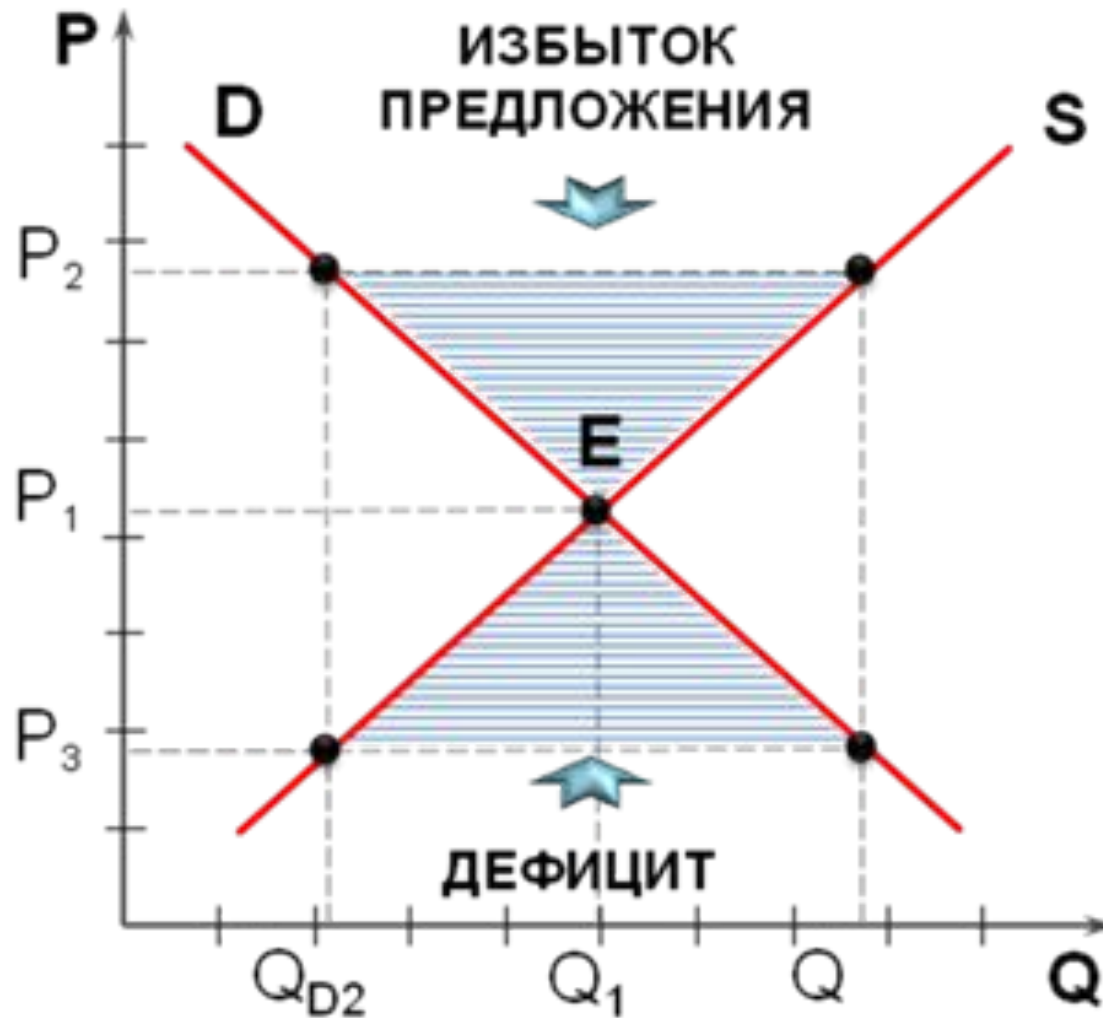




Конкуренция.



Механизм саморегуляции рынка



Конкуренция – соперничество за наиболее выгодные условия производства и продажи товаров с целью получения максимальной прибыли

□ **Функции конкуренции:**

- Регулирующая
- Инновационная
- Адаптационная
- Распределительная
- Контролирующая



Совершенная конкуренция

- Совершенная конкуренция (свободная, чистая, идеальная) – такая ситуация на рынке, когда имеется большое количество производителей и покупателей товара. Товар является идентичным.



Признаки совершенной конкуренции:

- имеется большое количество производителей и покупателей товара;
- товар идентичен;
- никто из субъектов рынка этого товара не может в одиночку изменить ситуацию на нём;
- все в одинаковой степени владеют информацией о ситуации на рынке;
- войти на этот рынок очень просто, никаких особенных препятствий для этого не существует.



Монополистическая конкуренция

- рынке присутствует большое количество продавцов и покупателей данного товара;
- начать производство достаточно просто, как крупным, так и средним или мелким производителям;
- доступ к информации о ситуации, которая складывается на этом рынке, открыт;
- товар выпускается схожий, но не идентичный.



Олигополия

- рынке присутствует небольшое количество крупных производителей;
- каждый из игроков может серьёзно повлиять на рыночную ситуацию, цену предлагаемого товара;
- войти на такой рынок новому игроку достаточно трудно.



Монопсония

- на рынке несколько или много продавцов, но только один покупатель.



Конкуренция

Совершенная

Несовершенная

Конкуренция

Внутриотраслевая

Межотраслевая

Конкуренция

Ценовая

Неценовая



Мерчендайзинг – торговая технология, позволяющая получить прибыль, используя психологические особенности потребителя.

□ Включает в себя:

- Фирменный стиль
- Рекламно – информационные вывески
- Использование музыкального ряда в торговом зале
- Внешний вид отдельно взятого товара
- Цвет, форма и чувства: решающие факторы, влияющие на выбор покупателя

