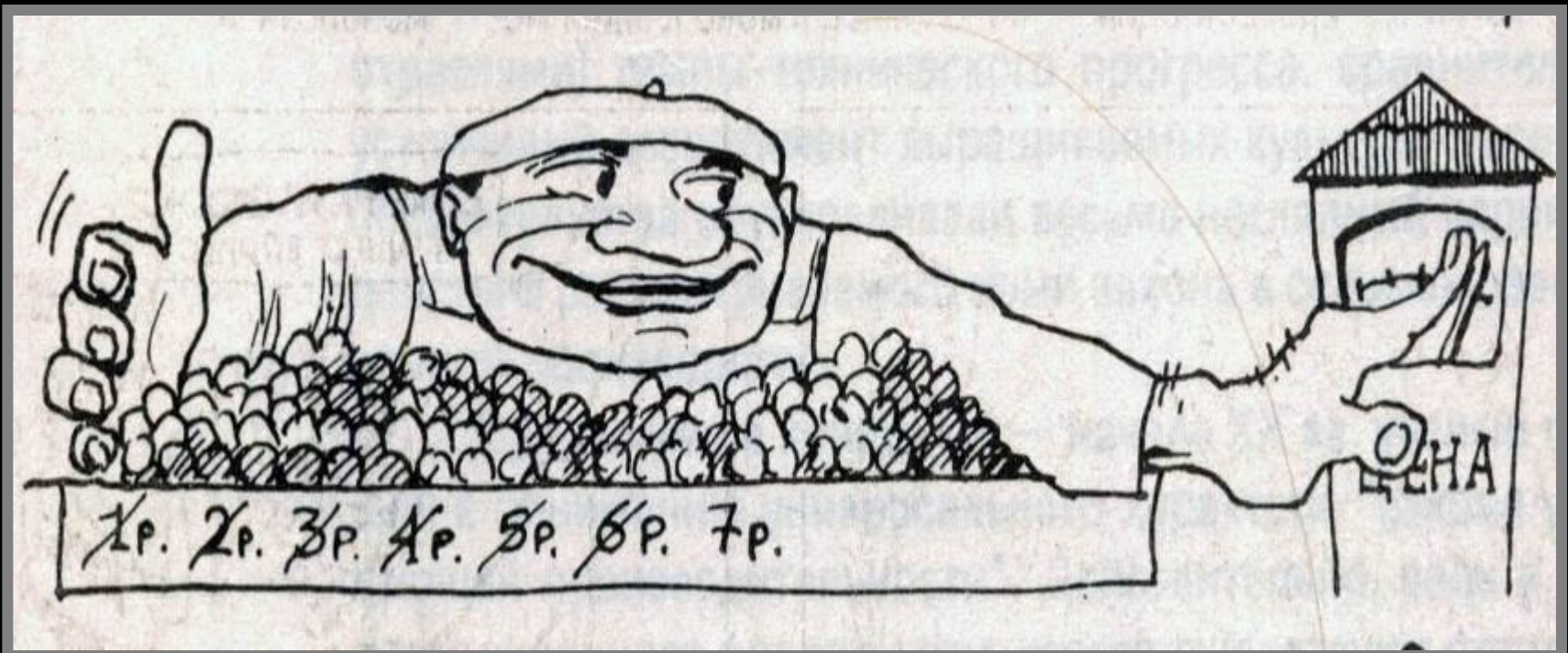
Олигополия

— рынок, где господствует несколько крупных фирм, вход в отрасль для соперников крайне затруднен. При олигополии возможен ценовой сговор или ориентирование на цены лидера.



Монополия

- рынок где имеется только один производитель, который полностью контролирует объем производства и очень сильно влияет на цену. Монополия- главный враг конкуренции.



В стране с рыночной экономикой с монополизмом ведется борьба на государственном уровне. Почему?



- **Однако, есть сферы, где монополия просто необходима: производство атомных бомб, эмиссия денежных знаков, электрические и тепловые сети и др. Почему?**

Подобные предприятия относят к естественной (государственной, легальной) монополии.

