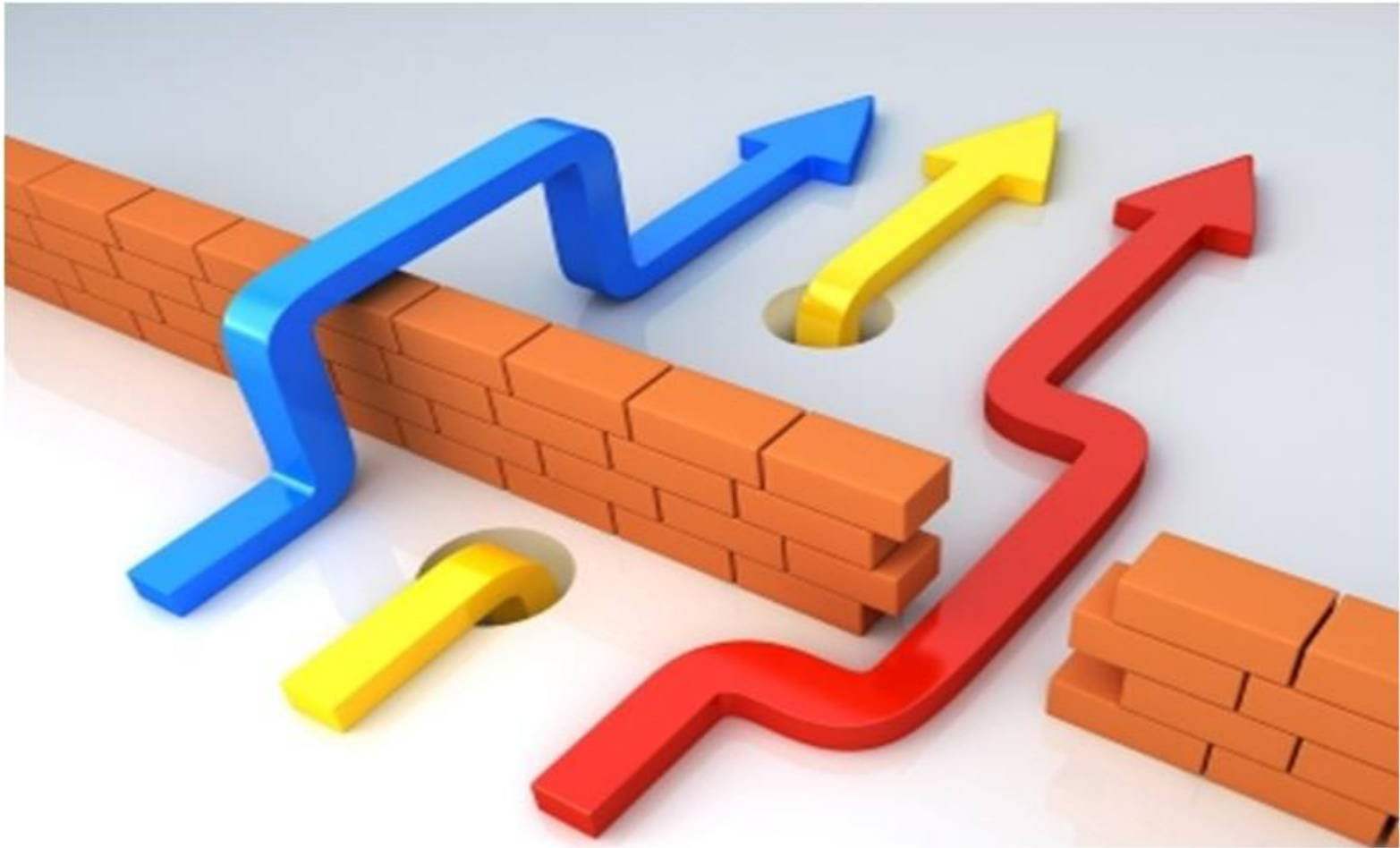


Конкуренция и структура рынка. Основные типы рыночных структур

Журкина Ольга Андреевна

Конкуренция



Запишем определение

Конкуренция – экономическая состязательность 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

