

Конкуренция. Типы рыночных структур.

Конкуренция

Совершенная конкуренция

Монополистическая конкуренция

Олигополия

Монополия

Естественная монополия

Государственное регулирование монополии

Конкуренция



concurrentia (лат) – столкновение, состязание

Конкуренция

- **Между кем?** – между производителями однотипных товаров, услуг.
- **За что?** – за привлечение как можно большего числа покупателей.
- **Во имя чего?** – для получения максимальной прибыли.



Конкуренция

Для возникновения конкуренции необходимо:

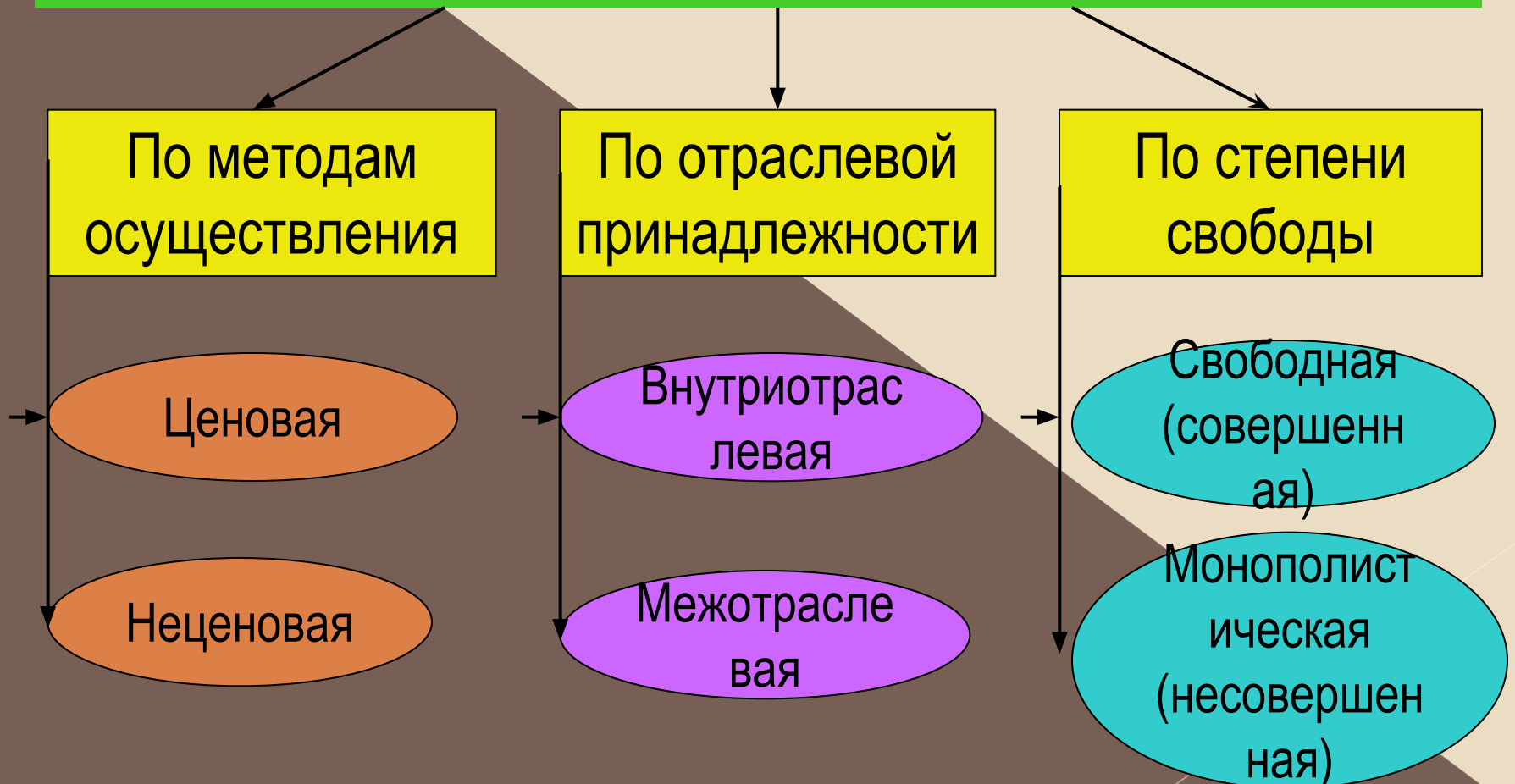
Отсутствие преград
(экономических,
юридических,
политических
социальных) для
мобильности
ресурсов

Доступность
информации о
предложении и
спросе,
ценах,
норме прибыли

Большое
количество
продавцов
и покупателей,
имеющих
свободный
доступ на рынок

Конкуренция

Виды и формы конкуренции



Конкуренция

Методы конкуренции

Ценовая

Снижение цен.
Скидки и премии.
Дешевые распродажи.

