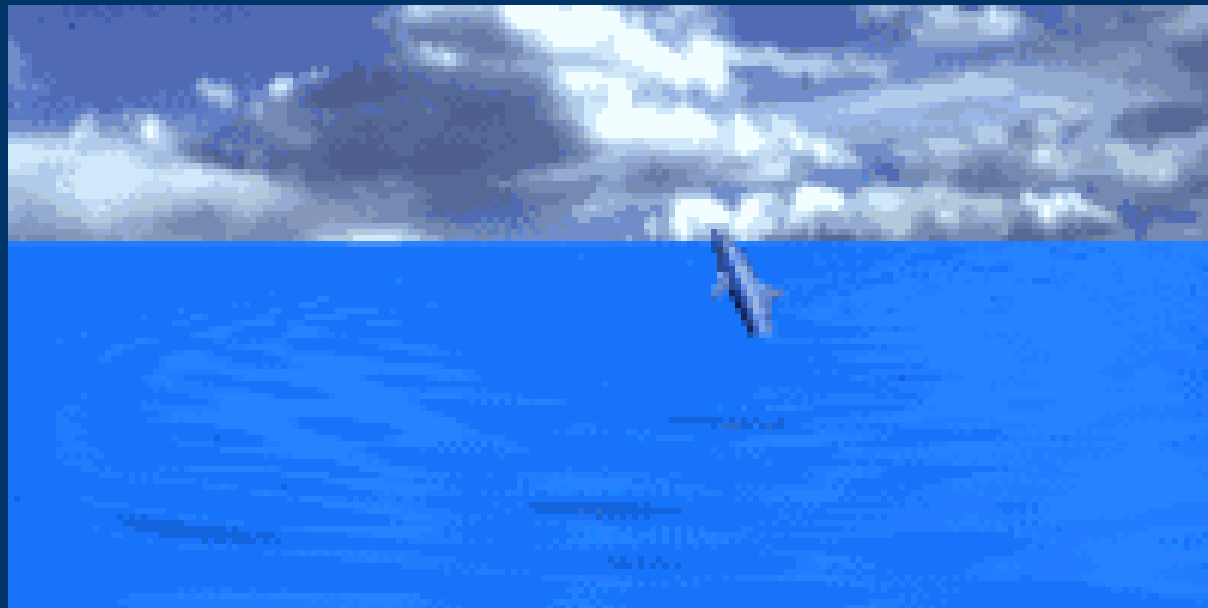


Тема 8

Типы рыночных структур



Автор-составитель – д.э.н Юдина Т.Н.

Вопросы

- 1.Классификация рыночных структур
 - 2.Рынок совершенной конкуренции
 - 3.Рынок монополистической конкуренции
 - 4.Олигополия и олигопсония
 - 5.Монополия и монопсония. Рыночная власть
-
-