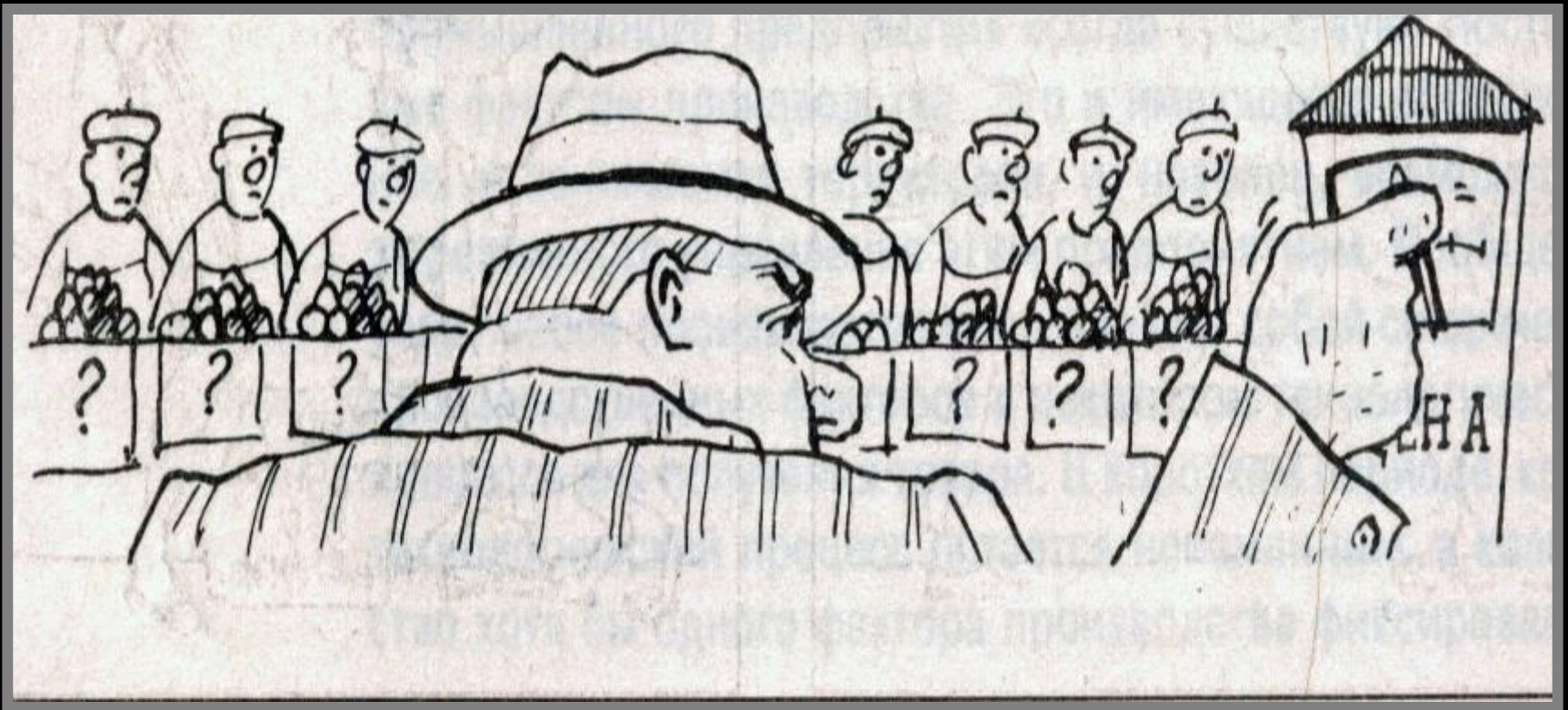
Естественные монополии- это монополии, разрешенные государством.

- К ним относятся: коммунальные службы, железные дороги, телефонные компании, поставщики газа, электричества. Конкуренция среди них может только повредить обществу.
- Они подлежат общественному регулированию. В частности, цены или тарифы на их продукцию очень часто определяются федеральными или региональными гос. службами, ведомствами.



Монопсония

- монополия покупателя



Когда подобная ситуация может возникнуть?

Домашнее задание:

Заполните таблицу «Характеристика рыночных структур»

Признаки	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Тип товара				
Кол-во покупателей Кол-во продавцов				
Вход в отрасль				
Влияние на рыночную цену				
Примеры товаров, продающихся на данном рынке				

Подумай!

Какую рыночную структуру представляет каждое из следующих предприятий:

- молочный магазин, расположенный вблизи вашего дома;
- парикмахерская, которую вы обычно посещаете;
- метрополитен;
- металлургический комбинат;
- сберегательный банк;
- зерновая ферма?

Подумай!

1. Какие признаки положены в основу разграничения рыночных структур на 4 типа?
2. Приведите примеры товаров , которые можно отнести к однородным (стандартизированным), к дифференцированным.
3. Почему во многих странах государство проводит антимонопольную политику, стремясь защитить потребителя и рыночную конкуренцию?
4. Что роднит монополистическую конкуренцию с совершенной и что их отличает?
5. Что такое легальные (административные или экономические) барьеры? Кого они защищают?

Подумай!



Иногда фирма, обладающая монопольными правами, продает свою продукцию по более чем одной цене. При чем эти отличия не связаны с изменениями в затратах. Поступая так, продавец занимается **ценовой дискриминацией**.

Например, владельцы кинотеатров или теннисных кортов меняют цены в зависимости от времени (более высокие тарифы вечером и в выходные дни, когда сильный спрос) или возраста клиентов.

Как вы думаете, почему они так поступают?

Проверь себя



Вопрос . Какой из предложенных примеров характеризует ценовую дискриминацию?

1. Владелец булочной продает свежий горячий" хлеб по 12 руб. за булку, этот же черствый "остывший" хлеб по 10руб. за булку.
2. Детские товары продаются по сниженным ценам за счет удорожания предметов роскоши.
3. Владелец коммерческого магазина продает спиртные напитки в ночное время по цене выше, чем днем.
4. В магазине изделия из натурального меха продаются дороже, чем на вещевом рынке.
5. В разных продуктовых магазинах одного района "Советское шампанское" продается по разным ценам.





**Благодарю
за урок!
Поздравляю
с новыми
знаниями!**



Словарик

Искусственные барьеры, защищающие монополистов:

- **Лицензия** – официальное разрешение на право заниматься определенным видом деятельности (например, разрешение на экспорт, импорт). Выдается органами государственного управления. Как правило, она является платной.
- **Патент** – документ, выдаваемый на определенный срок компетентным органом, удостоверяющим какое-то право. Он дает патентовладельцу исключительное право производить, использовать, и продавать его изобретение на протяжении срока действия патента.
- **Товарный знак** - товарная марка (символ, рисунок) или ее часть, обеспеченная правовой защитой.
- **Авторское право** – исключительное право распоряжаться продажей и размножением (тиражированием) своих произведений.

назад

