

ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ



Выполнила работу
студентка
группы: ДДЛ-116
АЗИМОВА АЙГЮЛЬ

- ◎ **Совершенная, свободная или чистая**
 - **конкуренция** — экономическая модель, идеализированное состояние **рынка**, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом **спроса** такой тип рыночной структуры, где рыночное поведение продавцов и покупателей заключается в приспособлении и **предложения**. Другими словами это к равновесному состоянию рыночных условий.

Характеристика рынка совершенной конкуренции

- 1. атомизация рынка
- 2. стандартизация продукта
- 3. прозрачность рынка
- 4. свобода входа и выхода
- 5. автономность поведения фирмы
- 6. отсутствие рыночной власти

Признаки совершенной конкуренции:

- бесконечное множество равноценных продавцов и покупателей;
- однородность и делимость продаваемой продукции;
- отсутствие барьеров для входа или выхода с рынка;
- высокая мобильность факторов производства;
- равный и полный доступ всех участников к информации (цены товаров).

В случае, когда хотя бы один признак отсутствует, конкуренция называется несовершенной. В случае, когда эти признаки искусственно удаляются с целью занятия монопольного положения на рынке, ситуацию именуют недобросовестная конкуренция.

Совершенная конкуренция

**Много продавцов
и покупателей**

**Всегда можно точно
узнать, по какой цене
продает товар тот или
иной продавец.**

**Ничто и никто
не мешает
новым фирмам войти
на рынок, а старым-
уйти с него.**

**Товар является однородным
и у всех продавцов имеет
примерно одинаковое
качество: зерно, цемент,
бензин.**

КОНКУРЕНЦИЯ. СТРУКТУРА РЫНКА

Конкуренция*



* (concurrentia (лат) – столкновение,
состязание)

Конкуренция – это соперничество, состязание:

- **Между кем?** – между производителями однотипных товаров, услуг.
- **За что?** – за привлечение как можно большего числа покупателей.
- **Во имя чего?** – для получения максимальной прибыли.



Для возникновения конкуренции необходимо:



Виды и формы конкуренции



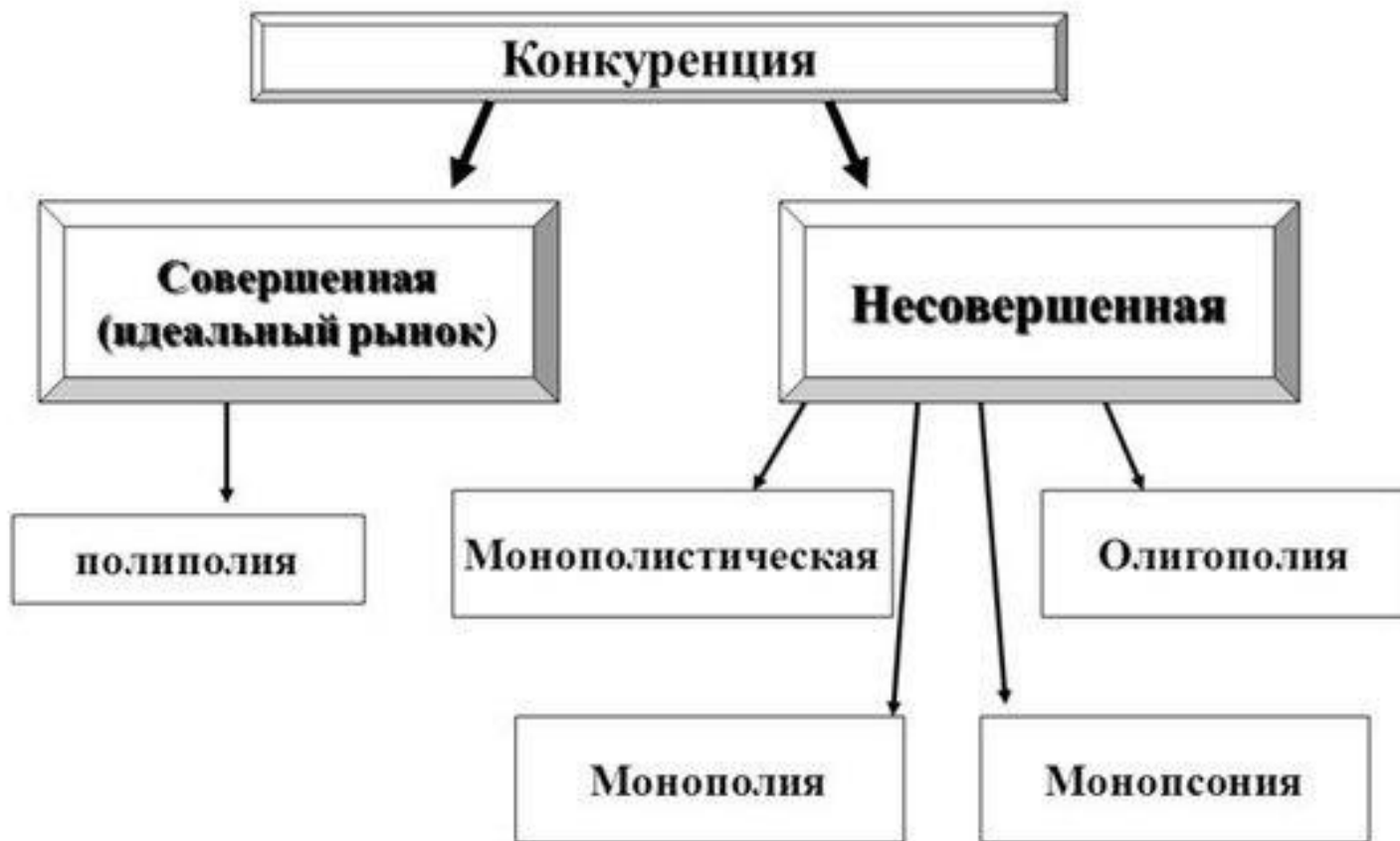
Методы конкуренции

Ценовая

Снижение цен.
Скидки и премии.
Дешевые
распродажи.

Неценовая

Качество и надежность.
Дополнительные
гарантии.
Особое оформление.



Экономические барьеры

- низкие издержки производства за счет увеличения масштаба производства;
- закрыт доступ к материальным ресурсам и другим факторам в силу отсутствия их на свободном рынке;
- реклама.

Юридические барьеры

(непреодолимы, т.к. связаны с уголовным наказанием)

- Производство товара защищено патентом, авторским правом, лицензией, товарным знаком.
- Исключительное право заниматься данным видом деятельности (производство алкогольных напитков, табака, монополия внешней торговли).
- Государственная регистрация отдельных видов деятельности.

Монополистическая конкуренция –

рынок с множеством производителей,
предлагающих схожие, но не одинаковые
(дифференцированные) товары и услуги



Монополистическая конкуренция

Относительно большое число производителей

Контроль над ценами ограничен возможностью замены товара.

