



Модели рынка

Лекция 4



План

1. Конкуренция и типы рыночных структур.
2. Совершенная конкуренция.
3. Монополия.
4. Олигополия.
5. Монополистическая конкуренция.



Модель рынка

- это условия, в которых протекает рыночная конкуренция.

«Там, где нет конкуренции, спится лучше, но живётся хуже»

Конкуренция – это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров



Виды конкуренции

Ценовая

- вид конкуренции, при котором основным является манипулирование ценой

Неценовая

- вид конкуренции, при котором привлечение потребителя идёт путем манипулирования неценовыми факторами



Виды конкуренции

Совершенная конкуренция

- тип рынка, где ни один из продавцов или покупателей не способен оказать существенного влияния на рыночную цену товара

Несовершенная конкуренция

- тип рынка, где продавец или покупатель способен оказать влияние на рыночную цену товара



Основные модели рынка

1

- Совершенная конкуренция

2

- Чистая монополия

3

- Монополистическая конкуренция

4

- Олигополия



Схема характеристики моделей рынков

1. Число фирм.
2. Тип производимого товара:
*стандартизированный (однородный)
или дифференцированный.*
3. Контроль над ценой (*есть или нет, в
каких формах*).
4. Барьеры вступления в отрасль.
5. Неценовая конкуренция.
6. Примеры.



Совершенная конкуренция

1. Очень велико. Количество фирм таково, что нет возможности договориться о цене.
2. Стандартизированная продукция.
3. Контроля за ценой нет.
4. Барьеров нет, свободное движение.
5. Неценовая конкуренция не ведётся.
6. Фондовая или товарная биржа, рынок валют, рынок с/х продуктов.



Монополистическая конкуренция

1. Велико, но меньше, чем на рынке чистой конкуренции. Число фирм должно быть таким, чтобы не было сговора.
2. Дифференцированный товар (по качеству, условиям продажи и оказания услуг, по размещению и степени доступности, мнимые различия: реклама, лотереи, конкурсы, скидки).



Монополистическая конкуренция

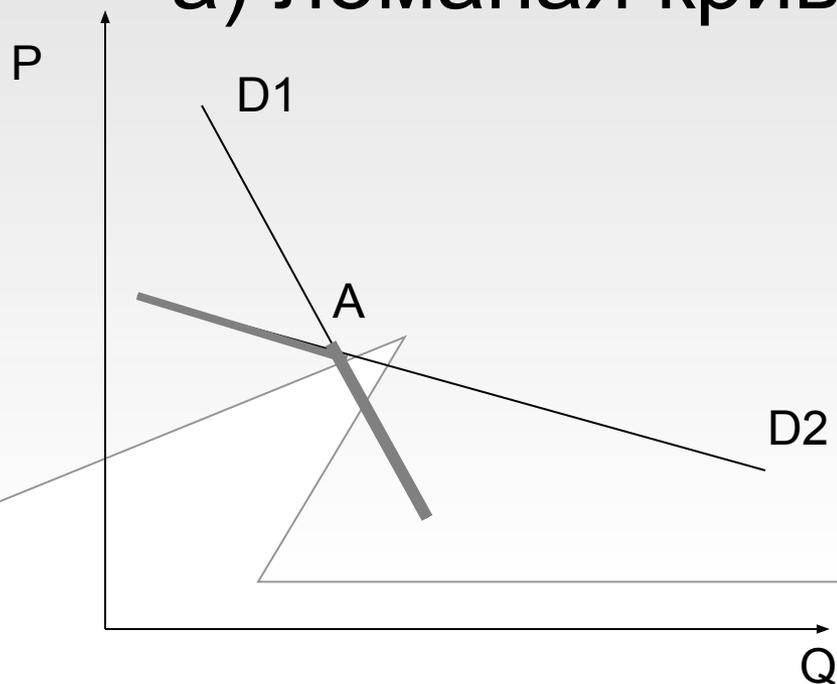
3. Контроль над ценой незначительный.
4. Барьеры несущественные (финансовые).
5. Неценовая конкуренция очень активная (реклама).
6. Легкая промышленность, розничная торговля.



Олигополия

1. Количество фирм незначительно.
2. Оба вида товара (н-р, нефть, ПК, ТВ).
3. Жёсткий контроль над ценой:

а) ломаная кривая спроса





Ломаная кривая спроса – кривая спроса на продукцию олигополиста, которая основана на том, что конкурент следует снижению цен, но игнорирует повышение цен.

б) Картель – соглашение между предприятиями (одной отрасли) о ценах и объёмах производства.

в) Лидерство в ценах, когда фирмы-олигополисты следуют решению фирмы-лидера.



4. Барьеры:

- эффект масштаба;
- юридический;
- контроль над стратегическим сырьём;
- эффект слияния.

5. Очень активная неценовая конкуренция.

6. Важнейшие металлы (Al, Ni), почти все отрасли машиностроения, электробытовая техника, компьютерный бизнес.



Чистая монополия

1. Одна единственная фирма (подчинение рынка какому-то одному участнику рыночных отношений).
2. Уникальный товар, нет заменителей.
3. Контроль за ценой абсолютный.
4. Барьеры велики (правовой, экономический, масштаб, технологический).
5. Неценовая конкуренция ведётся слабо.
6. Небольшой населённый пункт и единственное предприятие.



Особенности монополизма в России

1991 г. – принят Закон РФ «О конкуренции и ограничении монопольной деятельности на товарных рынках».

Естественная монополия – отрасль, в которой долгосрочные средние издержки производства достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает весь рынок.

Примеры: РЖД, РАО ЕЭС, ОАО «Газпром», добыча стратегического сырья, коммунальные услуги...