

Наименее кв. монополия (один продавец)
и монополия. Наименее кв. монополия

Наименее кв. монополия (один продавец)
и монополия. Наименее кв. монополия

Наименее кв. монополия (один продавец)
и монополия. Наименее кв. монополия

Вид. монополия:

1) Рынок: рынок продавца и рынка покупателя

Вид: - общий рынок - D_1
- рынок - D_2 (спрос)

$D_1 < D_2$ - дефицит

$D_2 > D_1$ - избыток

2) Конкуренция - это борьба или соперничество между производителями товаров и услуг за получение максимальной прибыли при наименьших затратах.

Конкуренция - это борьба или соперничество между производителями товаров и услуг за получение максимальной прибыли при наименьших затратах.

3) Конкуренция - это борьба или соперничество между производителями товаров и услуг за получение максимальной прибыли при наименьших затратах.

16.10.15 Стр. 3.

①

Целевые
задачи

60-70%

②

Расчет УКС

Объем оборудования
всего казенов

численность персонала
показатели эффективности

③

Расчет УКС

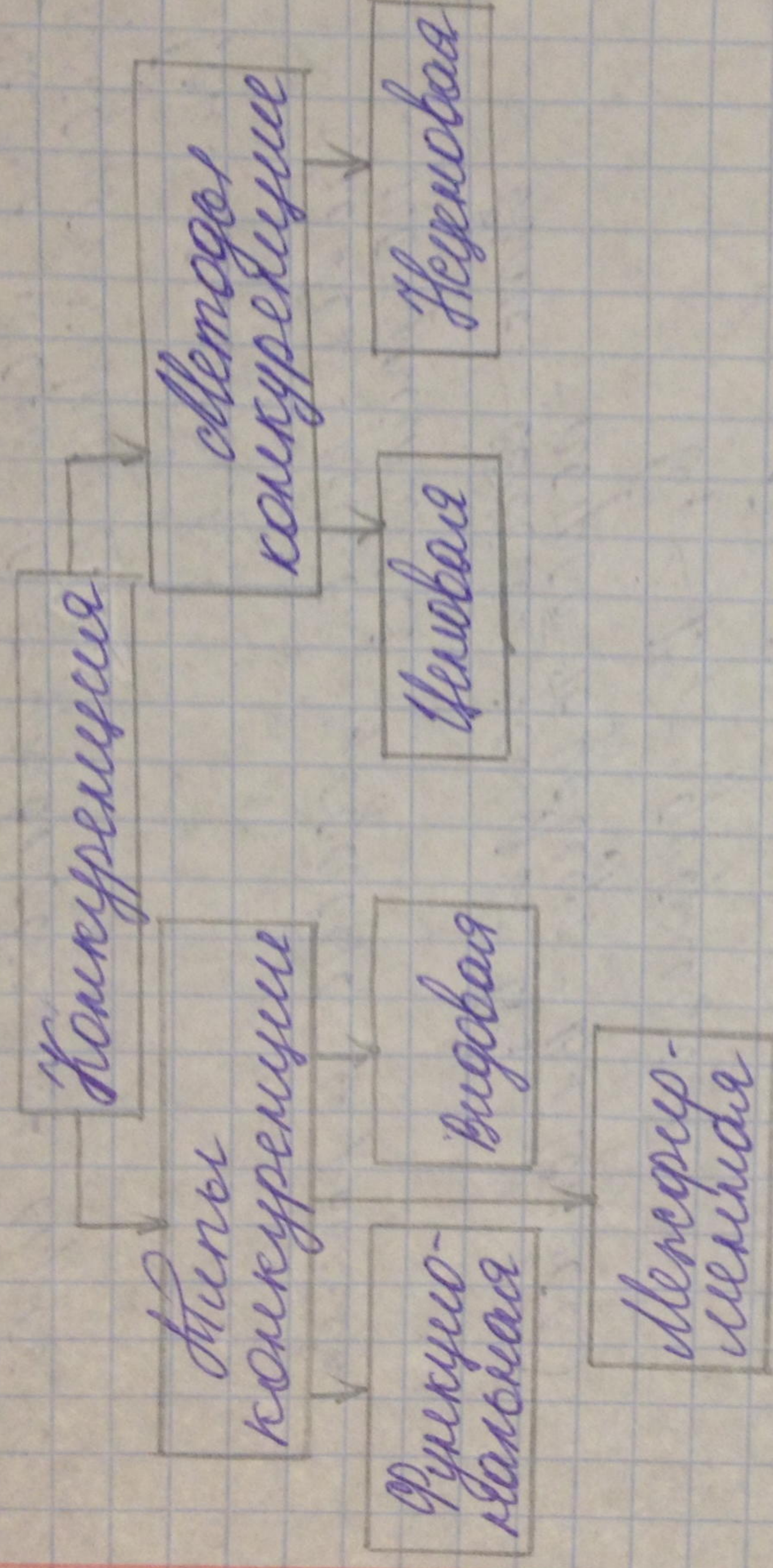
По укрупненным
показателям

④

Выбор конкурентоспособного
варианта

Лекция №2. 11.09.15.

Конкуренция и конкурентоспособность. Виды конкуренции в предпринимательстве.



Функциональная конкуренция — между производителями услуг

Пример: электронная и бумажная почта.

Видовая конкуренция — между производителями и операторами аналогичных услуг. Пример: стационарная и сотовая связь.

Средств-материалов конкуренция — между

ду производителями односторонней
цены. Пример: сотовые операторы
"Билайн", "Мобильные ТелеСистемы".

Ценовая конкуренция — соперни-
чие тарифов (демпинг). Бюджет: при-
ток новых абонентов. Меню: стоимо-
сти услуг от каждого абонента.

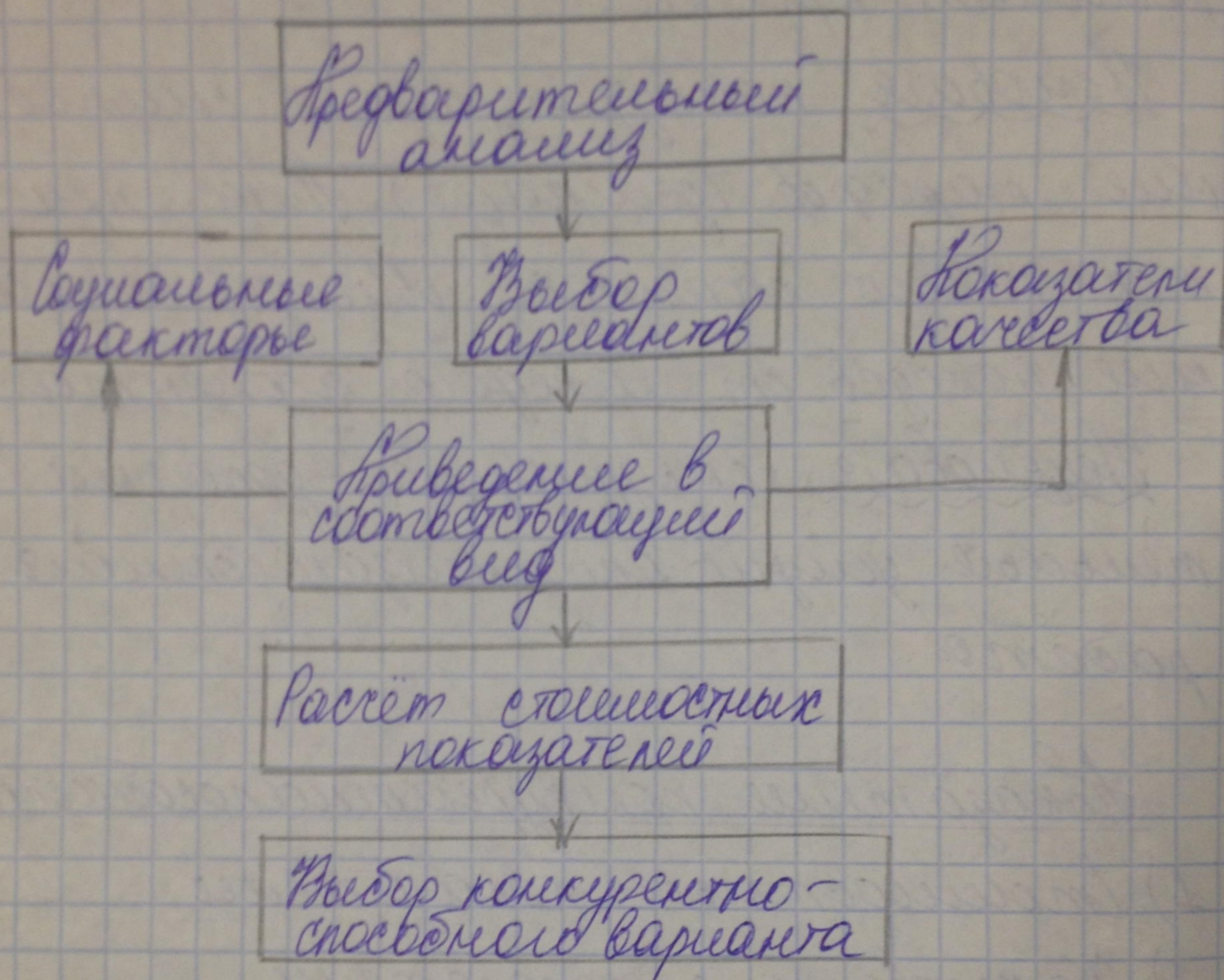
Неценовая конкуренция — дополни-
тельные услуги, оптимизация стоимо-
стей.

