



ТЕМА Семинара:

Конкуренция и модели современного рынка



Цель урока:

- определить понятие и сущность конкуренции ;
- определить формы и виды конкуренции;
- дать характеристику моделей современного рынка.
- Пройти тестирование знаний по теме

Рыночный механизм



- Ценовой сигнал.
- Спрос на товары, предъявляемый потребителями, и предложение товаров и услуг со стороны производителей.
- Конкуренция

Конкуренция -

- Соперничество между участниками рыночных отношений за лучшие условия производства, продажи и купли товаров.



Сущность конкуренции



заключается в свободе
выбора экономических
решений участниками
рыночных отношений
в условиях соперничества
за получение
максимальной прибыли и
личной выгоды.

КОНКУРЕНЦИЯ -

это живительная сила
рыночной экономики .

Она служит мощным
стимулятором роста
производства и
повышении его
эффективности.



Для возникновения конкуренции необходимо:

Большое количество
продавцов
и покупателей,
имеющих
свободный
доступ на рынок

Конкуренция

Отсутствие преград
(экономических,
юридических,
политических
социальных) для
мобильности
ресурсов

Доступность
информации о
предложении и
спросе,
ценах,
норме прибыли

Виды и формы конкуренции

По методам
осуществления

Ценовая

Неценовая

По отраслевой
принадлежности
и

Внутри-
отраслевая

Межотраслев
ая

По степени
свободы

Свободная
(совершенн
ая)

Монополисти-
ческая
(несовершен
ная)

Методы конкуренции

Ценовая

Снижение цен.
Скидки и премии.
Дешевые распродажи.

Неценовая

Качество и надежность.
Дополнительные гарантии.
Особое оформление.

Модели современного рынка

Совершенная
конкуренция

Монополистическая
конкуренция

Олигополия

Чистая
МОНОПОЛИЯ

Несовершенная
конкуренция



По каким критериям мы будем различать рыночные структуры, которые сложились в тех или иных отраслях?

- Количество фирм, представленных на рынке.
- Характер производимой продукции (Стандартная или разнообразная).
- Наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в данную отрасль или выхода из нее.
- Степень доступности экономической информации.

Совершенная конкуренция



Много продавцов
и покупателей

Всегда можно точно
узнать, по какой цене
продает товар тот или
иной продавец.

Ничто и никто
не мешает
новым фирмам войти
на рынок, а старым-
уйти с него.

Товар является однородным
и у всех продавцов имеет
примерно одинаковое
качество: зерно, цемент,
бензин.

Монополистическая конкуренция

Относительно большое число производителей

Контроль над ценами ограничен возможностью замены товара.

Наличие на рынке похожей, но не идентичной (с точки зрения покупателей) продукции. Каждая фирма продает особый товар, который отличается качеством, оформлением, престижностью.

Вступление в монопольный рынок- свободное; для этого необходимо наличие начального капитала, большего, чем при совершенной конкуренции



Олигопол

ия

Наличие конкуренции
нескольких крупных
фирм (три – пять)

Использование
ценовой
и неценовой конкуренции:

- «жесткость» цен,
- скрытый договор,
- соглашение о
специализации и
кооперации.

Предложение однородной
(руда, нефть, сталь,
цемент) и
дифференцированной
(автомобили и др. товары)
продукции

Вступление других фирм
в олигопольный рынок
затруднено.

Монополи

Я

Наличие одного
продавца

Полный контроль объема
предложений товара и
цен

Производство товаров,
не имеющих
заменителей

Наличие непреодолимых
барьеров (авторское
право, лицензии,
патенты) для потен-
циальных участников
рынка

Повторим основные понятия

- Рыночный механизм
- Конкуренция
- Ценовая конкуренция
- Неценовая конкуренция
- Совершенная конкуренция
- Монополистическая конкуренция
- Олигополия
- Монополия

Какой из приведенных ниже признаков отличает положение товаропроизводителя в конкурентной области и в монополизированной:

- товаропроизводитель максимизирует прибыль при условии, что предельные издержки равняют предельной выручке;
- + линия спроса является абсолютно эластичной;
- кривые предельных и средних издержек - дугообразные;
- объем производства, который максимизирует прибыль, определяется абсциссой точки пересечения кривых предельных издержек и предельной выручки;
- линия спроса является абсолютно неэластичной.

