

BUSINESS

Case 764
Monday, Jan 14, 2018
#Chrystian

Economy of the European Union

Standing is defined as the process of coming to a decision on a certain course of action for a certain product, making a good based strategy allows you to have a great advantage in getting a large increase in your market, companies have to be ready to your customers what they can have or expect from the products and services you offer.

Are you responsible for the product or the service? Are you offering a high-quality product or a low-quality, high-price product? It is possible to be both. You should consider in thinking about your customer what you can offer to them. The most important is the product or service you offer. The product or service you offer should be connected with your logo or brand.

Are you responsible for the product or the service? Are you offering a high-quality product or a low-quality, high-price product? It is possible to be both. You should consider in thinking about your customer what you can offer to them. The most important is the product or service you offer. The product or service you offer should be connected with your logo or brand.

Stock's stock at high

It is a process to allow an organization to focus resources on the greatest opportunities for success when and where the company's target.

Marketing strategy is a plan to increase sales and achieve the company's target. It includes all the activities and actions that a company's management and staff will take to achieve the company's target. The objectives of marketing strategy are to increase sales and achieve the company's target.

Marketing strategy is a plan to increase sales and achieve the company's target. It includes all the activities and actions that a company's management and staff will take to achieve the company's target. The objectives of marketing strategy are to increase sales and achieve the company's target.

US rate rise chances recede as jobs growth slows

Standing is defined as the process of coming to a decision on a certain course of action for a certain product, making a good based strategy allows you to have a great advantage in getting a large increase in your market, companies have to be ready to your customers what they can have or expect from the products and services you offer.

Category	Value
Category 1	Value 1
Category 2	Value 2
Category 3	Value 3
Category 4	Value 4
Category 5	Value 5

Модели рынка и их признаки

Подготовила студентка курса М-1

Немцева Диана

Преподаватель : Елена Николаевна

Что такое рынок



- Это система отношений, связывающих поставщика и потребителя этих товаров (услуг). Там же формируется цена, которая является **денежным выражением стоимости** продукта.





Источники рыночной власти

- 1. Доля фирмы в отраслевом предложении
- 2. Дифференциация продукта
- 3. Особые права, уникальность продукта
- 4. стратегическое взаимодействие-сговор

Economy of the European Union



Виды рынка

- Существует 4 модели
- Одна модель всегда будет помогать другой
- Отсутствие какой-либо из этих моделей всегда будет вызывать какие-либо сложности в государстве,
- либо не будет какой-то продукции,
- либо недостаточное поступление налогов в бюджет
- либо нехватка ресурсов...

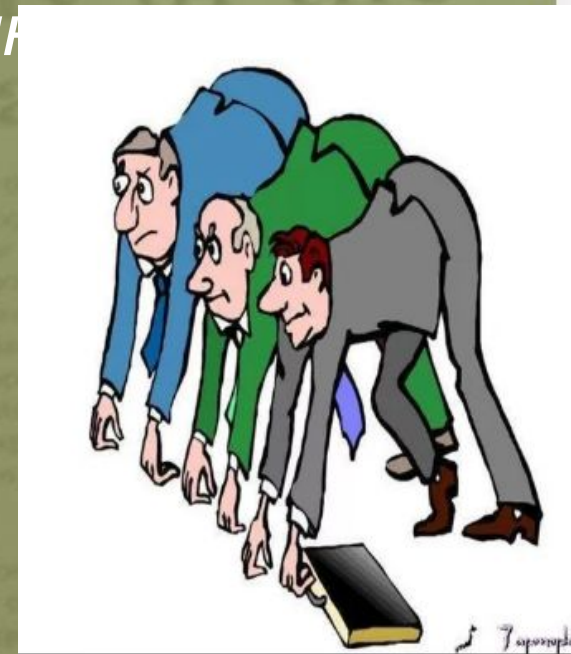
Модель рынка			
Чистая конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия



Полная или чистая конкуренция

- отрасль состоит из большого количества мелких товаропроизводителей — сотен и даже тысяч. Между ними возникает конкуренция, которую называют *чистой конкуренцией*, или *совершенно конкурентным рынком*.