Показатели конкурентоспособности:

- 1) Стоимостные показатели
- 2) Качественные показатели

Критерии ЦП и КП отделе-
ние соответствующим приказом
или министерства.

Критерии выбора конкурентоспособного варианта



Лекция № 3. 18.09.2015.

Оценка спроса на услуги информации

Основные понятия:

- А - потребность
- В - спрос (натурально-денежный спрос)
- С - потребление

Этого

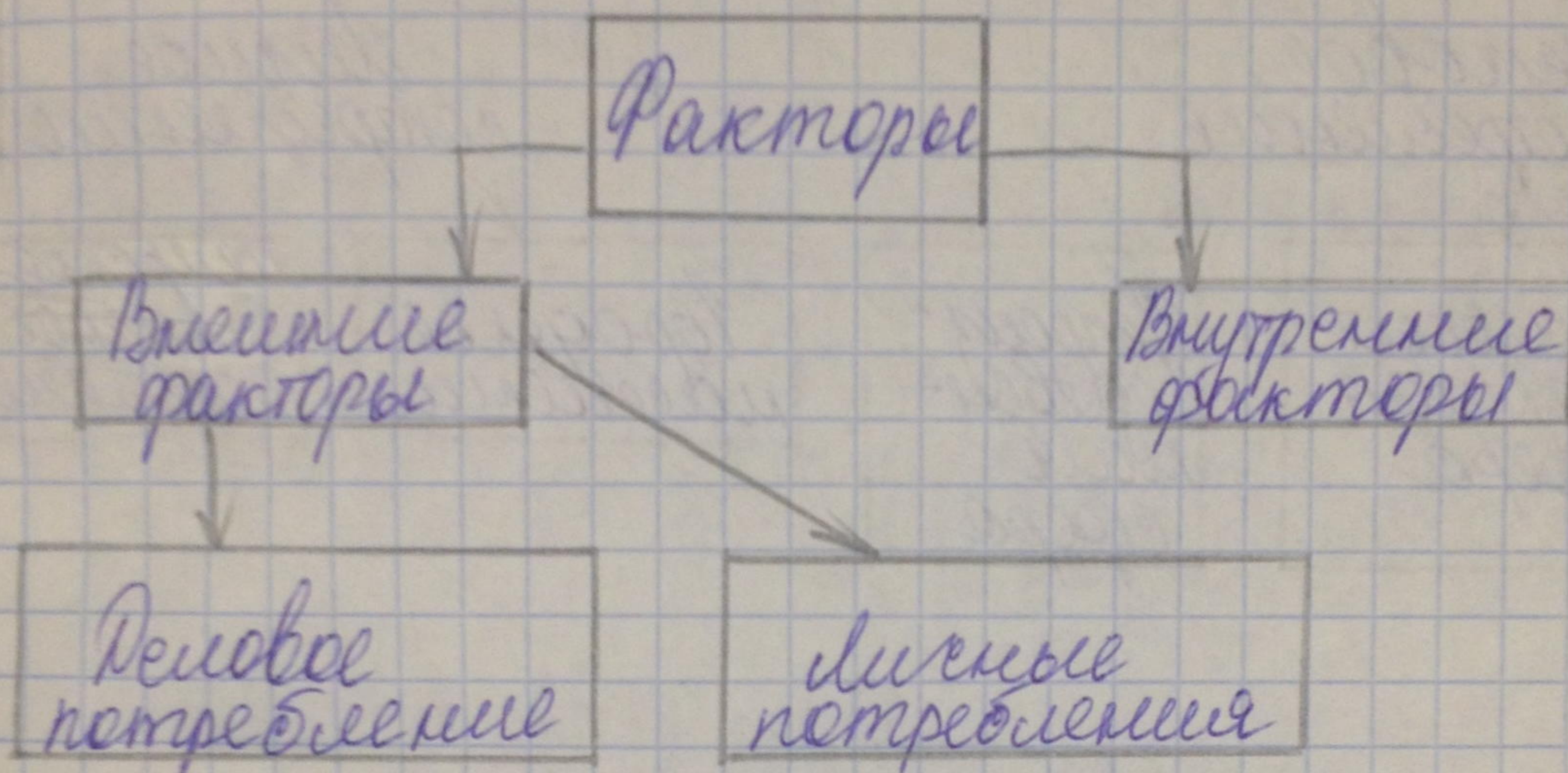
Возможные соотношения:

