

# Экономическая теория II п.г.

Тема 9. Типы рыночных структур и поведение фирмы на рынках совершенной и несовершенной конкуренции

Тема 10. Рынки факторов производства и механизм распределения доходов в рыночной экономике

Тема 11. Основы теории контрактов

Тема 12. Структура национальной экономики и система национальных счетов

Тема 13. Макроэкономическое равновесие и его модели

Тема 14. Совокупный спрос и совокупное предложение

Тема 15. Экономический рост, цикличность и структурные изменения экономики

Тема 16. Макроэкономическая нестабильность: безработица, инфляция и их взаимосвязь

Тема 17. Деньги: понятие, функции и ликвидность. Равновесие на денежном рынке

Тема 18. Кредит и банковская система в современной экономике

Тема 19. Мировое хозяйство: понятие, сущность и структура

Тема 20. Мировая валютная система

# ТИПЫ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

---

*Щербакова Дарья Васильевна  
Доцент СЗИУ РАНХиГС  
daria.ranepa@gmail.com*

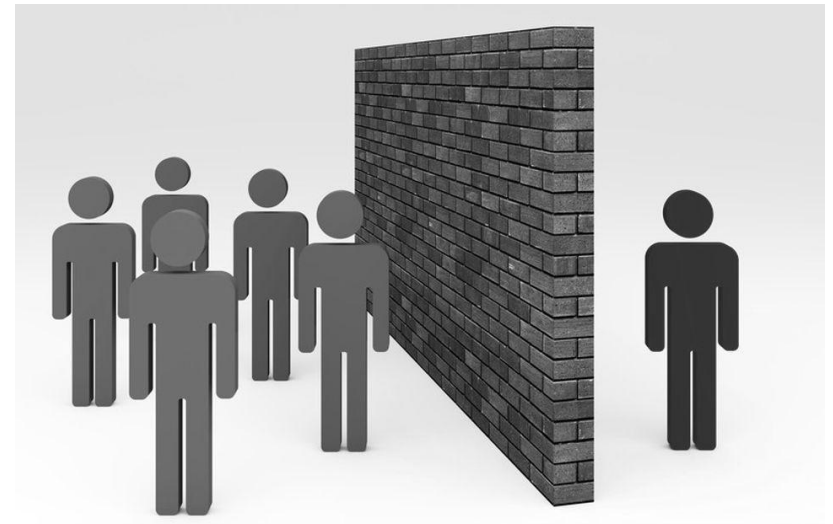
## Различные типы рынков характеризуются следующими показателями:

- число продавцов;
- входные барьеры;
- дифференциация продукции;
- участие фирм в контроле над ценами.



# Факторы, определяющие входные барьеры:

- эффект масштаба (основной фактор);
- необходимость иметь права на результаты интеллектуальной деятельности;
- необходимость лицензирования деятельности;
- засилье административного ресурса и криминала;
- транспортные расходы (к источникам сырья и каналам сбыта).



# Дифференциация продукции

заключается в том, имеет ли товар какие-либо уникальные достоинства, представляющие интерес для фокус-группы или широкого круга потребителей.

С этой точки зрения товар находится в континууме:

- однородный товар;
- фокусированная дифференциация товара;
- широкая дифференциация товара;
- уникальный товар.



# Участие фирм в контроле над ценами

заключается в широком диапазоне от полного контроля до его отсутствия (получатели цен).

Возможны различные формы контроля:

- свободное ценообразование;
- сговор; лидерство в цене;
- стратегия дифференциации.



# Совершенная конкуренция

Основные особенности:

- действует множество малых фирм;
- все фирмы являются получателями цены, сложившейся в результате баланса спроса и предложения;
- на рынке продается однородный продукт;
- идеально информированы все участники (продавцы/покупатели);
- невысоки транспортные расходы.



