

Конкуренция и структура рынка. Основные типы рыночных структур

Журкина Ольга Андреевна

Конкуренция



Запишем определение

Конкуренция – экономическая
сопоставительность за достижение лучших
результатов в какой-либо деятельности.

*Борьба товаропроизводителей за более
выгодные условия хозяйствования, получение
наивысшей прибыли; элемент рыночного
механизма, обеспечивающий взаимодействие
рыночных субъектов в производстве и сбыте
продукции, а также в сфере приложения
капитала.*

Виды конкуренции



Запишем определение

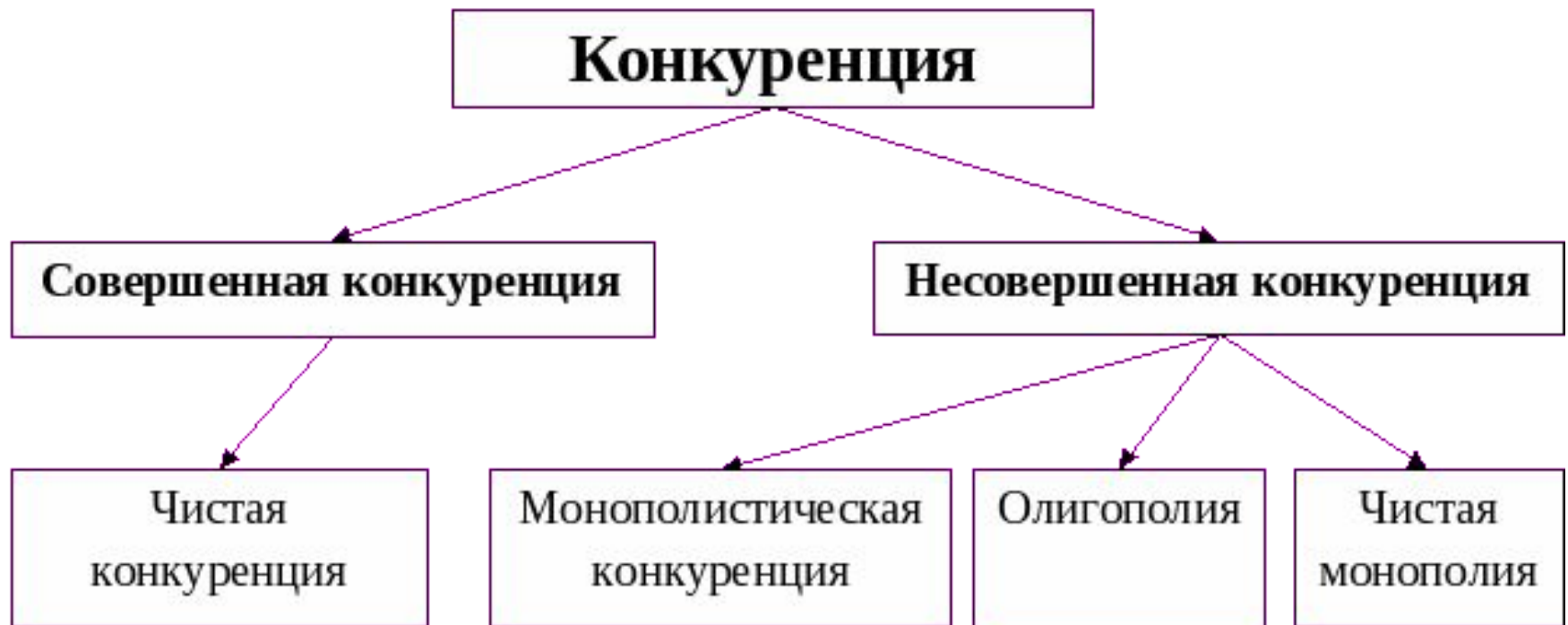
Рыночная структура – комбинация характерных отраслевых признаков организации рынка.

Каждый тип рыночной структуры имеет ряд характерных для него признаков, которые влияют на то, как формируется уровень цен, как взаимодействуют продавцы на рынке и т.д. Кроме того, типы рыночных структур имеют различную степень конкуренции.

Ключевые характеристики типов рыночных структур:

- количество фирм-продавцов в отрасли; размеры фирм;
- количество покупателей в отрасли;
- вид товара;
- барьеры для входа в отрасль;
- доступность рыночной информации (уровень цен, спрос);
- возможность отдельной фирмы повлиять на рыночную цену.