Неценовая

Качество и надежность
Дополнительные гарантии
Особое оформление
Реклама

Конкуренция

Степень свободы конкуренции

Совершенная

(идеальный рынок)

полиполия

Несовершенная

Монополистическая конкуренция

Олигополия

Монополия

Монопсония

Рыночная структура

Рыночная структура – это совокупность отражающих отраслевые особенности признаков рыночной организации, обуславливающих способ установления цены и объема выпуска, а также определяющих характер взаимодействия фирм отрасли.

Типология рыночных структур базируется на ряде параметров, которые определяют признаки отраслевого рынка. Это:

- численность продавцов и их рыночные доли,
- степень дифференциации продукта,
- условия вступления в отрасль и выхода из нее,
- степень контроля производителей над ценами,
- характер поведения фирм.

Экономические барьеры

- низкие издержки производства за счет увеличения масштаба производства;
- закрыт доступ к материальным ресурсам и другим факторам в силу отсутствия их на свободном рынке;
- реклама.

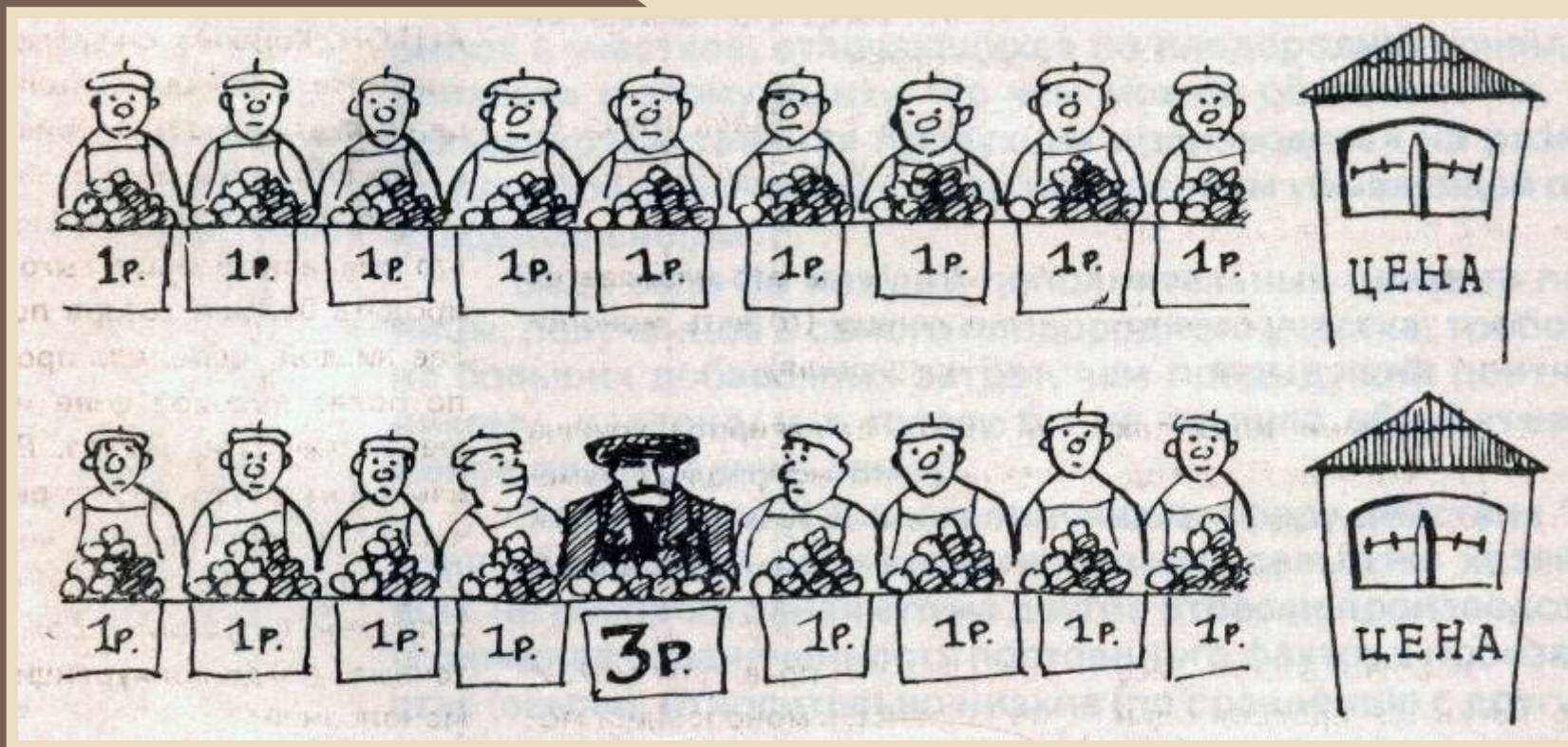
Юридические барьеры

**Юридические барьеры непреодолимы,
т.к. связаны с уголовным наказанием**

- Производство товара защищено патентом, авторским правом, лицензией, товарным знаком.