1. Классификация рыночных структур

Совершенная конкуренция

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

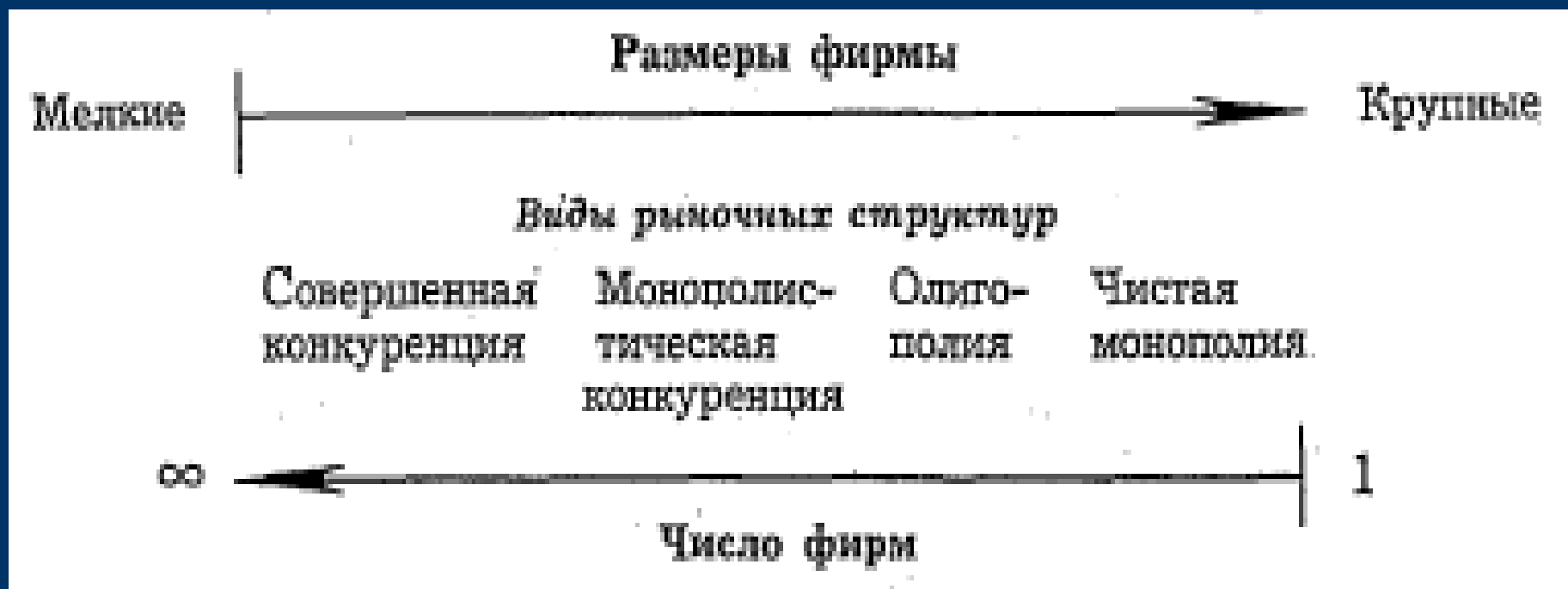
Несовершенная конкуренция и МОНОПОЛИЯ

- Конкуренция, при которой не соблюдается хотя бы один из признаков совершенной конкуренции называется *несовершенной*.
 - Крайним случаем является чистая *монополия* (pure monopoly), когда в отрасли господствует только одна фирма и где границы фирмы и отрасли совпадают.
-
-

Олигополия и монополистическая конкуренция

- Когда в отрасли существует ограниченное число фирм, возникает ситуация **олигополии**.
 - Противоположная ситуация складывается тогда, когда фирм много, но каждая из них обладает хотя бы небольшой частичкой монопольной власти. Таковую ситуацию называют **монополистической конкуренцией**.
-
-

Классификация основных рыночных структур



Монопсония

- Наличие на рынке одного покупателя называется *монопсонией*.
 - Когда сталкиваются монопсонист-покупатель с монополистом-продавцом, мы имеем *двустороннюю монополию*.
 - Если в отрасли функционируют лишь две фирмы, то этот частный случай олигополии называется *дуополией*.
-
-

Классификация форм рынка

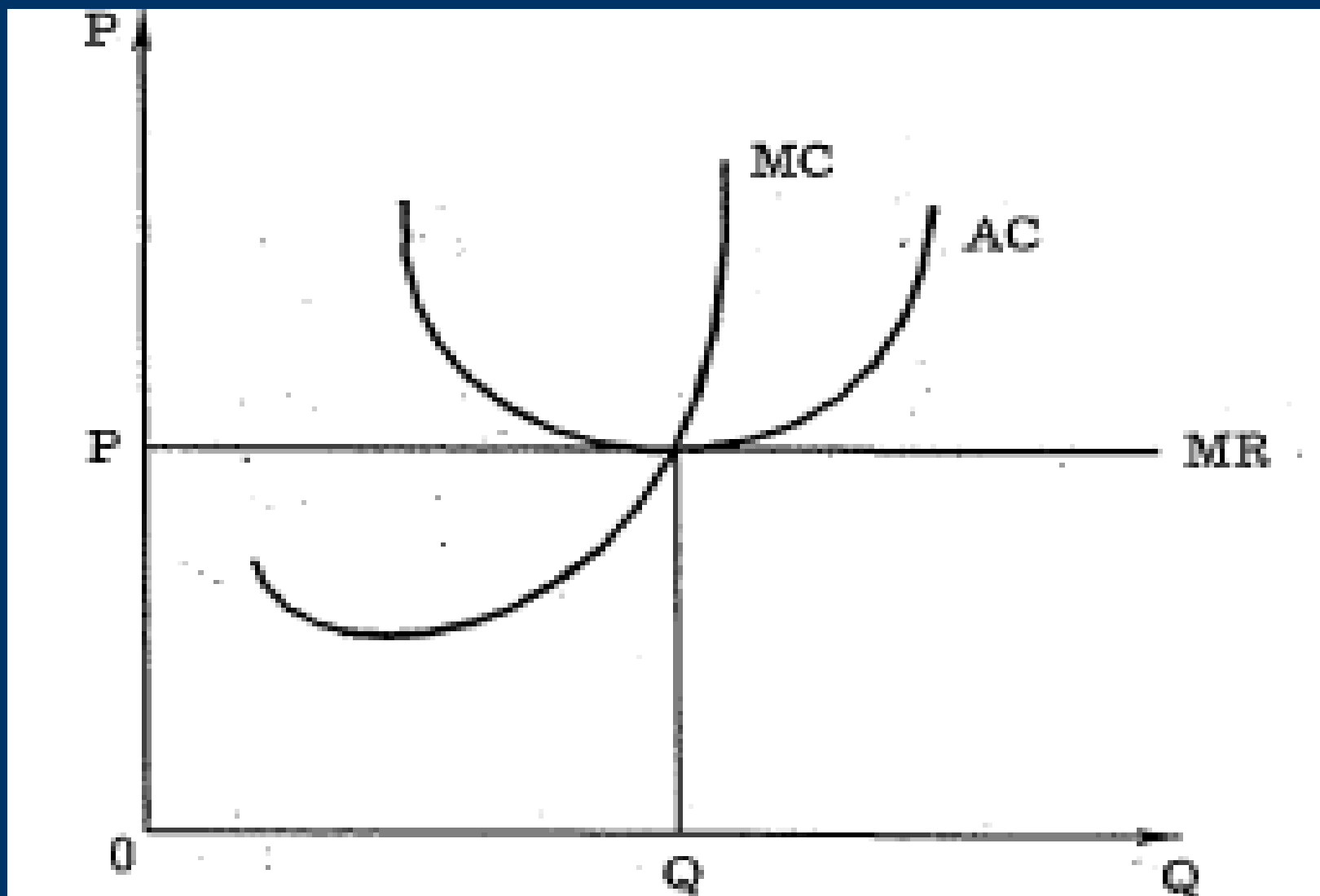
Классификация форм рынка			
Формы предложения Формы спроса	Конкуренция (полиполия)	Олигополия	Монополия
Конкуренция (полипсония)	Совершенная конкуренция	Олигополия	Монополия
Олигопсония	Олигопсония	Олигополия, ограниченная олигопсонией	Монополия, ограниченная олигопсонией
Монопсония	Монопсония	Монопсония, ограниченная олигополией	Двусторонняя монополия