4 основных типа рыночных структур



Запишем определение

Совершенная конкуренция — это соперничество многочисленных производителей, создающих примерно одинаковые объемы идентичной (совершенно заменяемой) продукции.

Несовершенная конкуренция в отличие от совершенной ограничена влиянием монополий и государства.

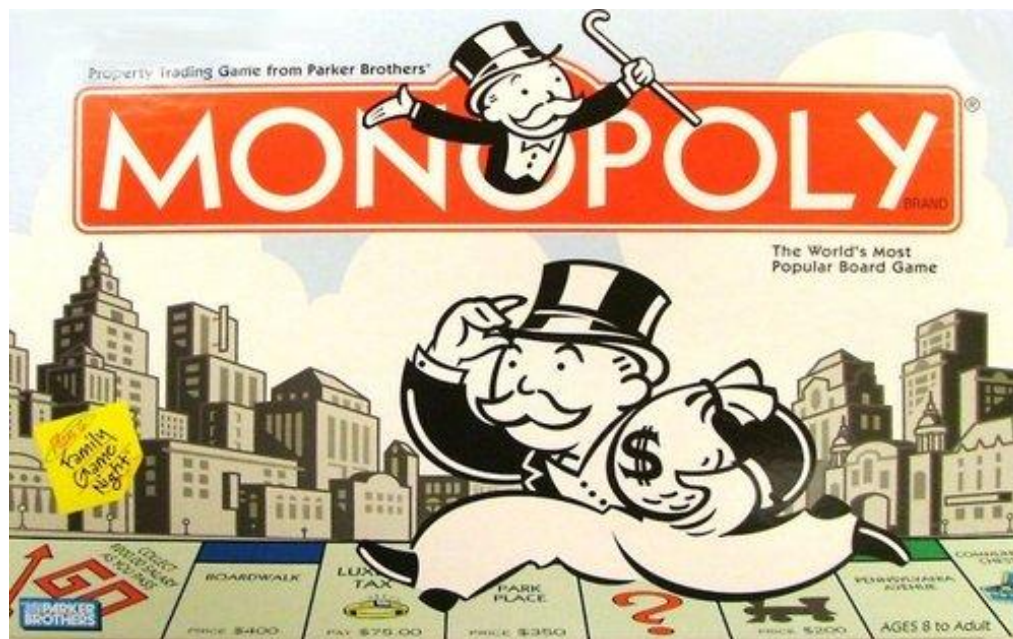
Запишем определение

Чистая (совершенная) конкуренция - это конкуренция, которая происходит на рынке, где взаимодействует весьма большое число фирм, производящих стандартные, однородные товары. В этих условиях любая фирма может вступить на рынок, здесь не осуществляется контроль за ценами.

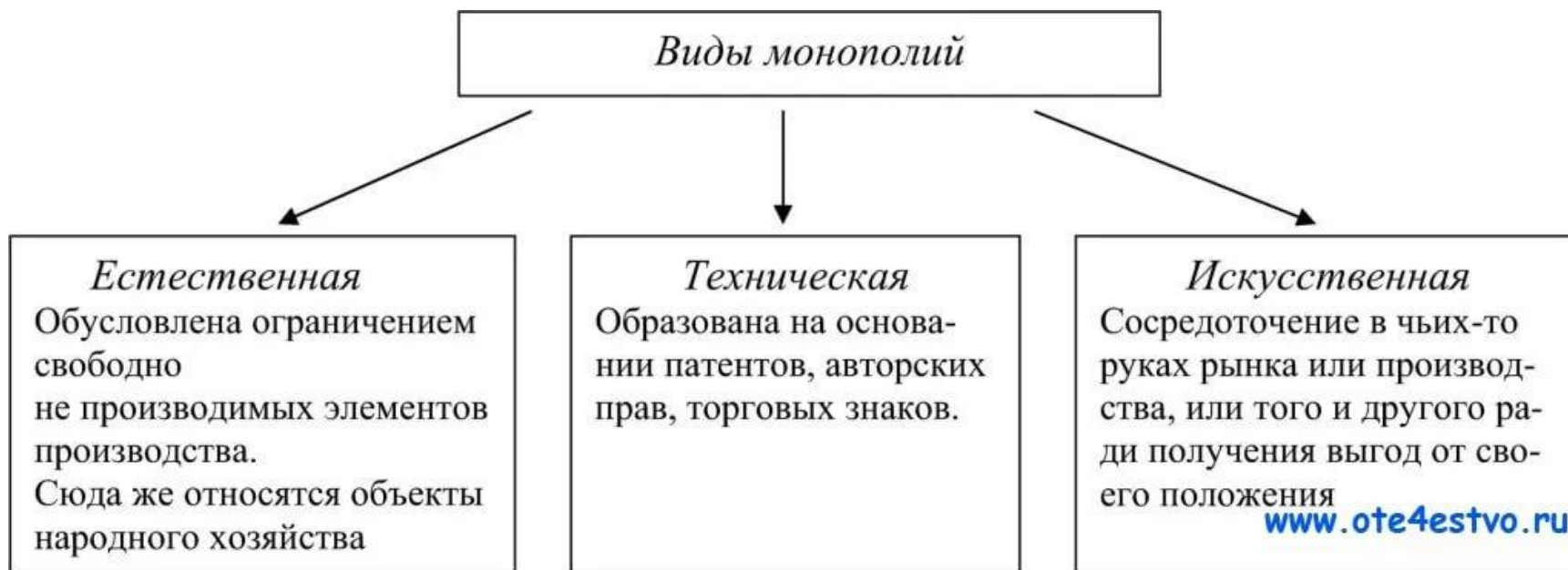
Совершенную конкуренцию называют чистой, имея в виду, что она «очищена» от любых ограничений или монопольных тенденций.