$$A \supset B \supset C$$

$$A = B = C$$

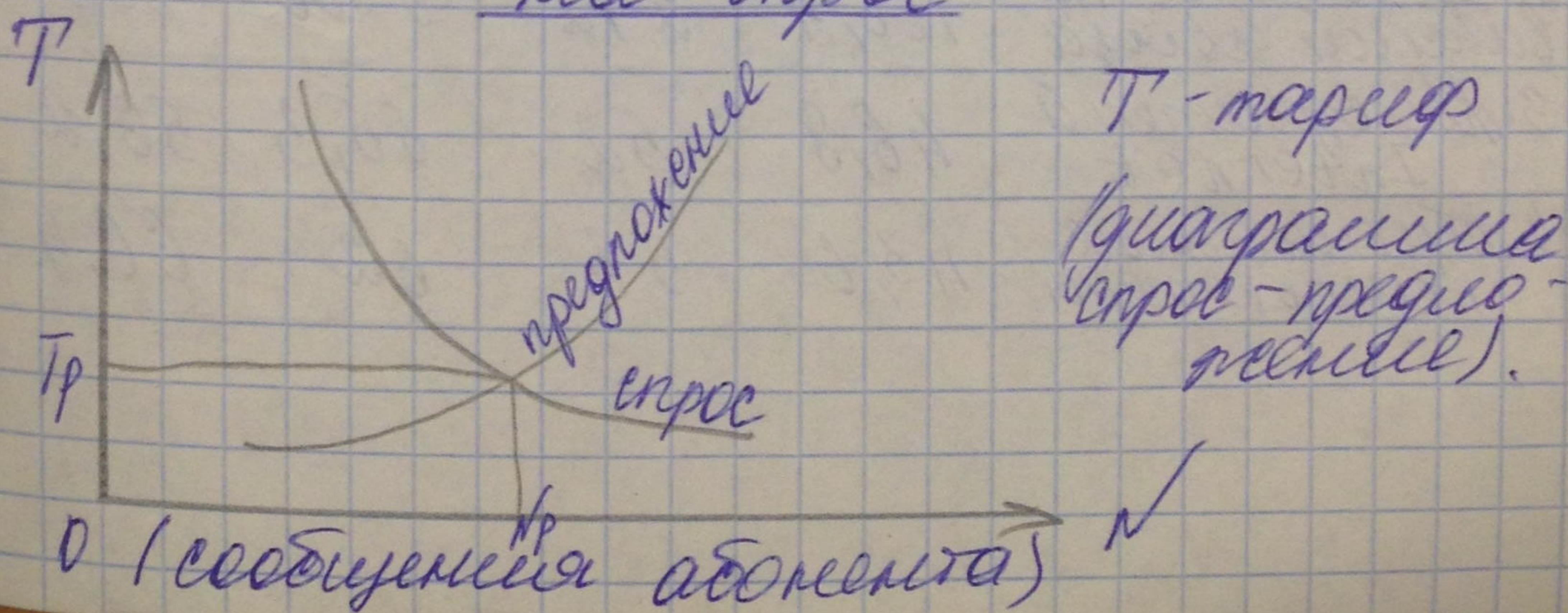
Факторы, влияющие на спрос