- Исключительное право заниматься данным видом деятельности (производство алкогольных напитков, табака, монополия внешней торговли).
- Государственная регистрация отдельных видов деятельности.

Совершенная конкуренция

Рынок с множеством равноправных продавцов, предлагающих однородную продукцию, где отсутствуют входные барьеры в отрасль, и продавец практически не влияет на рыночную цену



Совершенная конкуренция

- Много продавцов и покупателей
- Всегда можно точно узнать, по какой цене продает товар тот или иной продавец.
- Товар является однородным и у всех продавцов имеет примерно одинаковое качество: зерно, цемент, бензин.
- Ничто и никто не мешает новым фирмам войти на рынок, а старым - уйти с него.

Совершенная конкуренция

Примеры рынка:

Книжные интернет-магазины, ларьки.

Мировой рынок мороженой рыбы по своим условиям близок к условиям совершенной конкуренции. На долю одной фирмы, занимающейся уловом рыбы, приходится 0,0000107% мирового улова рыбы. Это значит, что увеличение объема добычи рыбы одной фирмой даже в 2 раза привело бы к снижению мировой цены на рыбу всего на 0,00254%, т. е. практически не повлияло бы на ее уровень.

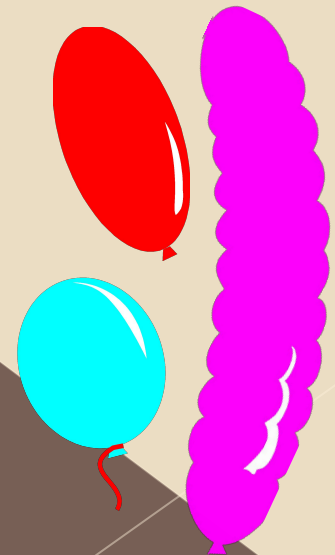
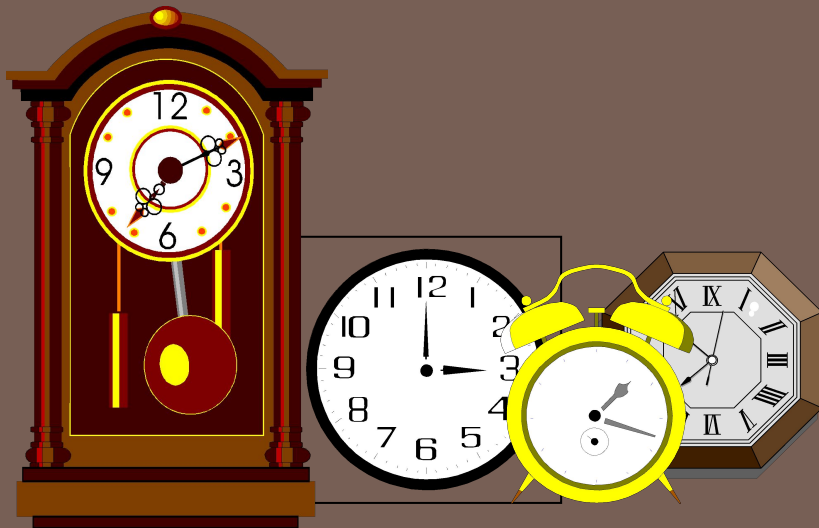
Сельское хозяйство также считают одной из отраслей, наиболее близких к совершенной конкуренции.