2. Рынок совершенной конкуренции

- Редкий случай в действительности.
- Примерами являются: рынок зерна, корпоративных ценных бумаг, иностранных валют.
- Является простейшей ситуацией.
- Даёт эталонный образец для сравнения и оценки эффективности реальных экономических процессов.
- Помогает распределять ограниченные ресурсы таким образом, чтобы достичь максимального удовлетворения потребностей.



Положение равновесия конкурентной фирмы в долгосрочном периоде



Недостатки совершенной конкуренции

- Создаёт равенство возможностей, но не гарантирует равенство результатов.
 - Учитывает те издержки, которые окупаются.
 - В условиях недостаточной спецификации прав собственности возможно недопроизводство положительных и перепроизводство отрицательных экстерналий.
 - Не предусматривает производство общественных благ.
 - Ограниченные возможности инновационного развития.
 - Не учитывает в полной мере диапазон потребительского выбора.
-
-

3. Рынок монополистической конкуренции

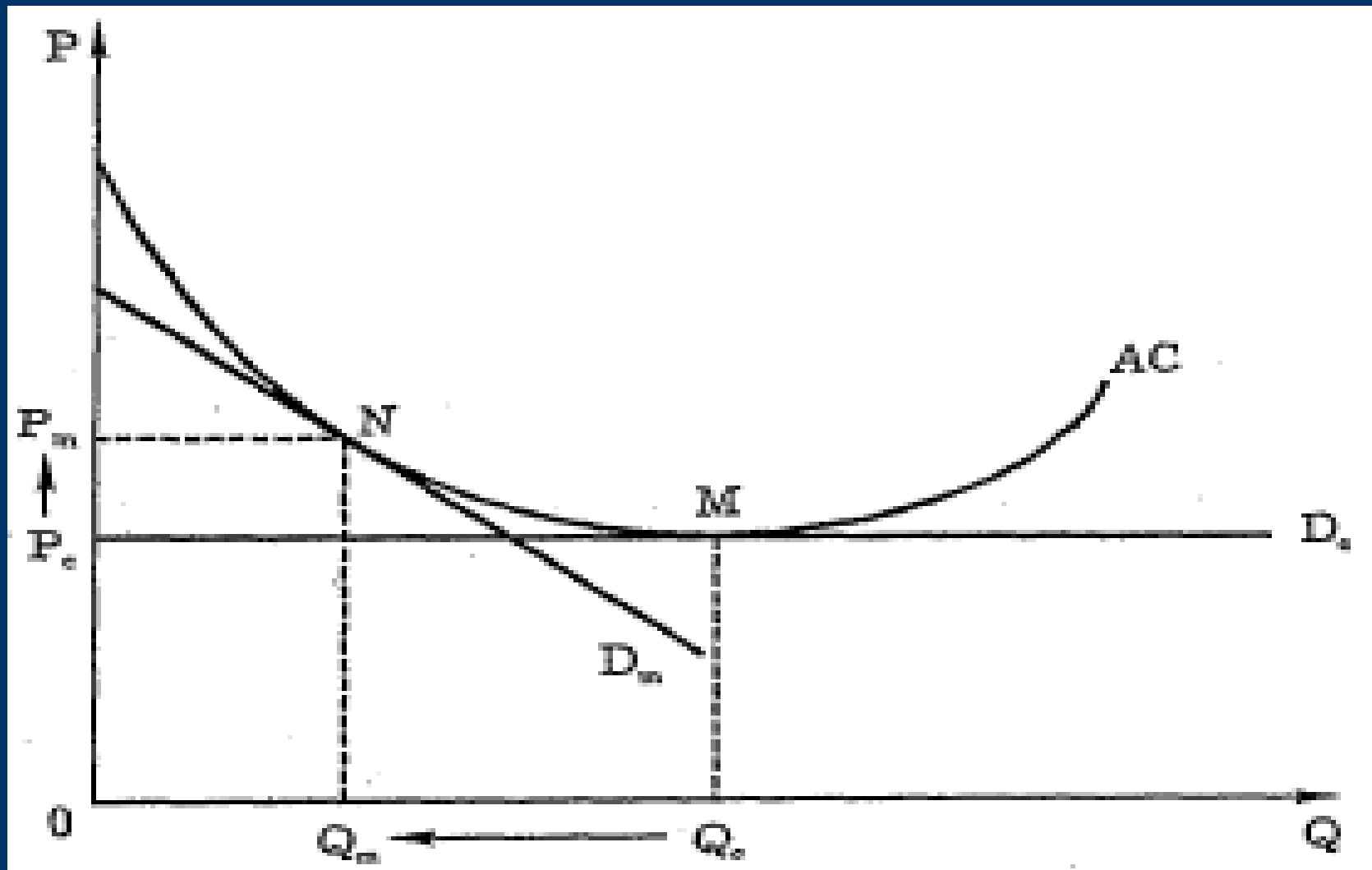
- На рынке десятки фирм
 - Тайный сговор между фирмами невозможен
 - Каждая фирма действует на свой страх и риск
 - Фирма сама определяет ценовую политику
 - Развивается там, где необходима дифференциация продукта
-
-