затем
ства

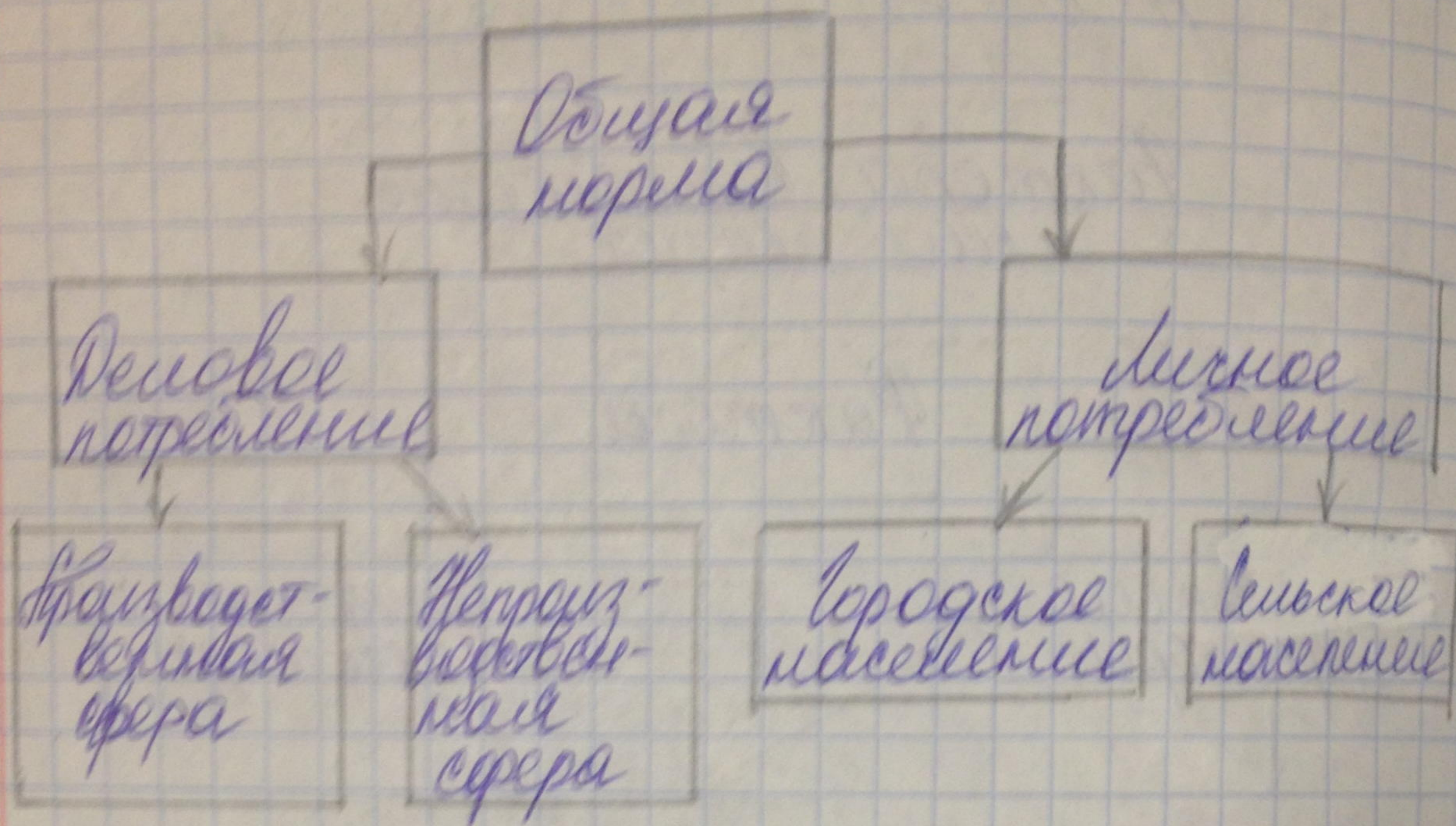


Еще один фактор: внешние уровни действующих тарифов.