Совершенная конкуренция



Монополистическая конкуренция

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



Монополистическая конкуренция

- Относительно большое число производителей
- Предлагается похожая, но не идентичная (с точки зрения покупателей) продукции. Каждая фирма продает особый товар, который отличается качеством, оформлением, престижностью.
- Контроль над ценами ограничен возможностью замены товара
- Вход на рынок свободный зависит от начального капитала

Монополистическая конкуренция

Примеры рынка:

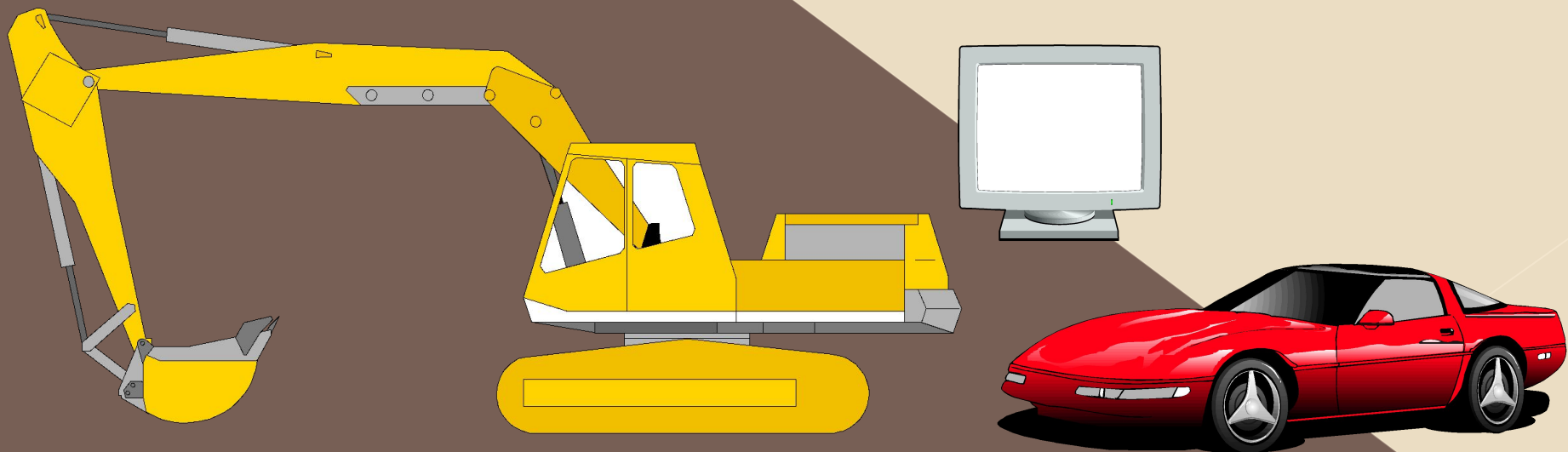
Рынок зубной пасты, рынки мыла, шампуней, дезодорантов, кремов для бритья, витаминов, лекарств и многих других товаров, выставленных на продажу в аптеках, являются рынками монополистической конкуренции.

Рынки лыж, теннисных ракеток, велосипедов и других спортивных товаров тоже монополистически конкурентны.

Товары, продаваемые в различных магазинах розничной торговли, конкурируют между собой за счет разницы в услугах в соответствии с местонахождением, доступностью товаров, опытом продавцов, условиями кредита и т. п.

Олигополия

Рынок, где господствует несколько крупных фирм,
Вход в отрасль для соперников крайне затруднено
При олигополии возможен ценовой сговор или
Ориентирование на цены лидера



Олигополия

- Конкуренция нескольких (3-5) крупных фирм
- Предложение однородной (руда, нефть, сталь, цемент) и дифференцированной (автомобили и др. товары) продукции
- Использование ценовой и неценовой конкуренции:
 - «жесткость» цен,
 - скрытый договор,
 - соглашение о специализации и кооперации.
- Вступление других фирм в олигопольный рынок затруднено

Олигополия

Примеры рынка:

На рынке алюминия продукт является стандартизированным, В США доминируют "Alcoa", "Reynolds" и "Kaiser".