Монополистическая конкуренция

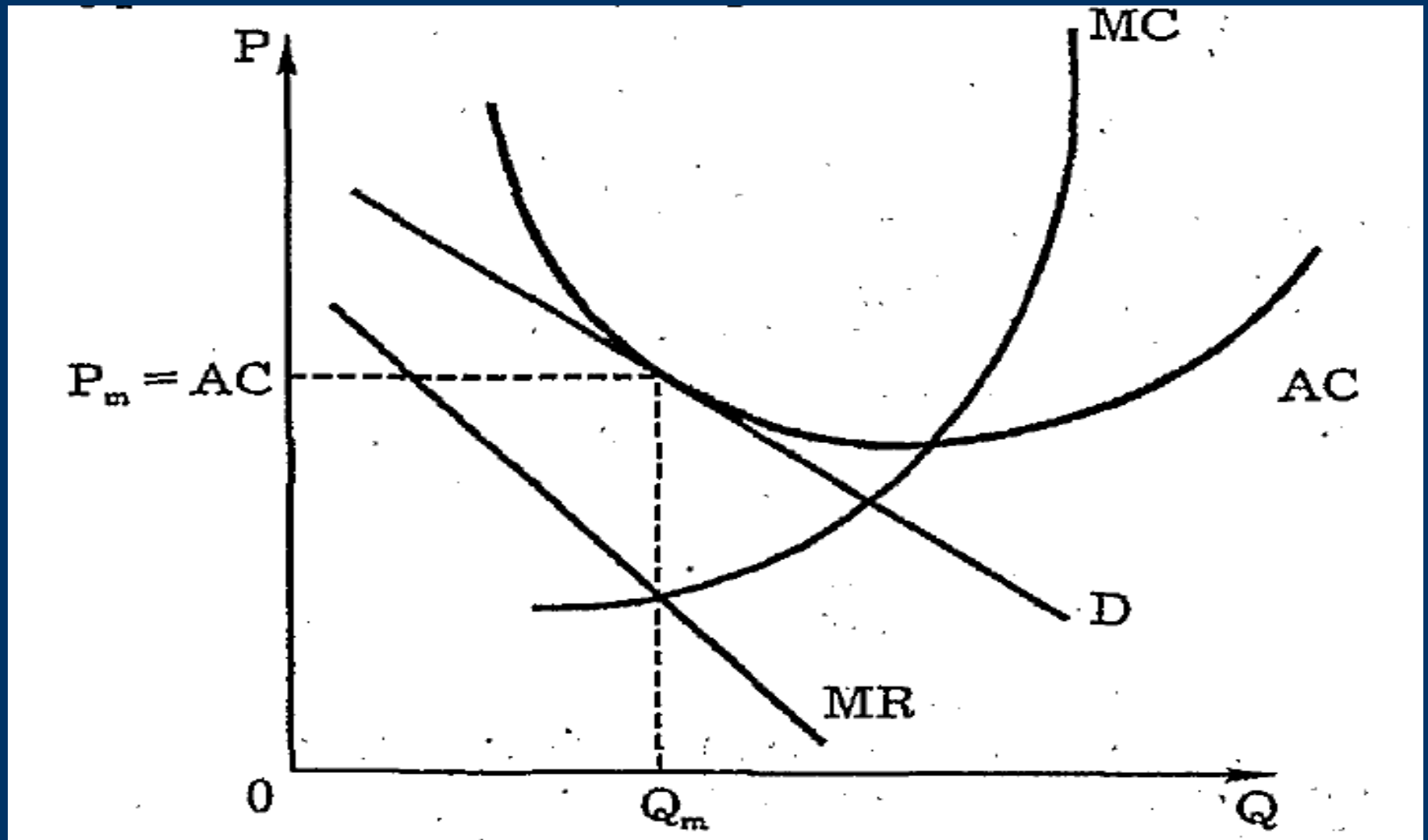
- Представлена в отраслях, производящих предметы потребления:
 - Лёгкая промышленность (платья, костюмы, пальто и т.д.)
 - Пищевая промышленность (сосиски, прохладительные напитки, сыр и т.д.)
 - Сфера услуг (театры, музеи, кафе и т.д.)