Запишем определение

Монополией называется ситуация в отрасли, при которой: 1) в отрасли существует только одна фирма; 2) благо, которое она производит, не имеет близких заменителей; 3) отсутствует возможность появления в отрасли других фирм.



Виды монополий



Запишем определение

Олигополия (Oligopoly) — это тип рынка несовершенной конкуренции, характеризующимся действием на рынке нескольких продавцов, а появление новых затруднено или невозможно.

Если на рынке действуют два производителя, то такой тип рынка называется **дуополией**, которая является частным случаем олигополии, встречающейся чаще в теоретических моделях, чем в реальной жизни.

Запишем определение

Монополистическая конкуренция

(Monopolistic competition) — тип структуры рынка, состоящий из множества мелких фирм, выпускающих **дифференцированную продукцию**, и характеризующийся свободным входом на рынок и выходом с рынка.

Продукция этих фирм является близкой, но не полностью взаимозаменяемой, т.е. каждая из множества мелких фирм производит продукт, несколько отличающийся от продукции ее конкурентов.

Основные черты монополистической конкуренции:

- Дифференциация продукции
- Большое количество продавцов
- Относительно низкие барьеры
вхождения и выхода из отрасли
- Жесткая неценовая конкуренция

Запомним

Дифференциация продукции —
ключевая характеристика рынка
монополистической конкуренции. Она
предполагает наличие в отрасли группы
продавцов (производителей),
выпускающих близкие, но не однородные
по своим характеристикам товары, т.е.
товары, не являющиеся совершенными
заменителями.

Работа с таблицей

Признаки	Совершенство конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Количество продавцов				
Размер фирм				
Количество покупателей покупателей				
Товар				
Степень контроля над ценой				
Барьеры для входа на рынок				
Доступность рыночной информации				
Ценовая конкуренция				
Неценовая конкуренция				

Характеристика рыночной структуры	Типы рыночных структур			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Количество продавцов	Много	Много	Мало	Один или два (дуополия)
Размер фирм	Маленький	Маленький или средний	Большой	Различный (чаще большой)
Количество покупателей	Много	Много	Много	Различное (до одного)
Товар	Однородный	Дифференцированный	Однородный или дифференцированный	Уникальный
Контроль над ценами	Нет	Ограничен	Значительный	Полный
Барьеры для входа на рынок	Отсутствуют	Низкие	Высокие	Практически непреодолимы
Доступ к рыночной информации	Свободный	Свободный	Ограничен	Блокирован
Ценовая конкуренция	Нет	Ограниченная	Ограниченная	Нет
Неценовая конкуренция	Да	Да	Да	Нет
Примеры рынков	С/х рынки, фондовые биржи, Форекс (международный валютный рынок)	Рынок пищевой промышленности, фармацевтический рынок, рынки одежды, обуви,	Автомобильный рынок, рынки сотовой связи, бытовой техники, металлов	Местные телефонные компании, предприятия ЖКХ, метрополитен