Автомобили, сигареты и пиво, выпуск мыла и моющих средств - являются примерами дифференцированных товаров, чьи рыночные структуры - олигополистические.

На рынке кинопоказа: 3-8 торговоразвлекательных комплексов в крупном российском городе занимают позиции олигополистов в своих сегментах рынка.

На рынке мобильной связи — 3 игрока с совокупной долей в 87 % и на рынке соков — 4 игрока с долей в 87 %.

Монополия

Рынок, где имеется только один производитель, который полностью контролирует объем производства, влияет на цену.

Монополия – главный враг конкуренции.



Монополия

- Один продавец
- Производство товаров, не имеющих заменителей
- Полный контроль объема предложений товара и цен
Верхний предел цен ограничен только покупательной способностью.
- Наличие непреодолимых барьеров для потенциальных участников рынка (авторское право, лицензии, патенты)

Монополия

Примеры рынка:

В маленьком городе существует одна электростанция, одна железная дорога, единственный аэропорт, один банк, одно крупное предприятие, один книжный магазин и т. д. В маленьких городках может быть единственный терапевт или единственный зубной врач. В США 5% ВВП создается в условиях, близких к чистой монополии.

Компания «**Де Бирс**», уже давно монополизировала крупнейшие алмазные рудники в Южной Африке и потому контролирует мировой рынок алмазов. На «De Beers Consolidated Mines, Ltd., of South Africa» приходится около 85% годовых продаж алмазов.

Монополия

Примеры рынка:

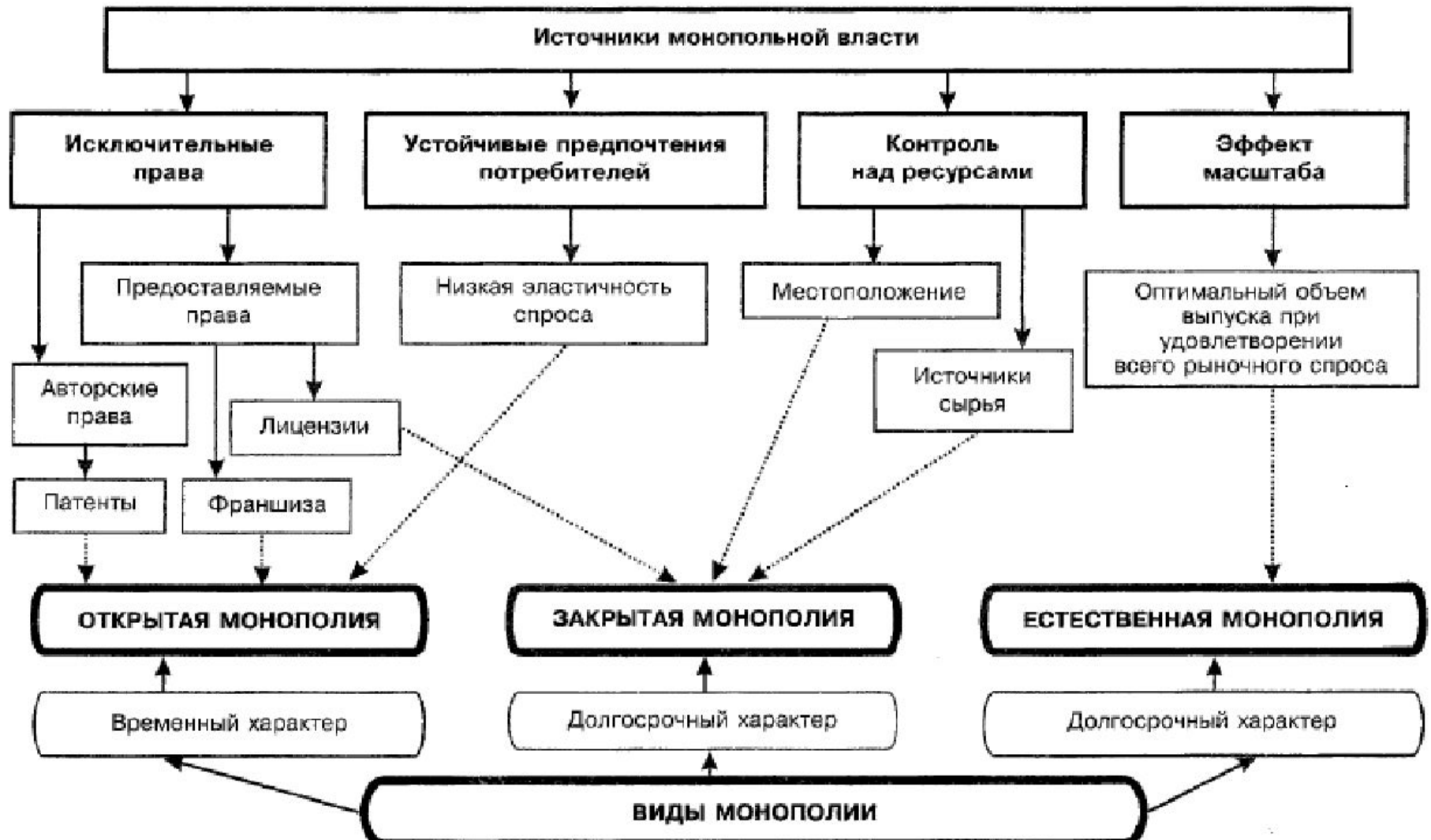
Государство создает официальные барьеры, выдавая патенты и лицензии.