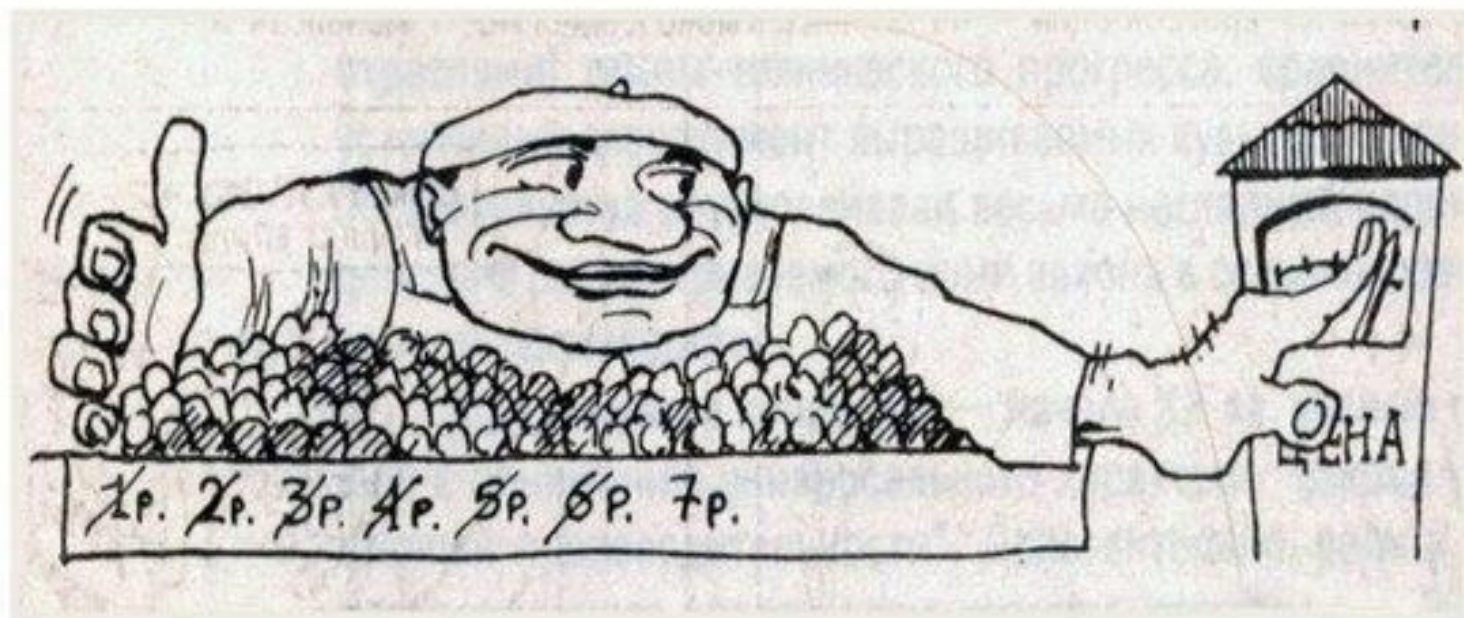
Наличие на рынке похожей, но не идентичной (с точки зрения покупателей) продукции. Каждая фирма продает особый товар, который отличается качеством, оформлением, престижностью.

Вступление в монопольный рынок- свободное; для этого необходимо наличие начального капитала, большего, чем при совершенной конкуренции



Монополия

- рынок где имеется только один производитель, который полностью контролирует объем производства и очень сильно влияет на цену. Монополия- главный враг конкуренции.



Монополия

Наличие одного
продавца

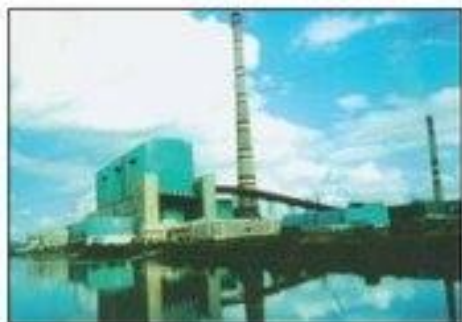
Полный контроль объема
предложений товара и
цен

Производство товаров,
не имеющих
заменителей

Наличие непреодолимых
барьеров (авторское
право, лицензии,
патенты) для потен-
циальных участников
рынка