В отличие от конкурентной фирмы монополист стремится:

- +производить продукции меньше, а цену устанавливать выше;
- максимизировать прибыль;
- устанавливать цену, которая отвечает неэластичной части линии спроса;
- производить продукции больше и повышать цену.

Ценовая дискриминация - это:

—повышение цены на товар
высшего качества;

+продажа того же товара по
разным ценам разным
покупателям;

—установление разных цен на
товары в зависимости от
величины партий закупки;

—снижение цены на сезонные
товары в конце сезона;

— продажа того же товара по
ценам производителя разным
покупателям.

Монополист, который желает максимизировать прибыль, всегда производит такой объем продукции, при котором спрос:

—неэластичен или единичной эластичности;

+эластичный или единичной эластичности;

—единичной эластичности;

—монополист не принимает во внимание эластичность спроса;

При монопольном производстве продукции $МК=10$ д. ед., $АТС = 22$ д. ед., $МС = 35$ д. е. Для максимизации прибыли нужно:

- увеличить объем производства и снизить цену;
- +уменьшить объем производства и повысить цену;
- повысить цену при постоянном объеме производства;
- повысить цену при увеличении объема производства.
- увеличить объем производства и повысить цену.

Монополист, который максимизирует прибыль, будет снижать цену на свою продукцию, если:

- снижаются средние издержки;
- увеличиваются издержки на рекламу;
- +маржинальный доход от реализации превышает предельные издержки;
- снижается спрос на его продукцию;
- предельная выручка превышает средние издержки.

Что из приведенного ниже
характеризует олигополию, а
не конкурентную рыночную
структуру?

- много покупателей;
- покупатели хорошо
проинформированы;
- +несколько продавцов;
- фирмы максимизируют
прибыль;

Если предприятие ожидает,
что при снижении или
повышении им цены все
другие участники рынка
сделают то же самое, то оно:

- имеет дело с жесткой
ценовой конкуренцией;
- +имеет ломанную кривую
спроса;
- является ценовым лидером
рынка;
- является наиболее
эффективным предприятием в
области.
- имеет колоколообразную
кривую спроса.

На рынке с открытой информацией,
возможностью заключения соглашений
доверия и свободным вступлением картель
может установить полную монополию:
—и в краткосрочном, и в долгосрочном
периодах;
+в краткосрочном, но не долгосрочном
периоде;
—в долгосрочном, но не в краткосрочном
периоде;
—только при условиях дуополии Бертрана, а не
Курно.

Долгосрочное равновесие на рынках монополистической конкуренции означает, что:

—рыночные цены равны минимальному значению долгосрочных средних издержек;

+предприятия не получают экономической прибыли;

—цены равны предельным расходам;

—все производственные мощности задействованы;

—все производственные мощности не задействованы.

Монополистическая
конкуренция возникает на
рынках тех товаров, где
эластичность спроса:
– как правило, низкая;
– приблизительно равна
единице;
+ как правило, высокая;
– может быть любой.

Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют следующие схожие черты:

- выпускаются однородные товары;
- цена превышает предельные издержки;
- +нет барьеров для вступления конкурентов в отрасль;
- эластичность спроса на продукт ниже, чем в условиях чистой монополии;
- цена превышает размер средних издержек.

В условиях
монополистической
конкуренции предельная
выручка всегда:

- превышает цену;
- +равна цене;
- ниже цены;
- не зависима от цены;
- равна затратам.

Предприятия на рынке монополистической конкуренции имеют ограниченный контроль по ценам из-за:

- +большого количества конкурентов;
- невозможности из-за объема предложения изменить рыночную ситуацию;
- относительно малой доли на рынке;
- различных уровней доходов потребителей.

Какой инструмент конкурентной борьбы наиболее распространен на рынке монополистической конкуренции?

- изменение объемов предложения при постоянной цене;
- выбор определенного уровня цены и объема предложения;
- +внедрение политики широкой дифференциации товаров и не ценовой конкуренции;
- приспособление к постоянной эластичности спроса;

С точки зрения общего равновесия, монополист, который максимизирует собственную прибыль, достигает:

- эффективного производства, но неэффективного распределения;

- эффективного распределения, но неэффективного производства;

- эффективного производства и эффективного распределения;

- +ни эффективного производства, ни эффективного распределения;

- экономический оптимум производства.