

Типы рыночных структур

Конкуренция (от латинского слова «конкурере» - столкновение)

- это борьба предпринимателей за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров в целях получения максимальной прибыли.

По существу, конкуренция - это борьба за достижение лучших условий доступа к ограниченным ресурсам общества.

Функции конкуренции:

◎ Стимулирующая

Стремление максимизировать прибыль в условиях конкуренции заставляет предпринимателей улучшать качество продукции или/и снижать издержки производства.

○ **Распределительная**

В ходе конкурентной борьбы происходит распределение дохода в соответствии с вкладом и эффективностью использования факторов производства.

◎ Регулирующая

Конкуренция определяет структуру и объем производства продукции в обществе.

Чтобы устоять в конкурентной борьбе, предприниматель должен производить именно то, что предпочитает потребитель. Это значит, что факторы производства (ресурсы) направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность.

◎ Контролирующая

Если предприниматель использует ресурсы неэффективно, то он несет убытки и вытесняется с рынка.

Виды конкуренции

По сфере деятельности:

- ◎ **внутриотраслевая** - между производителями одной отрасли за повышение доли на рынке;
- ◎ **межотраслевая** - между производителями различных отраслей за наиболее выгодные сферы приложения капитала.

По методам соперничества

- ◎ **Ценовая** – конкурентная борьба, которая ведется по поводу и с помощью цен.
- ◎ **Неценовая** - конкуренция, осуществляемая посредством улучшения качества продукции и условий продажи при неизменных ценах.

Характер и формы конкуренции различны

Рыночная структура характеризует основные параметры рынка:

1. Количество фирм в отрасли и количество покупателей.
2. Тип производимого продукта.
3. Возможности для входа в отрасль и выхода из нее.
4. Доступность информации.
5. Контроль над рыночной ценой товара

Типы рынка:

1. Рынок совершенной конкуренции.
2. Рынок несовершенной конкуренции.
 - > Монополистическая конкуренция.
 - > Олигополия.
 - > Монополия.

Совершенная конкуренция

- Большое количество покупателей и продавцов.
- Продукция однородная.
- Фирмы могут свободно вступать на рынок и покидать его.
- Доступ к информации свободный для всех покупателей и продавцов.
- Отдельные покупатели и продавцы не могут повлиять своими действиями на рыночную цену, они принимают ее как данную.

Рынок совершенной
конкуренции является
теоретической моделью.

Максимально
приближенными к рынку
совершенной конкуренции
являются рынки
сельскохозяйственной
продукции

Монополистическая конкуренция

- Большое количество продавцов и покупателей.
- Продукция дифференцированная.
- Относительная легкость вступления в рынок.
- Отдельная фирма обладает в некоторой степени монопольной властью над ценой товара, может повышать или понижать цену на него вне зависимости от действий конкурентов.

Олигополия

- Несколько крупных компаний, зависимых друг от друга.
- Производят как однородную, так и дифференцированную продукцию.
- Существуют определенные барьеры для вхождения в отрасль.
- Доступ к информации затруднен.
- Степень влияния на цену товара низкая (грозит потерей рынка или ценовой войной), преобладает неценовая конкуренция.

Монополия

- Единственный производитель товара.
- Продукт уникален, отсутствуют близкие заменители.
- Установлены непреодолимые для конкурентов барьеры как естественного, так и искусственного происхождения.
- Доступ к информации блокирован.
- Полная власть над ценой.