

Министерство образования РМ

Зубово – Полянский педагогический колледж

Компьютерная презентация по основам экономики на тему:

Виды рынков. Конкуренция и монополия.

Преподаватель: Кривоногова Л.П.

Конкуренция – жизнь торговли и смерть торговцев

Альберт Хаббард

Там где нет конкуренции, там нет предмета для экономического анализа

Джон Стюарт Милль

# Модели рынков

| Виды рынков                             | Количество фирм на рынке | Степень контроля над ценами               | Барьеры для вхождения в отрасль | Дифференциация продукта            | Не ценовая конкуренция                          | Пример                                      |
|---|--------------------------|---|---------------------------------|------------------------------------|---|---|
| Совершенная конкуренция                 | множество независимых    | отсутствует, цены определяются рынком     | почти отсутствуют               | однородный                         | отсутствуют                                     | Сельское хозяйство                          |
| Несовершенная (монопольная) конкуренция | Достаточно много         | Ограниченна                               | Невелики                        | Дифференцированный                 | Реклама особенностей продукта                   | Розничная торговля, закусочные, химчистки   |
| Олигополия                              | Несколько фирм           | Ограничена ценовой политикой фирмы-лидера | значительны                     | Однородный и дифференцированный    | Реклама торговой марки                          | Автомобильная, сталелитейная промышленность |
| Абсолютная монополия                    | Одна фирма               | практически полный контроль               | На рынок вступить не возможно   | однородный нет близких заменителей | Реклама особого места компании в жизни общества |   |

Конкуренция – это соперничество между участниками рыночных отношений за лучшие условия и результаты производства, продажи и купли товаров и услуг.



# Характеристика видов конкуренции

| конкуренция      | субъекты                    | объекты и цель                               | предпосылки                               | результат   |
|------------------|-----------------------------|--|---|---|
| Внутриотраслевая | Предприятия одной отрасли   | Лучшие условия производства и сбыта          | Различия индивидуальной стоимости и сбыта | Рыночная цена на однородные товары, разорение неэффективных предприятий |
| межотраслевая    | Предприятия разных отраслей | Сфера наиболее прибыльного вложения капитала | Различные нормы прибыли в разных отраслях | Средняя норма прибыли и пропорциональность экономики                    |

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.

# Совершенная конкуренция возможна в условиях свободного рынка



Джоан Робинсон

видела в несовершенной конкуренции главную слабость капиталистической системы. Она считала, что компании получают больше прибыли, поддерживая более высокую цену, чем они могли бы иметь при совершенной конкуренции.





Э. Чемберлен

Признаки монополистической конкуренции:

- 1 предоставление дополнительных услуг покупателям;
- 2 гарантия обслуживания;
- 3 яркие красочные упаковки и др.



Олигополия характеризуется тем что на рынке господствуют несколько крупных фирм

Ценовая война – это цикл последовательных уменьшений цены конкурентами на олигополистическом рынке

Черты олигополии:

1 лидерство в ценах;

2 традиционность;

3 тайное соглашение конкурентов на стадии сбыта продукта (картель)

# Плоха не монополия сама по себе, а устранение ею конкуренции

Ф. Хайек

## Монополия

### «За»

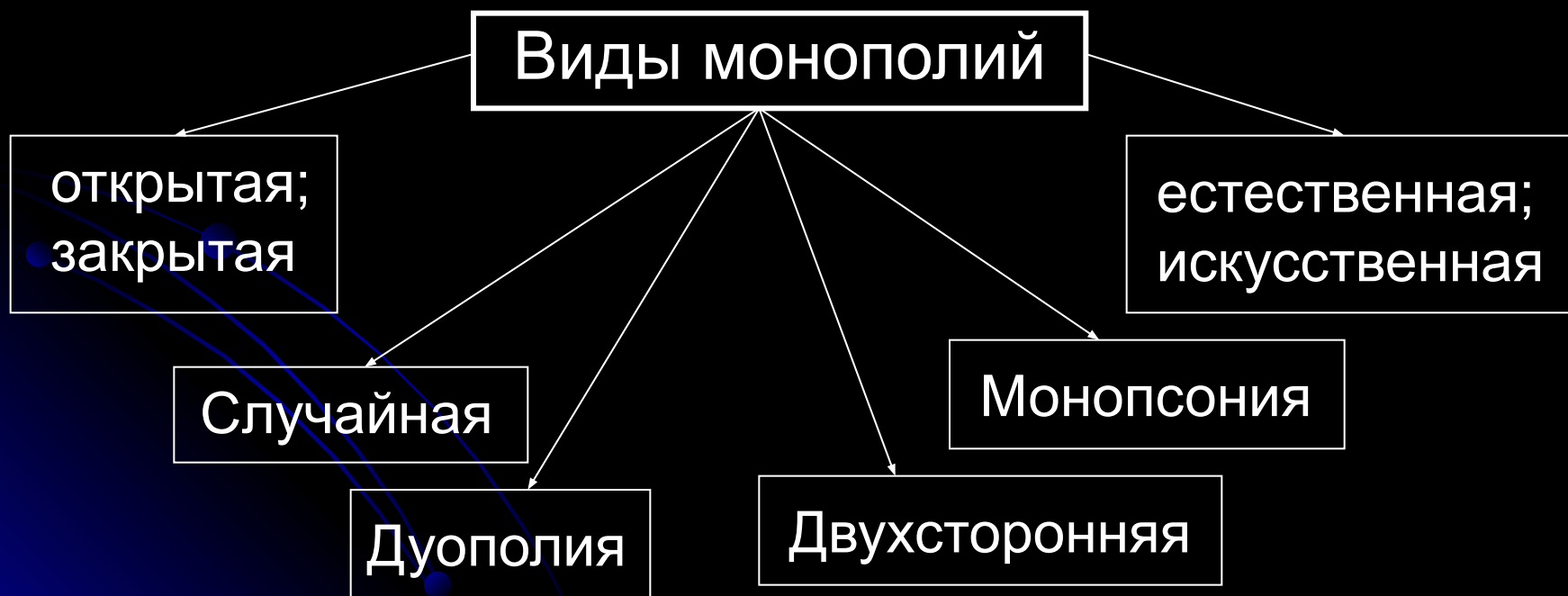
- 1 высококачественная продукция;
- 2 развитие научно-технического прогресса в производстве.

### «Против»

- 1 Усиление неравенства в доходах;
- 2 банкротство мелких предприятий и безработица;
- 3 нестабильность в социальной и политической сфере.

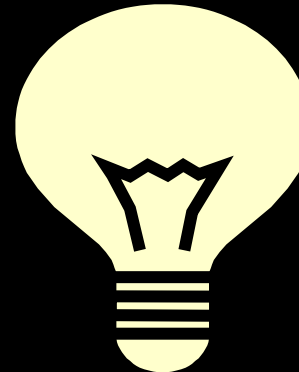
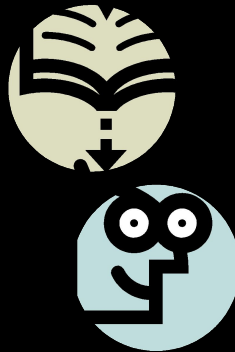
# Способы образования монополии:

- 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.



# Естественные монополии:

- 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)



*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.