Тип рынка	Количество		Вид товара	Уровень цен	Возможность проникновения на рынок	Возможность влиять на цену
	продавцов	покупателей				
Совершенная (чистая) конкуренция	Очень много	Очень много	Однородный, стандартный	Уровень рынка	Имеется	Незначительная





- Предприятий существует очень много и все они предлагают однотипную продукцию к низкой добавленной стоимостью
- В условиях такой модели нет контроля за ценами все определяет только спрос и предложение
- Очень легко войти в этот рынок и легко работать
- Это мелкие магазины и предприятия , мелкий бизнес (в какой-то степени малый) крестьянские хоз-ва службы сервиса



СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ





Монополистическая конкуренция

- это отрасль, в которой действует относительно большое количество фирм, выпускающих дифференцированную продукцию, между которыми существует ценовая и неценовая

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

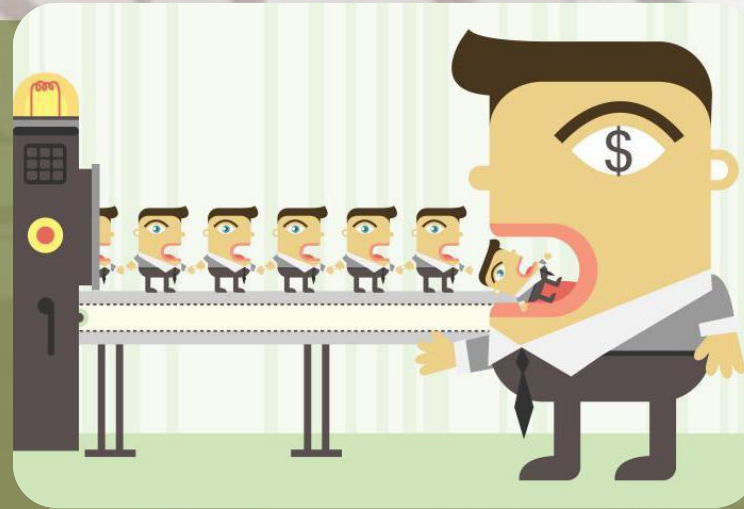


THE SHARP METHOD.—IT WORKS WITH ANY BOARD OF ALDERMEN.
THE SHARP METHOD—IL MOKKE MITH VNA BOVED OF VIDEREMEN



Признаки монополистической конкуренции

- Наличие значительного количества в отрасли небольших предприятий-производителей или продавцов. При этом они действуют независимо друг от друга.
- Производство дифференцированной продукции, когда фирмы выпускают неоднородные взаимозаменяемые товары, способные удовлетворять аналогичные потребности.
- Небольшая доля отдельных фирм на рынке, а следовательно, очень ограниченные возможности контроля над ценой продукции.
- Невозможность тайного сговора из-за большого количества предприятий.
- Отсутствие взаимозависимости между фирмами при установлении цен на рынке.
- Использование различных форм ценовой и неценовой конкуренции.
- Возможность сравнительно легкого вступления фирм в отрасль



	Монополистическая конкуренция
	3
Число фирм	Несколько десятков
Тип продукта	Дифференцированный
Контроль над ценой	В узком диапазоне
Условия вступления в отрасль	Сравнительно легкие
Неценовая конкуренция	Качество, ассортимент
Примеры	Сигареты, конфеты, одежда, обувь



Олигополия

- отрасль формируется из нескольких производителей, каждый из которых — довольно крупная фирма. Всего таких фирм 3—4,



OLIGOPOLY





Признаки олигополии

- - наличие на рынке небольшого числа крупных продавцов. Решение вопроса о ценах и объемах производства зависит от других фирм, работающих на этом рынке. Поэтому каждая фирма при определении цен и объемов производства должна учитывать решение фирм-конкурентов.
- - продукция олигополистических фирм может быть стандартизирована или дифференцирована. Стандартизированная продукция преобладает на рынке сырья и полуфабрикатов: руды, нефти, стали, цемента и др. Дифференцированная продукция – на рынках потребительских товаров, например, автомобилей
- вступление в олигополистический рынок дело сложное. Когда небольшое число фирм господствует на рынках, то вхождение, в этот рынок новых фирм крайне затруднено.

Характерная черта	
Чистая конкуренция	Олигополия
Число фирм	Несколько десятков
Тип продукта	Дифференцированный
Контроль над ценой	В узком диапазоне
Условия вступления в отрасль	Сравнительно легкие
Неценовая конкуренция	Качество, ассортимент
Примеры	Сигареты, конфеты, одежда, обувь



В условиях олигополистического рынка создается возможность тайного сговора, т.е. непосредственного или молчаливого соглашения о ценах, рынках сбыта, о недопущении конкурента на рынок. Тайные сговоры могут принимать ряд форм.

Картель - письменное соглашение о ценах и производстве, о разделе рынка.

- **Лидерство в ценах** - с помощью этой формы олигополисты могут координировать свои действия в области цен, не вступая в прямой сговор. Формальные соглашения и нелегальные встречи при этом не предусматриваются.

