Министерство образования РМ

Зубово – Полянский педагогический колледж

Компьютерная презентация по основам экономики на тему:

Виды рынков. Конкуренция и монополия.

Преподаватель: Кривоногова Л.П.

• Prezentacii.com

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	Количе- ство фирм на рынке	Степень контроля над ценами	Барьеры для вхождения в отрасль	Диффе- ренциация продукта	Не ценовая конку- ренция	Пример
Совершен- ная конкуренция	множество независи- мых	птсутствует, цены определяют- ся рынком	почти отсутствуют	однородный	отсутствунт	Сельское хозяйство
Несовер- шенная (монополис- тическая) конкуренция	Достаточно много	Ограниченна	Невелики	Дифферен- Цированный	Реклама особенностей продукта	Розничная торговля, закусочные, химчистки
Олигополия	Несколько фирм	Ограничена ценовой политикой фирмы- лидера	значительны	Однородный и дифферен- цированный	Реклама торговой марки	Автомобильная, сталилитейная промышленность
Абсолютная	Одна	практически	На рынок	однородный	Реклама	HOUTE

вступить не

возможно

нет близких

заменителей

особого места

компании в

общества

жизни

фирма

монополия

полный

контроль

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
Внутриотра- слевая	Предпрития одной отрасли	Лучшие условия производст ва и сбыта	Различия индивидуальной стоимости и сбыта	Рыночная цена на однородные товары, разорение не эффективных предприятий
межотраслевая	Предприя- тия разных отраслей	Сфера наиболее прибыльног о вложения капитала	Различные нормы прибыли в разных отраслях	Средняя норма прибыли и пропорциона-льность 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

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



Признаки монополистической конкуренции:

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



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»

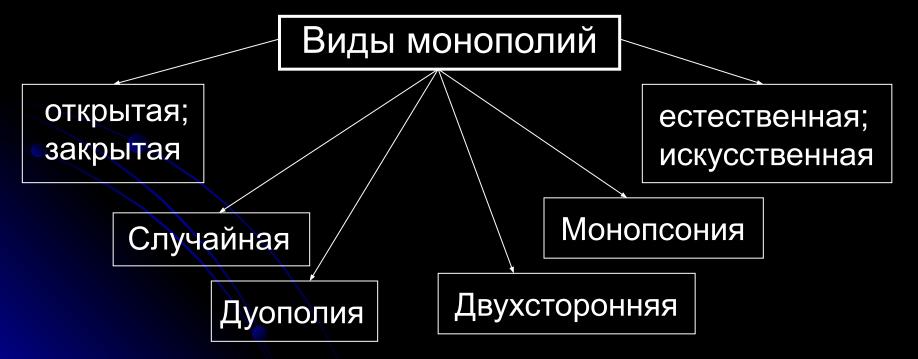
«Против»

- 1 высококачественная продукция;
- 2 развитие научнотехнического прогресса в производстве.

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

Способы образования монополии:

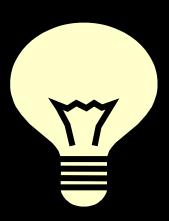
- 1 корнер скупка товара, складирование, продажа товара по завышенным ценам в условиях дефицита;
- 2 скупка акций тайное приобретение контрольного пакета акций какой-либо компании;
- 3 поглощение мелких фирм крупной.



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.

Prezentacii.com