Согласно патентному праву США, изобретатель имеет исключительное право контроля над своим изобретением в течение 17 лет.

Патенты сыграли огромную роль в развитии таких компаний, как **«Ксерокс»**, **«Истман Кодак»**, **«Интернэшнл Бизнес Машин» (IBM)**, **«Сони»** и т. д.

Монополия

ИСТОЧНИКИ МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ И ТИПЫ МОНОПОЛИИ



Естественная монополия

СИСТЕМА МЕР АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ



Естественная монополия

**В стране с рыночной экономикой с монополизмом
ведется борьба на государственном уровне**

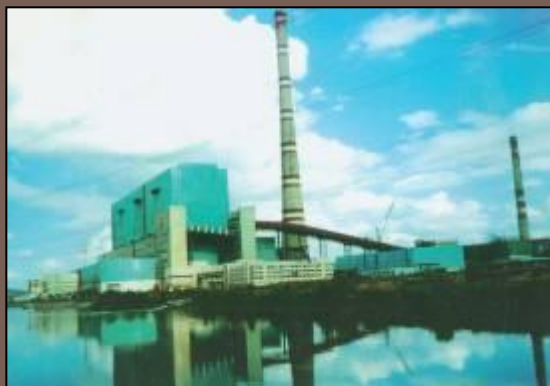
**Однако, есть сферы, где монополия просто необходима:
производство атомных бомб,
эмиссия денежных знаков,
электрические и тепловые сети и др.**

**Подобные предприятия относят к естественной
(государственной, легальной) монополии.**

Естественная монополия

это монополия, разрешенная государством

К ним относятся: коммунальные службы, железные дороги, телефонные компании, поставщики газа, электричества. Конкуренция среди них может только повредить обществу. Они подлежат общественному регулированию. В частности, цены или тарифы на их продукцию очень часто определяются федеральными или региональными гос. службами, ведомствами.