CARTEL™



Монополия

- крупное предприятие, контролирующее производство и сбыт одного или нескольких видов продукции;
- это структура, при которой на рынке отсутствует конкуренция, и функционирует одна фирма.
- Она производит уникальный, не имеющий аналогов продукт и защищена от вхождения на рынок новых фирм.
- Первые в истории монополии создавались сверху санкциями государства, когда одной фирме давалось привилегированное право торговли тем или иным товаром.





Современные монополии могут быть созданы:

- По закону – правительство может установить монополизацию одной фирмы, запретив другим выходить на рынок. Большинство национальных отраслей - законные монополии.
- Путем конкуренции - ожесточенная конкуренция вытесняет более слабые и менее эффективно работающие компании с рынка, т.е. одна компания станет доминировать в отрасли.
- Путем слияния и поглощения несколько относительно крупных компаний в одной отрасли могут создать монополию.
- Путем создания картеля. Картель в определенной отрасли создается, несколько ранее независимыми фирмами путем соглашения о цене, количестве производимой продукции. Организация стран-экспортеров нефти (ОПЭК) - один из видов картеля.
- Владея ограниченными природными ресурсами. Владельцы месторождений некоторых редких природных ресурсов будут занимать на рынке монопольное положение





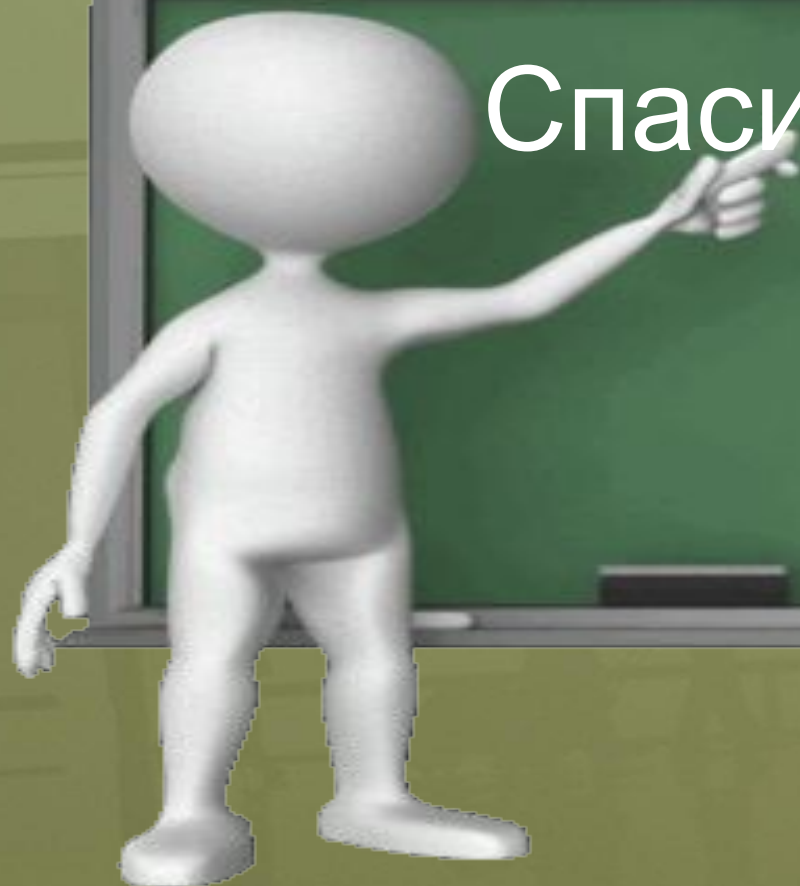
С учетом охвата экономики выделяется такие виды монопольных объединений

- В масштабе определенной отрасли – **чистая монополия**. В этом случае действует один продавец, доступ на рынок для других конкурентов закрыт. Продавец имеет полный контроль над количеством товара, предназначенного для продажи и его ценой.
- В масштабе национального государства – **абсолютная монополия**. Она находится в руках государства или его хозяйственных органов.





Спасибо за внимание



	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм в отрасли	Много	Несколько	Одна
Вид продукта	Дифференцированный	И дифференцированный, и однородный	Уникален
Способность влиять на рыночную цену	В пределах рыночной ниши	Ограничена взаимной зависимостью и значительна при тайном сговоре	Диктует цену
Барьеры для вхождения в отрасль	Отсутствуют	Значительны	Вхождение заблокировано
Неценовая конкуренция	Существенна	Значительна	Нет нужды в ней