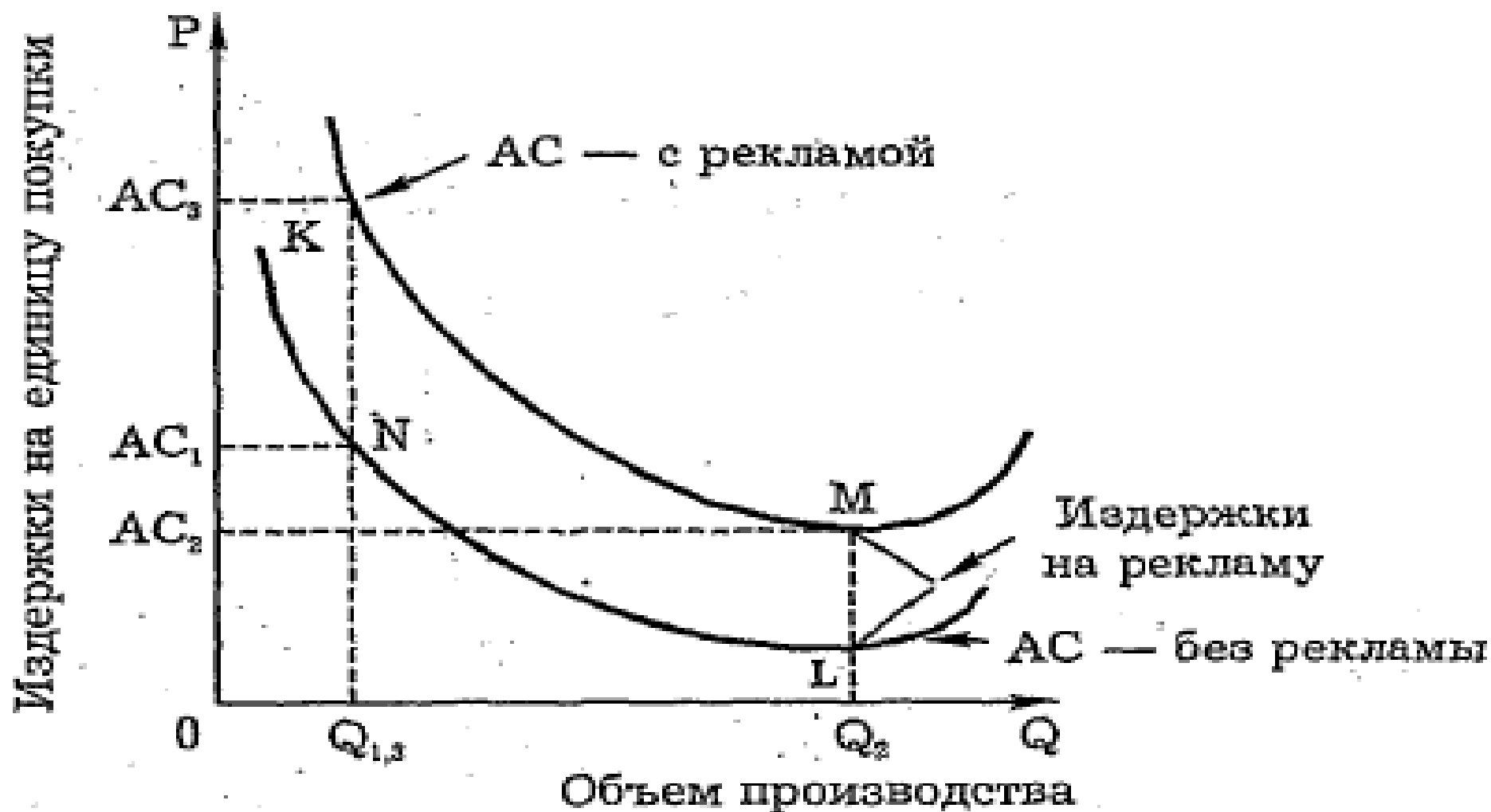
Определение цены и объёма производства в условиях монополистической конкуренции



Монополистическая конкуренция: равновесие в долгосрочном периоде



Возможное влияние рекламы на объём производства и средние совокупные издержки



Реклама



- **Сторонники:**

- стимулирует изменение продукта
- усиливает конкуренцию
- ослабляет монопольную власть
- помогает потребителю познакомиться с новой продукцией
- финансирует национальные системы связи

- **Противники:**

- необъективность
- скорее, дезинформирует, чем просвещает
- высокие расходы, которые отражаются на цене
- создание финансовых барьеров для входа в отрасль
- засорение СМИ