# Формирование спроса на рынке совершенной конкуренции

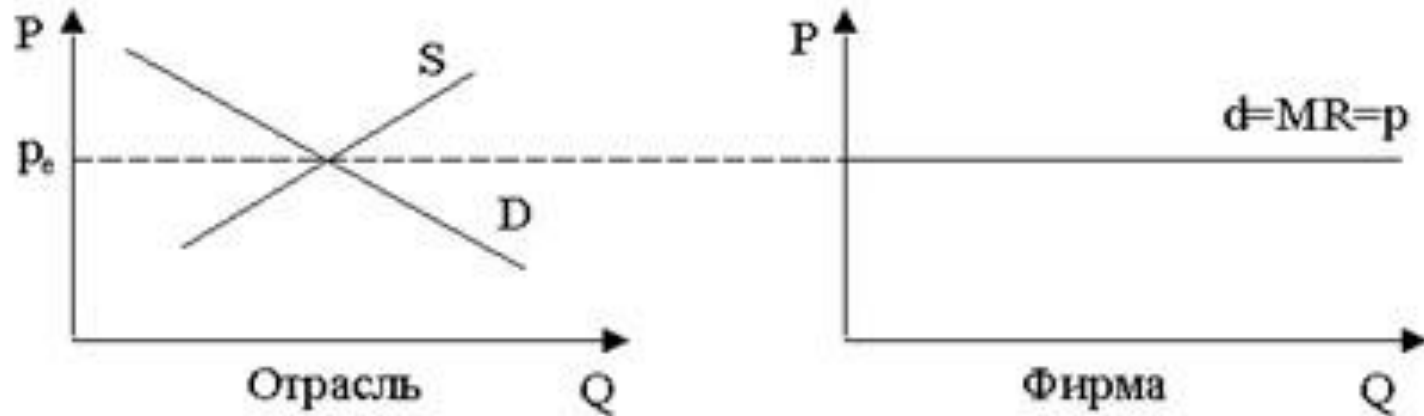


Рис. 1. Кривая спроса на продукцию фирмы – совершенного конкурента

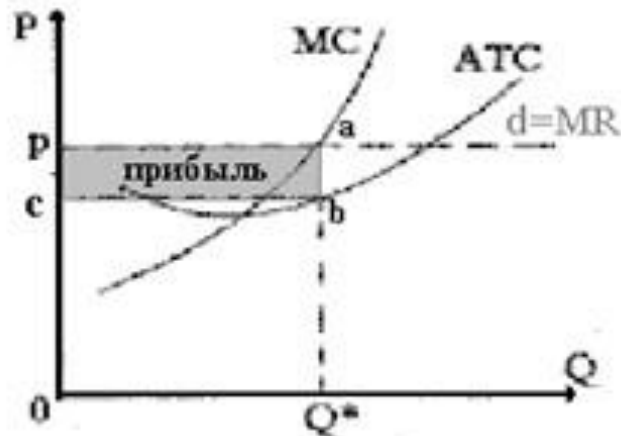


Рис.2 Максимизация прибыли

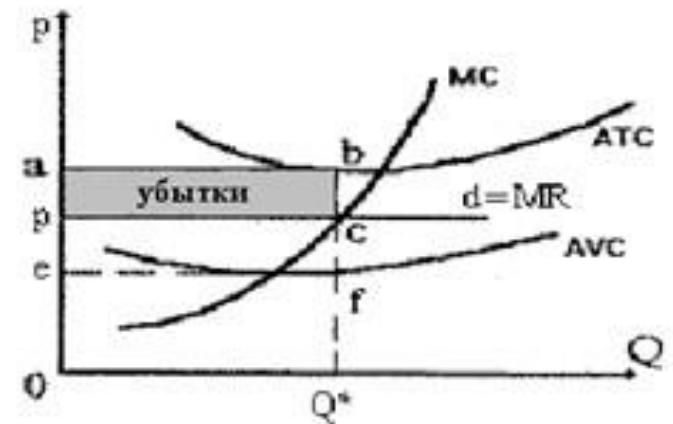


Рис. 3 Минимизация убытков



# Монополия

- поставщиком товара является одна фирма
- производимый товар не имеет на рынке близких заменителей;
- Монополист диктует цену