Влияние действующих тарифов на спрос



Система дифференцирования показателей потребления услуг

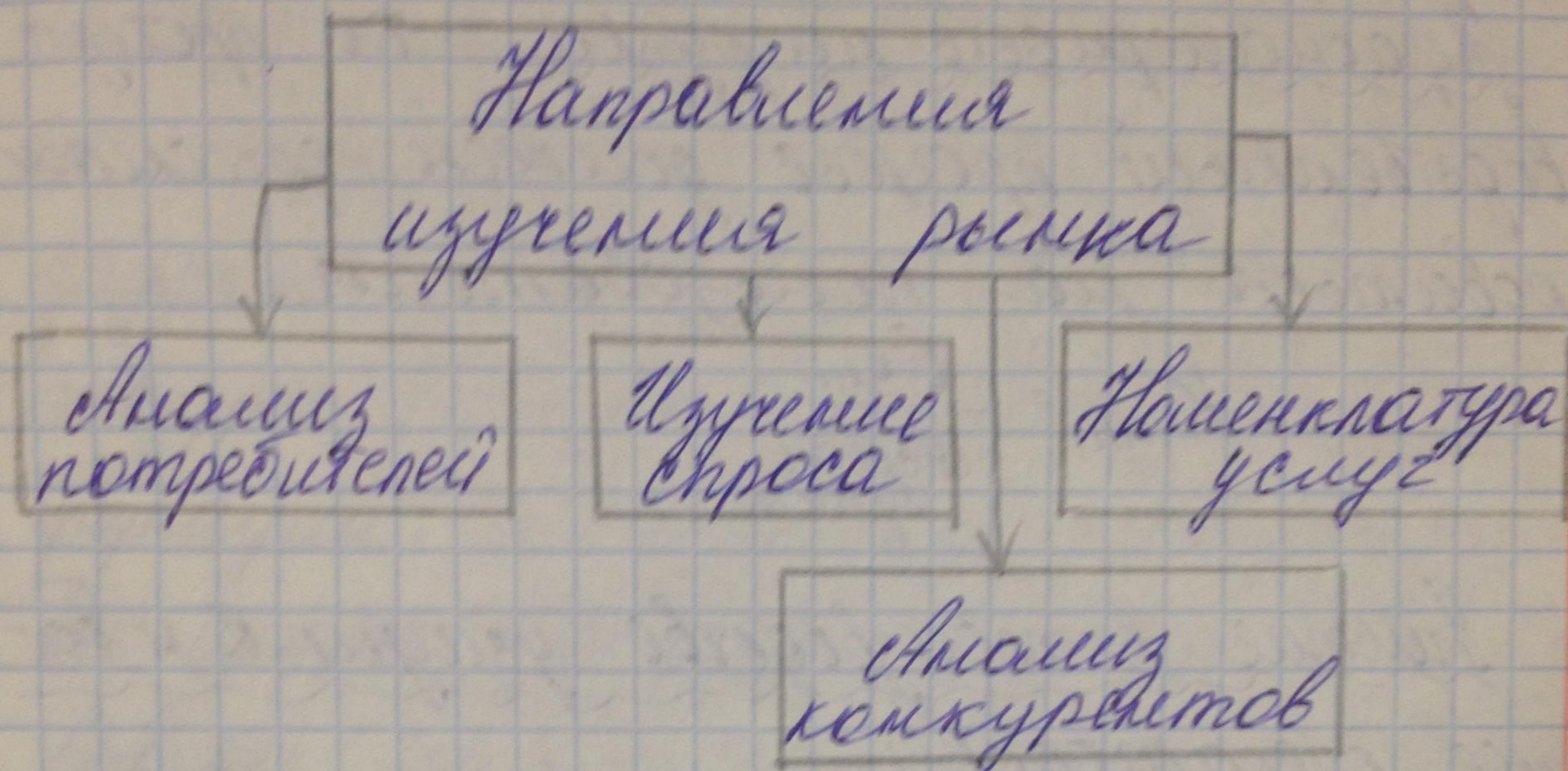


Прогноз показателей развития широкополосной

Показатели	Факт		Прогноз	
	2010 г.	2014 г.	2020 г.	2030 г.
1. Тел. аппараты фиксир. связи	31,4	29,6	28,2	26
2. Криминалы по вынужд. связи	166,4	272	290	300
3. Компьютеры Internet	46,8	52	55,3	56,2
4. Персональные компьютеры	43,6	53	62	66,4

25.09.2015. Лекция № 4.

