

Дифференциация на продукт

**- наделение какого-либо
продукта
специфическими
характеристиками, чем-
либо выделяющими его
из ряда аналогичных
товаров.**

**ВСЕ РЫНКИ В
ЭКОНОМИКЕ
МОЖНО ПОДЕЛИТЬ
НА ДВЕ БОЛЬШИЕ
ГРУППЫ:**

**РЫНКИ
ОДНОРОДНЫХ
ПРОДУКТОВ**

**РЫНКИ
ДИФФЕРЕНЦИРО
ВАННЫХ
ПРОДУКТОВ**

РЫНКИ ОДНОРОДНЫХ ПРОДУКТОВ

- **Товары разных производителей являются совершенными заменителями.**
- **Конкурентоспособность товаров зависит, главным образом, от цены продавца.**
- **Отсутствует необходимость стимулирования сбыта.**
- **Примеры: рынки**

Рынок дифференциров анных

- **Продуктов**
товаров производителей не являются совершенными заменителями.
- **В основе: субъективные предпочтения потребителей**
- **Необходимость стимулирования сбыта.**
- **Неценовые методы конкуренции определяют**

ВИДЫ ПРОДУКТОВОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ И

**ГОРИЗОНТАЛЬ
НАЯ
ДИФФЕРЕНЦ
ИАЦИЯ
ПРОДУКТА**

**ВЕРТИКАЛЬН
АЯ
ДИФФЕРЕНЦ
ИАЦИЯ
ПРОДУКТА**

Горизонтальная дифференциация и продукта

- **Различие потребительских характеристик товаров, удовлетворяющих разные вкусы.**
- **Выбор определяется приверженностью к той или иной торговой марке.**
- **Конкурентоспособность товаров в наибольшей степени зависит от соответствия предпочтениями клиентов.**
- **Снижение эластичности**

Вертикаль для дифференциации продукта

- **Различие качества товаров, удовлетворяющих одинаковые вкусы.**
- **Выбор определяется уровнем дохода и платежеспособного спроса на товар.**
- **Конкурентоспособность, товаров в наибольшей степени зависит от уровня цены товара.**
- **Соотношение цены и качества.**

ФАКТОРЫ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКТА:

**Внутренние
свойства**

**Внешние
свойства**

- **ПРОДУКТА:
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ
КАЧЕСТВА**
- **СПОСОБЫ
ИСПОЛЬЗОВА
НИЯ**
- **РЕМОНТО-
СПОСОБНОСТ
Ь**

- **ПРОДУКТА:
ФОРМА
ПРОДУКТА**
- **ДИЗАЙН**
- **УПАКОВКА**
- **СЕРВИС**
- **ИНФОРМАЦИ
Я ПО
ИСПОЛЬЗОВА
НИЮ**

продуктов возникает из-за существования между ними различий в

- качестве, сервисе, примерах рекламы**



Структура рынка

- конфигурация отраслей в зависимости от количества компаний, производящих идентичные продукты.

Разновидности структур рынка:

- **Монополистическая конкуренция**- или конкурентный рынок, где существует большое количество компаний, каждая из которых имеет небольшую долю рынка и слабо дифференцированные продукты.
- **Олигополия**-рынок, на котором доминирует небольшое количество компаний, которые вместе контролируют подавляющую долю рынка.
- **Дуополия**-частный случай олигополии всего двух компаний.
- **Олигопсония**-рынок, на котором присутствует много продавцов, однако мало покупателей.

Конкуренция

- это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

Совершенная

**конкуренция-
это соперничество многочисленных производителей, создающих примерно одинаковые объёмы идентичной продукции.**

Несовершенная

конкуренция- в отличии от совершенной ограничена влиянием монополий и государства.

Различают следующие модели несовершенной конкуренции:

- **Монополия**