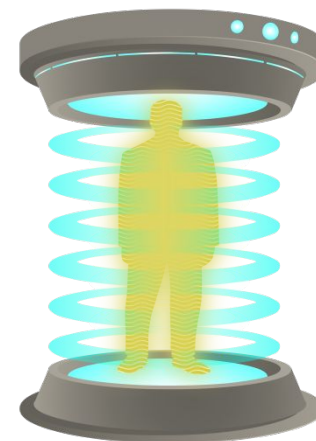
Закрытая



Естественная



Открытая



# Особенности формирования спроса на монополистическом рынке

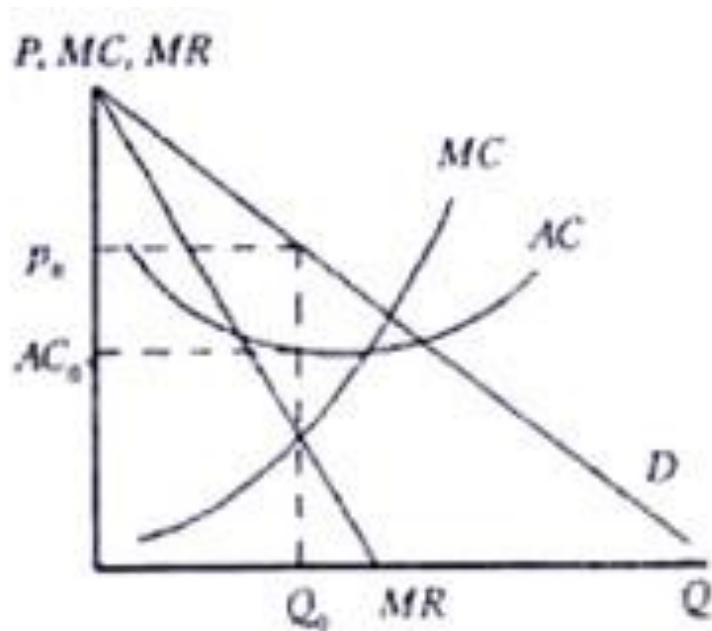


Рис. 1. Равновесие в краткосрочном периоде

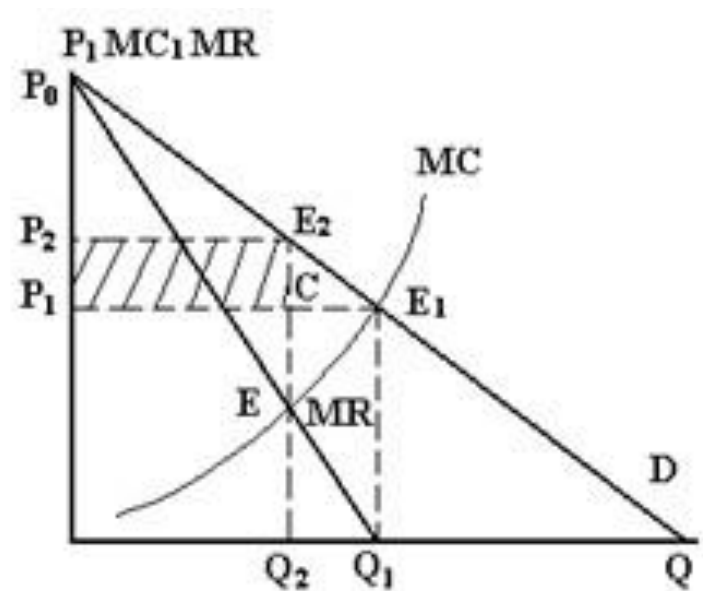


Рис. 2. Потери от несовершенной конкуренции



# Монополистическая конкуренция

Осуществляется тогда, когда много продавцов конкурируют, чтобы продать дифференцированный продукт на рынке, где возможно появление новых продавцов.





Для рынка с монополистической конкуренцией характерно следующее:

- товар каждой фирмы, торгующей на рынке, является несовершенным заменителем товара, реализуемого другими фирмами;
- на рынке существует относительно большое число продавцов, каждый из которых удовлетворяет небольшую, но не микроскопическую долю рыночного спроса на общий тип товара, реализуемого фирмой и ее соперниками;
- продавцы на рынке не считаются с реакцией своих соперников, когда выбирают, какую установить цену на свои товары или когда выбирают ориентиры по объему годовых продаж;
- на рынке есть условия для свободного входа и выхода.

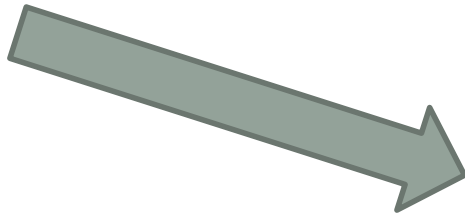
# Олигополия

- участников настолько мало (обычно от двух до восьми) и они столь значимы, что между ними приходится учитывать стратегическую взаимозависимость;
- участникам рынка трудно принимать корпоративные решения, т.к. надо предугадывать действия конкурентов;
- наличие сходной или слабо дифференцированной продукции.



# Модели олигополии

1. Ценовая война
2. Отказ от войн и стабильность
3. Лидерство в ценах
4. Опасность появления «чужака»
5. Картель



Наличие барьера для других  
Определение емкости рынка  
Установление квот  
Установление контроля

# Сравнительная характеристика

Характеристики рынков	Рынки несовершенной конкуренции			Рынок совершенной конкуренции
	Монополия	Олигополия	Рынок монополистической конкуренции	
				
Число продавцов	Один (или один доминирующий среди нескольких)	Несколько взаимозависимых (до 5-8)	Достаточно много независимых (до 10-15)	Много независимых
Входные барьеры	Непреодолимые	Высокие	Высокие в краткосрочном периоде Исчезают в долгосрочном периоде	Отсутствуют
Дифференциация продукции	Нет (один продукт)	Возможна, но нехарактерна	Есть	Нет
Контроль над ценами	Полный	Нелегальный (сговор)	За счет дифференциации	Нет (получатели цены)



# Особые виды рынка

- **МОНОПСОНИЯ** – диктат одного потребителя (несколько производителей – один потребитель);
- **двусторонняя монополия** (один производитель – один потребитель).
- **дуополия** - частный случай олигополии (две доминирующие фирмы).