Основные характеристики рынка информационных услуг.



Особенности услуг в информационных услугах:

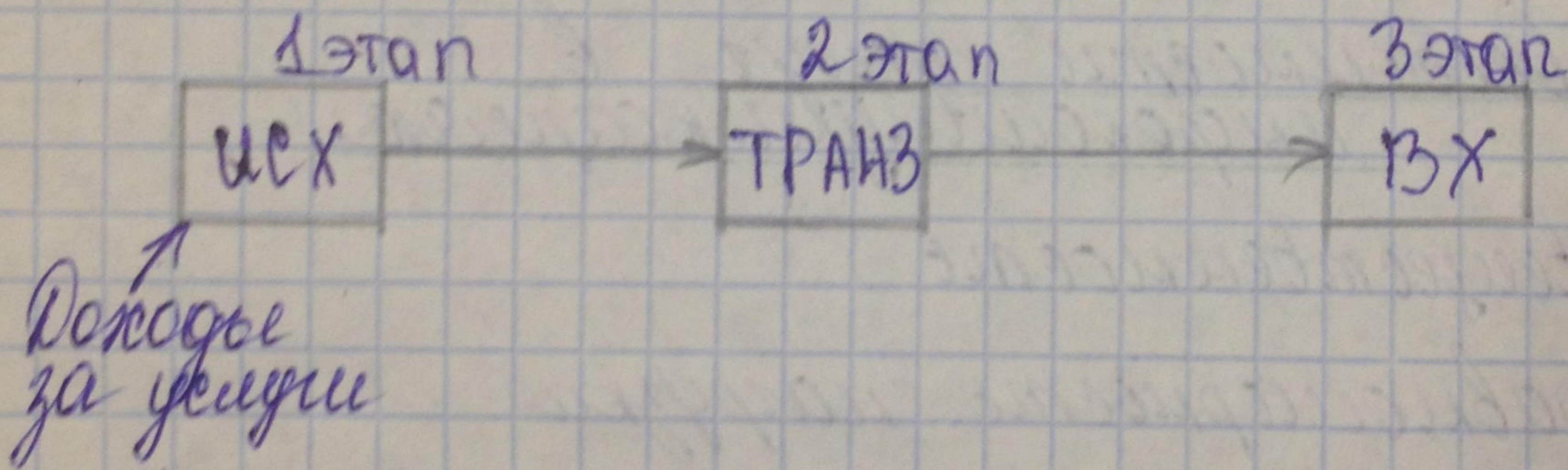
- 1) Невещественность
- 2) Неравномерность нагрузки
- 3) Неразрывность процессов производства и потребления
- 4) Участие в производстве услуг 2 и более операторов
- 5) Основные формы предоставления услуг
- 6) Альтернативность предоставления услуг.

Неизвестность — цена в отношении от товара предоставляется, т.е. она неизвестна.

Неравномерность нагрузки — т.е. производственный процесс должен ориентироваться на пользователя.

$$K_{\text{чнн}} = \frac{Q_{\text{чнн}}}{Q_{\text{среднее}}}$$

Участие в производстве услуги и б-е операторов:



Возникает задача распред-я доходов за услуги между участниками производственного процесса.

02.10.2015. Лекция №5.

РР - продвижение товара/услуг.

Требования к пр.з.: формат А4; 1,5пт-
междустрочный интервал; эл. вариант
не показывать!; Тит. лист: расчетное
задание по дисциплине МВ ОЧК;
табл., рис., формулы - ГОСТ; содержание;
формула: расшифрована, подставить
все цифры, единицы измерения;
выводы; предварительная оценка работ
НЕ предусматривается; после заверше-
ния всей работы производится само-
проверка.

04.12. - последний срок сдачи задания

Во четверг 14:30 можно прийти.