

# 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.



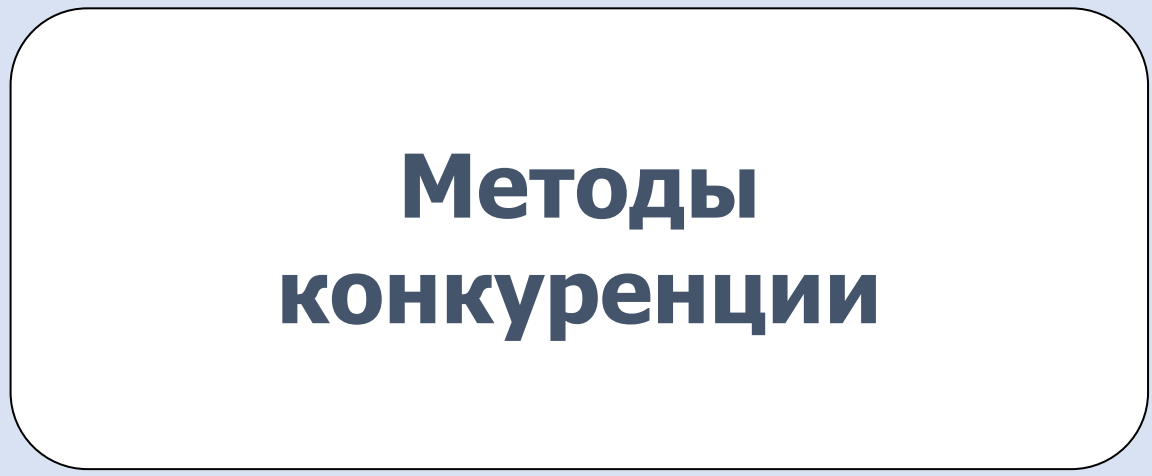
# Преимущества конкуренции

1. Повышение эффективности деятельности производителей продукции, проявляющееся 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

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

**Несовершенная  
конкуренция**  
фирмы осуществляют  
контроль над ценами

Монополистическая  
конкуренция

Олигополия

Монополия

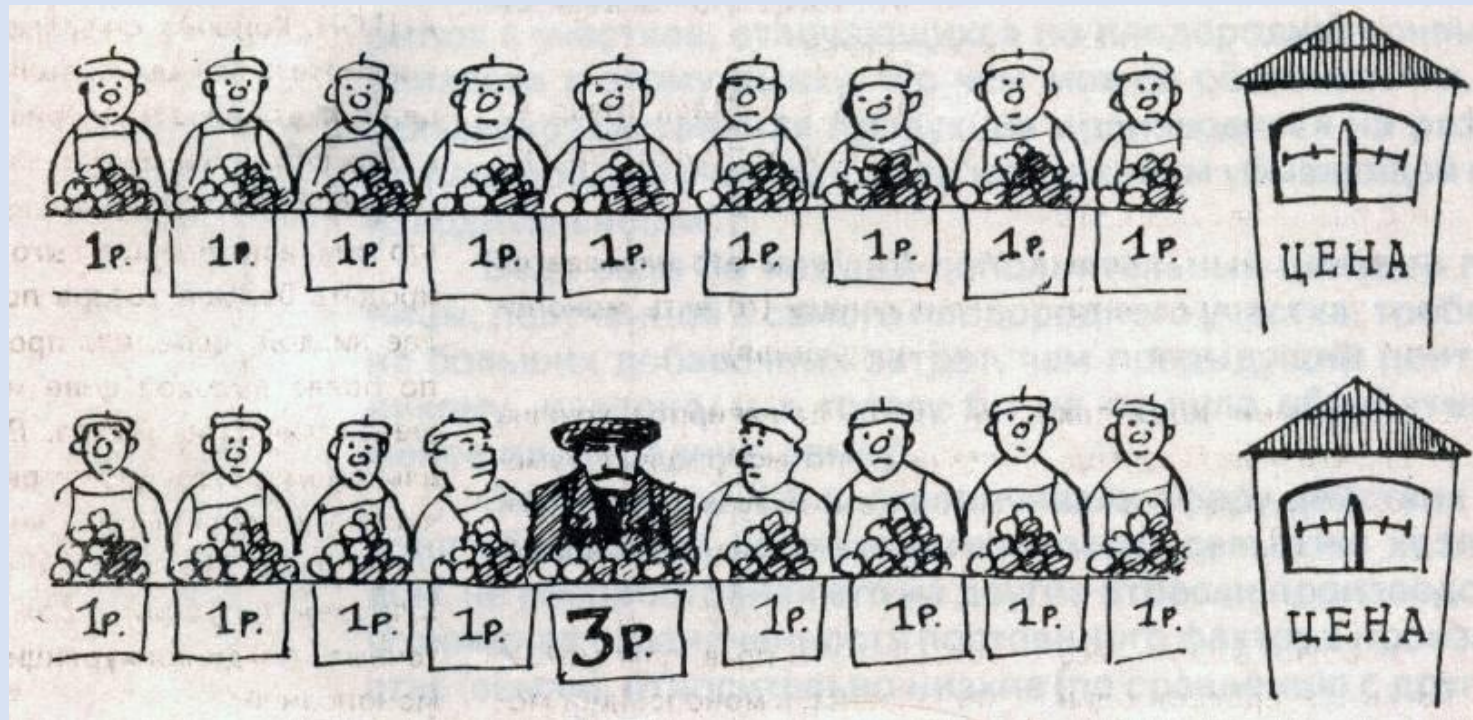
|                                 | Совершенная конкуренция | Монополистическая конкуренция | Олигополия | Монополия |
|---------------------------------|-------------------------|-------------------------------|------------|-----------|
| количество продавцов            |                         |                               |            |           |
| 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

### • Техничко-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



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

## Price Discrimination

The collage consists of four distinct images arranged in a 2x2 grid. The top-left image shows a red price tag with a white outline and a hole at the top, featuring the text '8% TEACHER DISCOUNT' in white, bold, sans-serif font. The top-right image is a photograph of a white sign attached to a metal shopping cart, with the text 'This car park is FREE after 3pm' in black. The bottom-left image shows four yellow buckets of popcorn of varying sizes, each with the word 'POPCORN' printed on it. The bottom-right image is a promotional graphic for a pizza shop, featuring two pizzas and a central red banner that reads 'Buy one pizza GET ONE FREE' in white and yellow text, with smaller text below stating 'every Tuesday, collection or delivery'.

tutor2u