

СОВЕРШЕННАЯ И

НЕ

СОВЕРШЕННАЯ

КОНКУРЕНЦИЯ.

Ахмедова Кунел
Джамалова Миена.

Используемые материалы:

- 1) К.Р.Макконнелл и С.Л. Брю «Экономикс»
- 2) Липсец И.В. «Экономика. Базовый курс»

Свобода выбора, реализующаяся в стремлении каждого получать и увеличивать личный денежный доход, служит основой для конкуренции.

Конкуренция имеет следующие отличительные черты:

1. Наличие на рынке большого числа независимых друг от друга покупателей и продавцов любого конкретного продукта или ресурса.
2. Свобода покупателей и продавцов выходить на те или иные рынки и покидать

Конкуренция

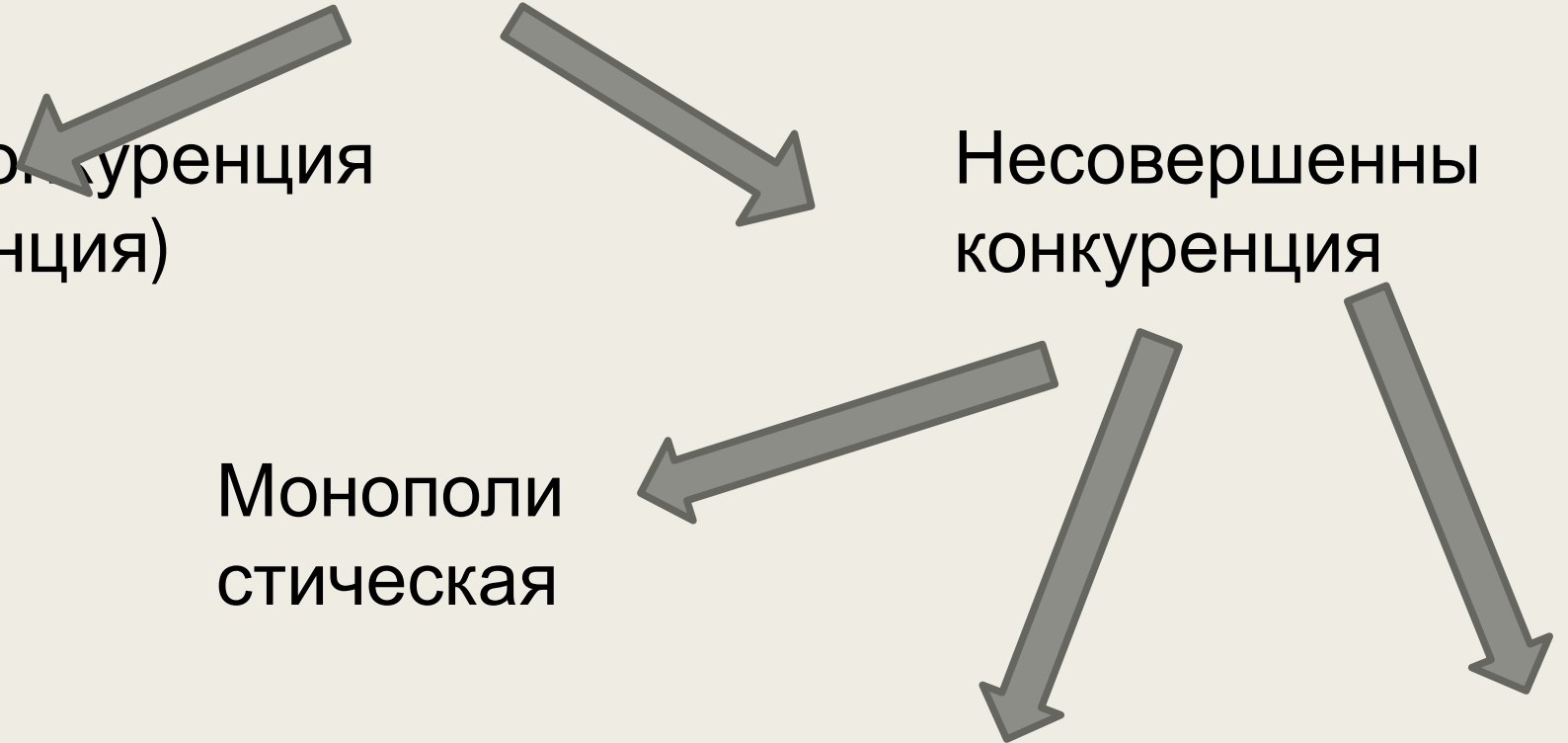
Совершенная конкуренция
(чистая конкуренция)

Несовершенная конкуренция

Монополистическая

Олигополия

Чистая монополия



Чистая конкуренция.

- Огромное количество мелких фирм
- Продукт – стандартизированный
- Контроль над ценой отсутствует
- Условия вступления в отрасль очень легкие, нет преград
- Неценовая конкуренция отсутствует.

Пример: сельское хозяйство.

Монополистическая конкуренция.

- Множество мелких фирм
- Тип продукта – дифференцированный
- Контроль над ценой возможен, но в довольно узких рамках
- Условие вступления в отрасль довольно легкие
- Неценовая конкуренция очень развита (значительный упор на рекламу, товарные знаки, торговые марки)

Пример: розничная торговля, производство одежды, обуви.

Олигополия

- Несколько крупных фирм
- Тип продукта либо дифференцированный, либо стандартизированный
- Контроль над ценой ограниченный взаимной зависимостью, значительный при тайном сговоре.
- Условия вступления в отрасль существенно затруднены
- Неценовая конкуренция очень распространена, особенно при дифференциации продукта.

Пример: производство стали, автомобили, многих

Чистая монополия.

- Одна большая фирма
- Продукт уникальный, нет близких заменителей
- Контроль над ценой значительный
- Условие вступление в отрасль – блокирован
- Неценовая конкуренция – главным образом реклама и отношения с общественностью.

Примеры: местные предприятия коммунального хозяйства.