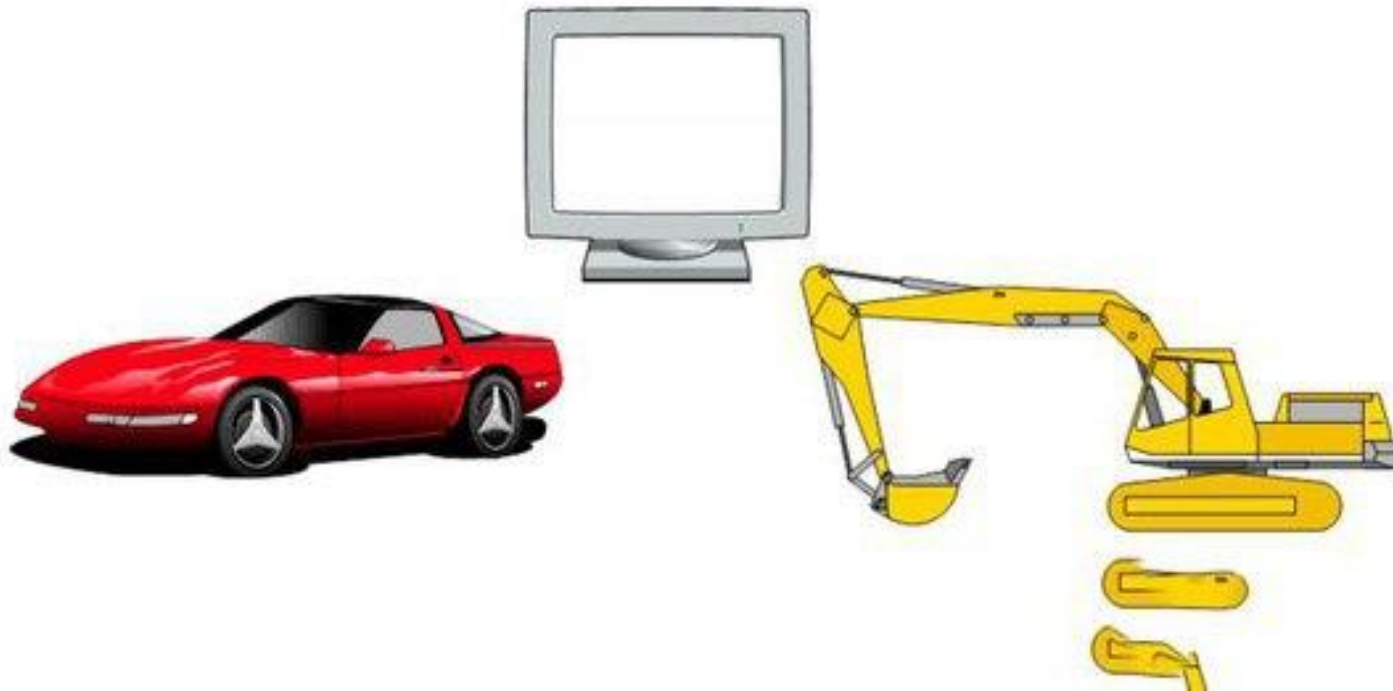
Естественные монополии - это монополии, разрешенные государством

- К ним относятся: коммунальные службы, железные дороги, телефонные компании, поставщики газа, электричества. Конкуренция среди них может только повредить обществу.
- Они подлежат общественному регулированию. В частности, цены или тарифы на их продукцию очень часто определяются федеральными или региональными гос.службами, ведомствами.



Олигополия

– рынок, где господствует несколько крупных фирм, вход в отрасль для соперников крайне затруднен. При олигополии возможен ценовой сговор или ориентирование на цены лидера



Олигополия

Наличие конкуренции
нескольких крупных
фирм (три – пять)

Использование ценовой
и неценовой конкуренции:

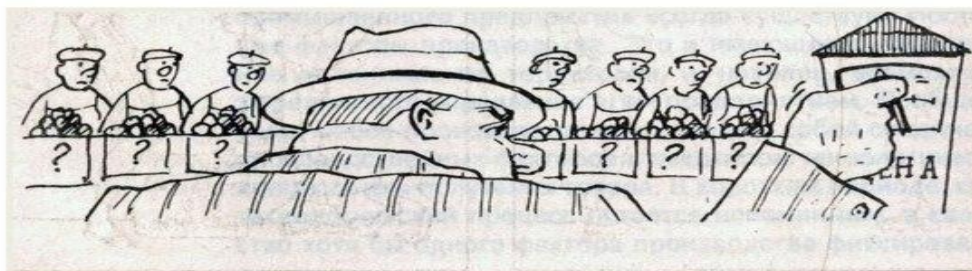
- «жесткость» цен,
- скрытый договор,
- соглашение о
специализации и
кооперации.

Предложение однородной
(руда, нефть, сталь,
цемент) и
дифференцированной
(автомобили и др. товары)
продукции

Вступление других фирм
в олигопольный рынок
затруднено

Монопсония

- монополия покупателя



- Монопсония — ситуация на рынке, когда имеется только один покупатель и множество продавцов. На рынках данного типа определяющее влияние на формирование цены оказывают покупатели. Примером монопсонии является рынок труда, на котором множество работников, и только одно предприятие — покупатель...

 **СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ** 