Олигополия и олигопсония

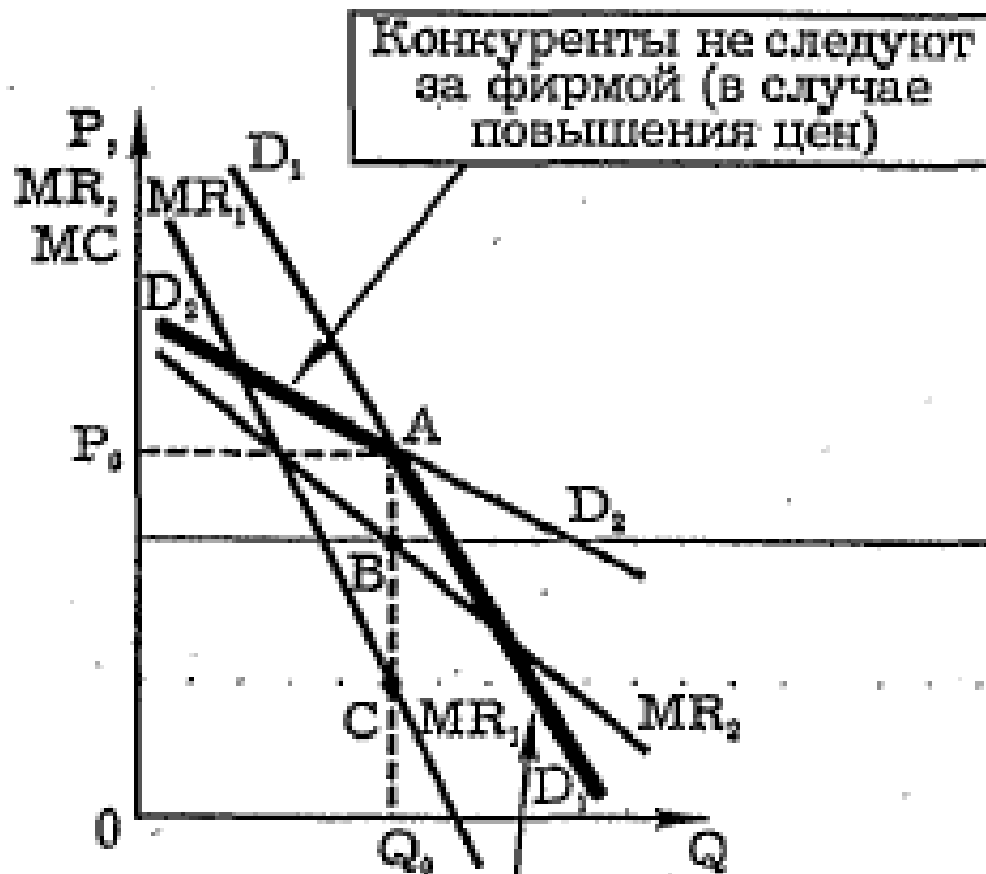
- **Олигополия** – рыночная структура, при которой доминирует небольшое количество продавцов, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами.
 - **Олигопсония** – рыночная структура, при которой доминирует небольшое количество покупателей.
-
-

Олигополия

- Автомобилестроение
- Сталелитейная промышленность
- Сотовая связь
- Электроника
- Нефтяной рынок

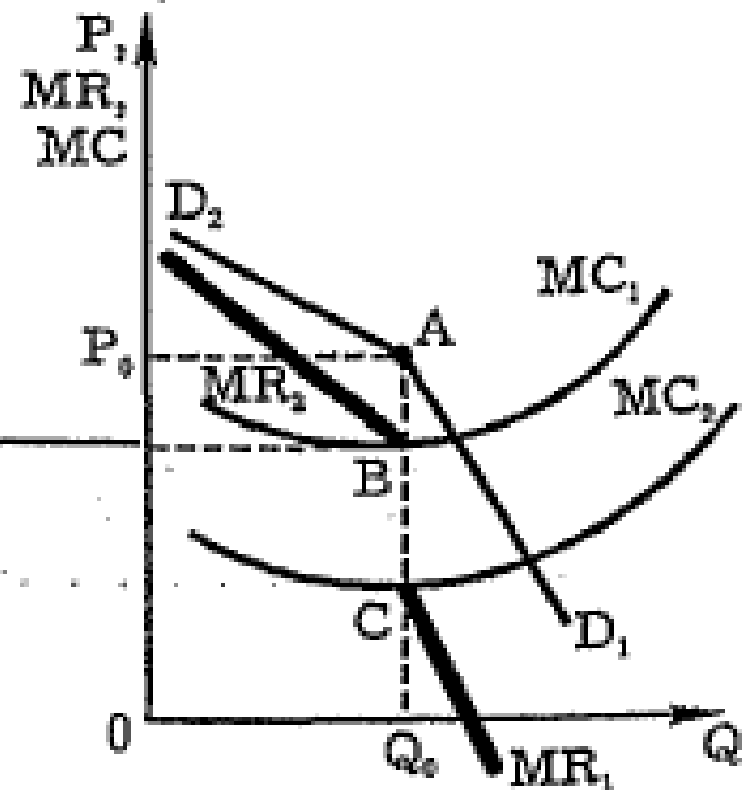


Ценообразование в условиях олигополии



а)