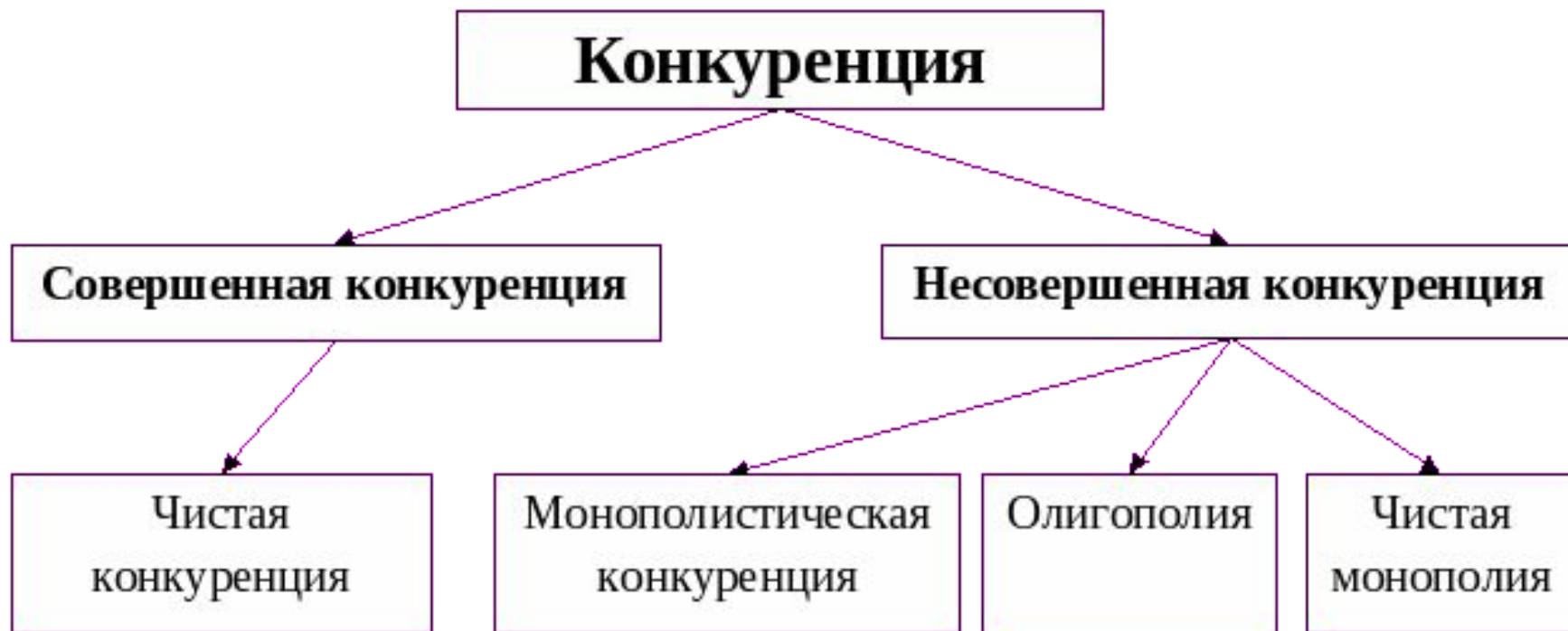
Рыночная структура – комбинация характерных отраслевых признаков организации рынка.

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.

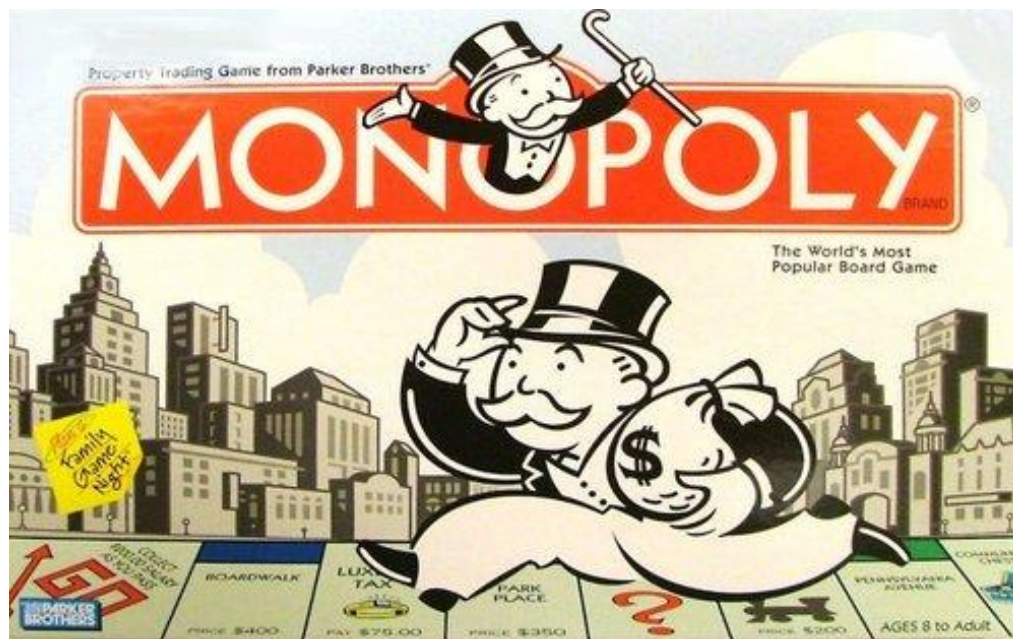
Запишем определение

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 | Совершенная 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 | <i>С/х рынки, фондовые биржи, Форекс (международный валютный рынок)</i> | <i>Рынок пищевой промышленности, фармацевтический рынок, рынки одежды, обуви,</i> | <i>Автомобильный рынок, рынки сотовой связи, бытовой техники, металлов</i> | <i>Местные телефонные компании, предприятия ЖКХ, метрополитен</i> |