Естественная монополия

Причины существования

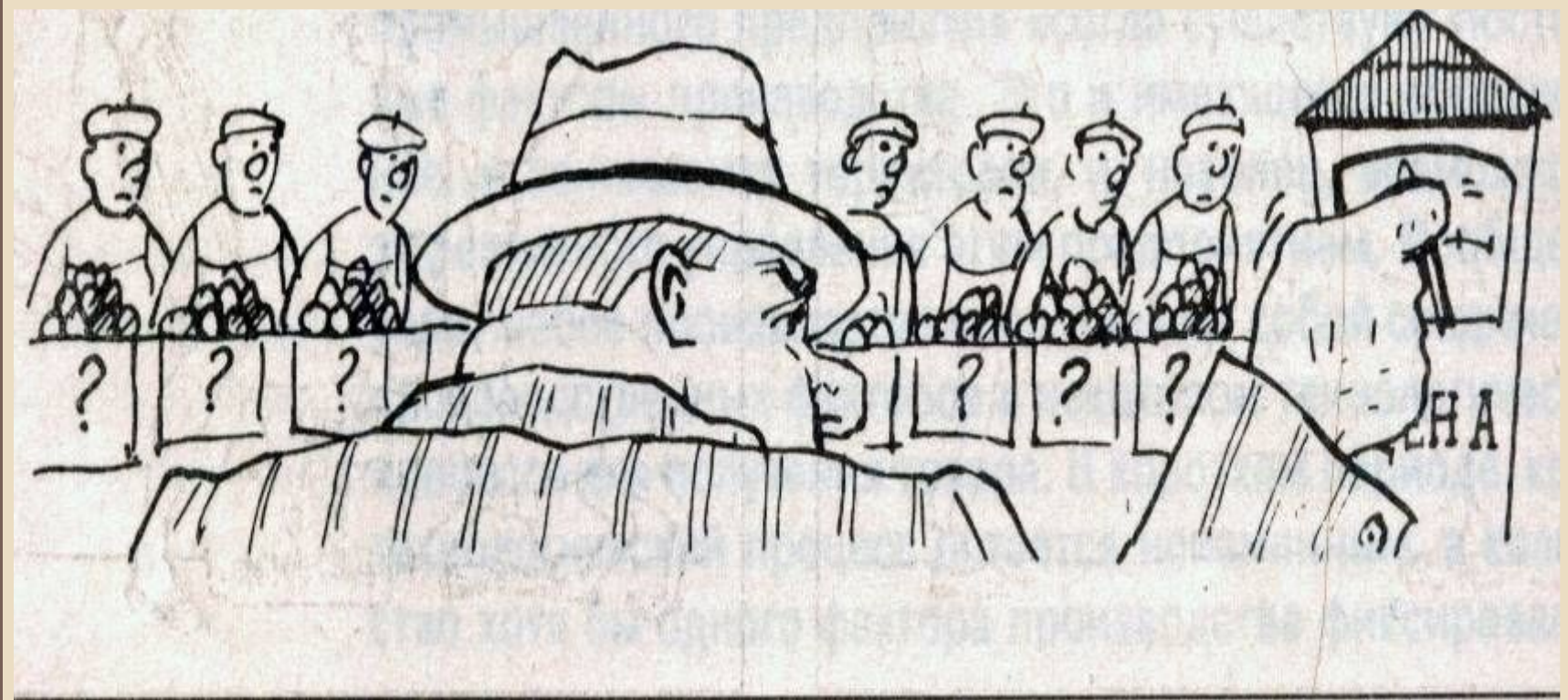
В условиях естественной монополии оптимальный размер фирмы настолько велик относительно рынка, что для других фирм на этом рынке не остается места

Она может удовлетворить спрос на продукт с затратами меньшими, чем если бы на рынке действовали две или более фирм

Новичкам просто нерентабельно вступать в рынок такого товара

Монопсония

Монополия покупателя - тип рыночной структуры, характеризующийся противостоянием обладающего рыночной властью единственного покупателя множеству продавцов.



Монопсония

- единственный покупатель, представляющий весь объем рыночного спроса;
- наличие большого числа продавцов, имеющих небольшие рыночные доли;
- стандартизированный товар;
- полная информированность покупателя о рыночных ценах и альтернативах;
- отсутствие стратегического поведения продавцов.

Монопсония

Примеры рынка:

Она может существовать в небольших городах, в которых, например, единственная фирма нанимает всех трудоспособных жителей.

Единственная шахта, на которой работают все шахтеры, находящаяся в отдаленном приграничном городе, может служить примером чистой монопсонии.

Правительство США как единственный покупатель многих материалов оборонного значения, таких, как ядерное оружие, является чистым монопсонистом для этих товаров. Оно закупает все их рыночное предложение, а продажа этих товаров другим покупателям запрещена.

Заполнить таблицу

Отличительные черты всех рыночных структур

Типы рыночных структур	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Количество фирм				
Характер продукции				
Контроль над ценами				
Доступность эк-ой информации				
Существование рыночных барьеров				
Условия вступления в отрасль				
Типичные отрасли				