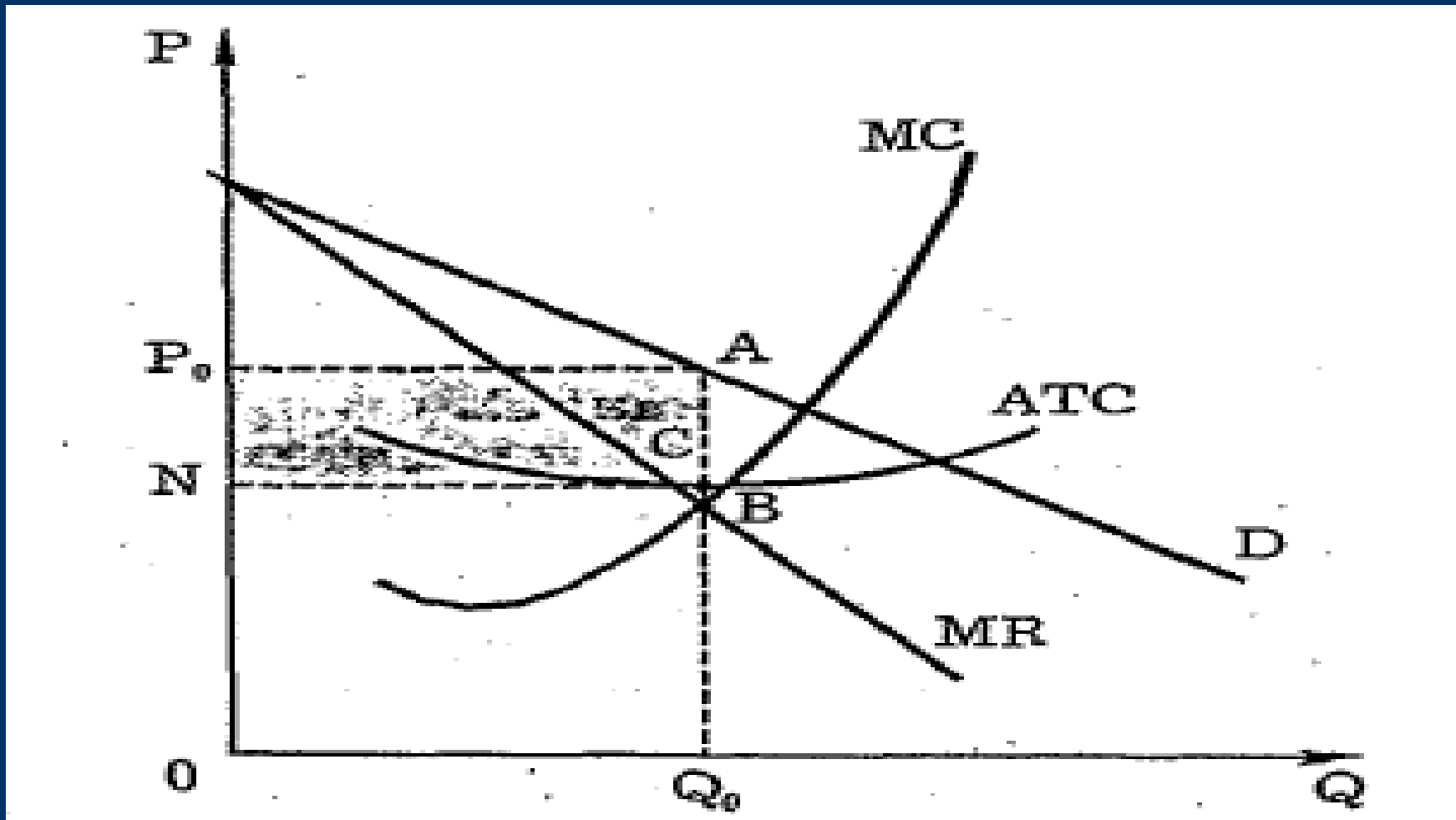
Конкуренты следуют за фирмой (в случае понижения цен)



б)

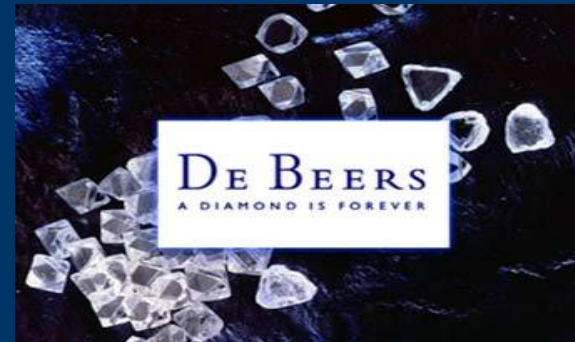
Максимизация прибыли при тайном сговоре

Тайный сговор – это негласное соглашение о ценах, разделении рынков и других способах ограничения конкуренции, которые преследуются законом.

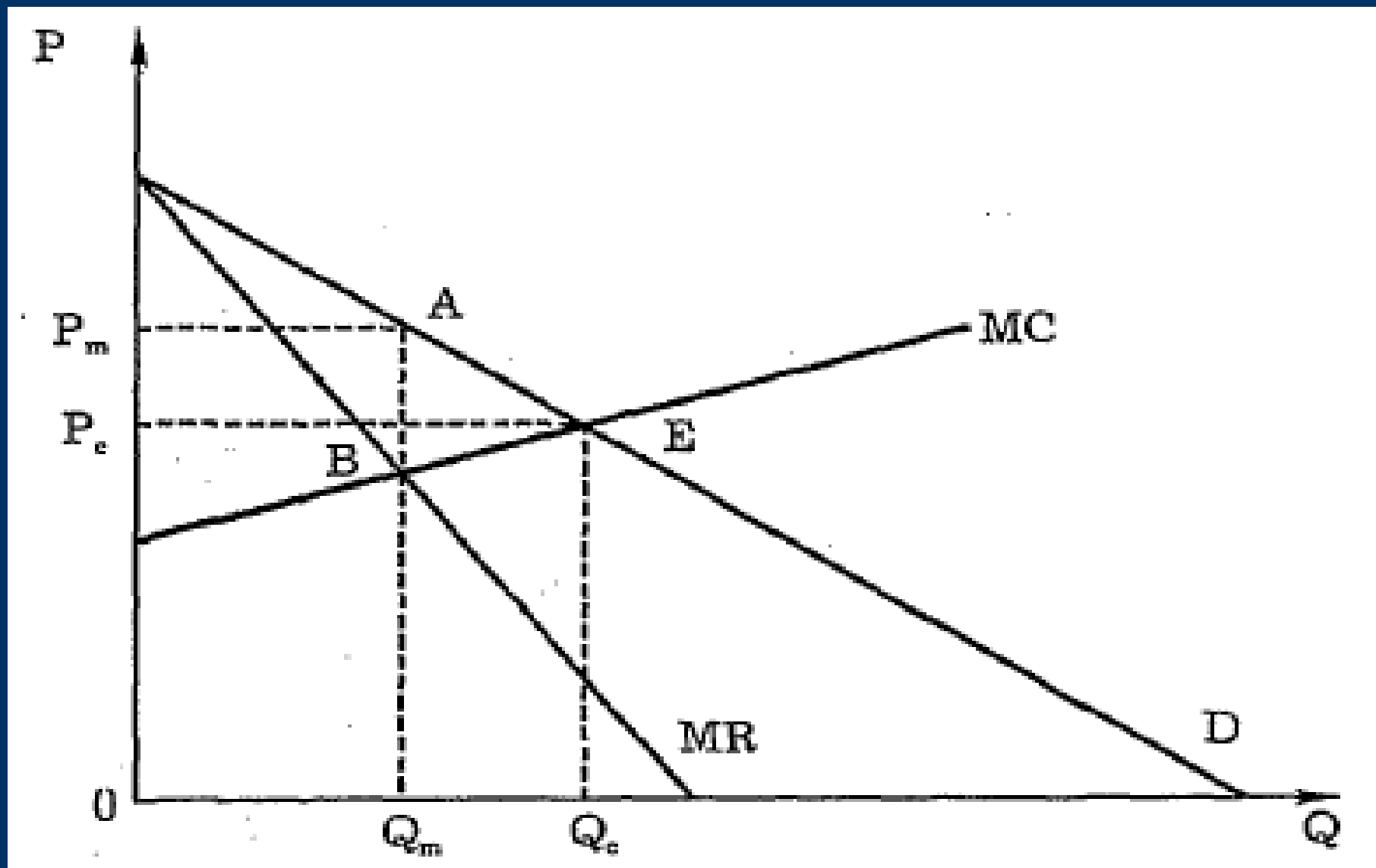


5. Монополия и монопосония

- **Чистая монополия** возникает там, где нет близких заменителей, выпускаемый продукт уникален.
- **Естественная монополия** — когда увеличение числа фирм в отрасли вызывает рост средних издержек.



Определение цены и объёма производства в условиях чистой монополии



Показатели монопольной власти

$$I_L = \frac{P_m - MC}{P_m} = \frac{1}{E},$$

где I_L — лернеровский индекс монопольной власти;
 P_m — монопольная цена;
 MC — предельные издержки;
 E — эластичность спроса на продукцию.

Рыночные структуры: основные характеристики рынка

Основные характеристики рынка	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Чистая монополия
Число фирм в отрасли	Очень велико (стремится к бесконечности)	Велико	Одна
Самостоятельность политики	Фирмы действуют самостоятельно, так как предсказать реакцию конкурентов невозможно		Фирма действует самостоятельно, так как ей не с кем считаться
Барьеры для вступления в отрасль новых производителей	Отсутствуют	Слабые	Непреодолимые
Эластичность спроса на продукцию отрасли	Небольшая	Средняя	Наименьшая
Получение фирмой экономической прибыли	В долгосрочном периоде экономической прибыли нет		Фирма может постоянно получать экономическую прибыль
Соотношение цены и предельных издержек	Цена равна предельным издержкам ($P = MC$)	Цена превышает предельные издержки ($P > MC$)	

Монопсония

- Наличие на рынке одного покупателя называется *монопсонией*.
 - Когда сталкиваются монопсонист-покупатель с монополистом-продавцом, мы имеем *двустороннюю монополию*.
 - Если в отрасли функционируют лишь две фирмы, то этот частный случай олигополии называется *дуополией*.
-
-

Монопсония

- Наличие на рынке одного покупателя называется *монопсонией*.
 - Когда сталкиваются монопсонист-покупатель с монополистом-продавцом, мы имеем *двустороннюю монополию*.
 - Если в отрасли функционируют лишь две фирмы, то этот частный случай олигополии называется *дуополией*.
-
-

Источники и литература:

1. Робинсон Джоан. Экономика несовершенной конкуренции» (The Economics of Imperfect Competition, 1933).
 2. Edward Hastings Chamberlin. Theory of Monopolistic Competition, 1933.
 3. Edward Hastings Chamberlin Monopolistic Competition Revisited, 1951.
 4. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики. Учебник для вузов. - М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА . М, 2010
 5. Курс экономической теории: учебник – 6 дополн. и переработ. изд. - Киров: „АСА“, 2007
-
-

Благодарю за внимание!

