

Типы рыночных структур





Рыночная структура

Критерии классификации
рыночных структур

- Число продавцов и покупателей
 - Тип продукции
 - Барьеры входа и выхода
 - Воздействие на цену
- 
- 



Рыночная структура

Типы рыночных структур:

– Совершенная конкуренция

– Монополия

– Монополистическая
конкуренция

– Олигополия





Что такое совершенная конкуренция?

- **Характеристики совершенной конкуренции**
- **Реальна ли совершенная конкуренция?**





Характеристики совершенной конкуренции

1. На рынке существует большое число производителей и покупателей и каждый из них занимает ничтожную долю в продажах и покупках.





Характеристики совершенной конкуренции

2. Продавцы предлагают
стандартизированную
продукцию

3. Можно легко войти на рынок
и выйти с него (низкие
барьеры входа).

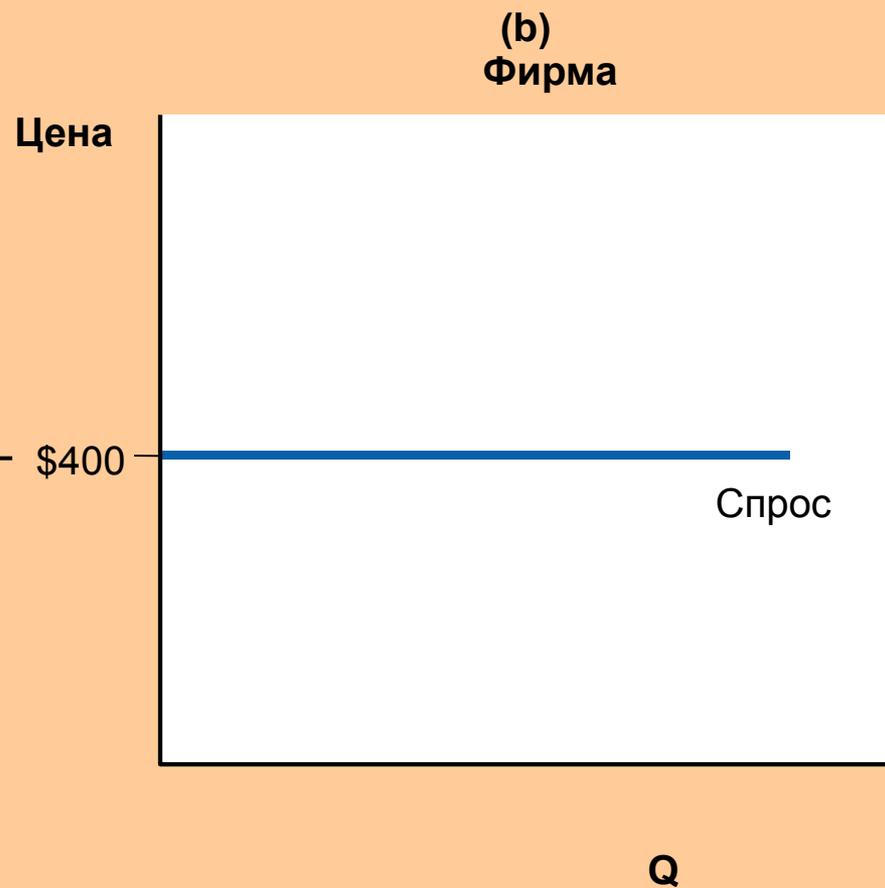
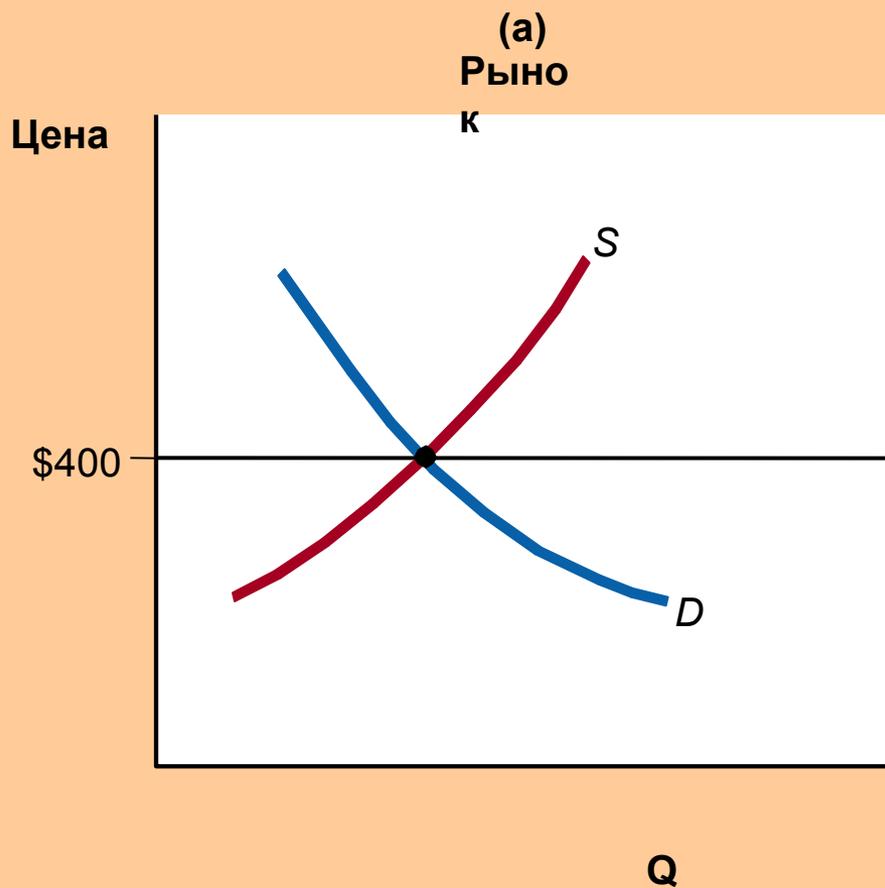




Фирма в условиях совершенной конкуренции

- Цель: максимизировать прибыль
 - Издержки производства - фиксированная величина, которая зависит от технологии и цен на ресурсы
 - Необходимо найти оптимальный объем производства
- 
- 

Рыночное равновесие и фирма





Фирма в условиях совершенной конкуренции

Price Taker (ценополучатель)

Цена - фиксированная
извне величина





Фирма в условиях совершенной конкуренции

Объем производства в условиях совершенной конкуренции является основным планируемым показателем. Оптимальным будет объем производства, максимизирующий прибыль или минимизирующий убытки





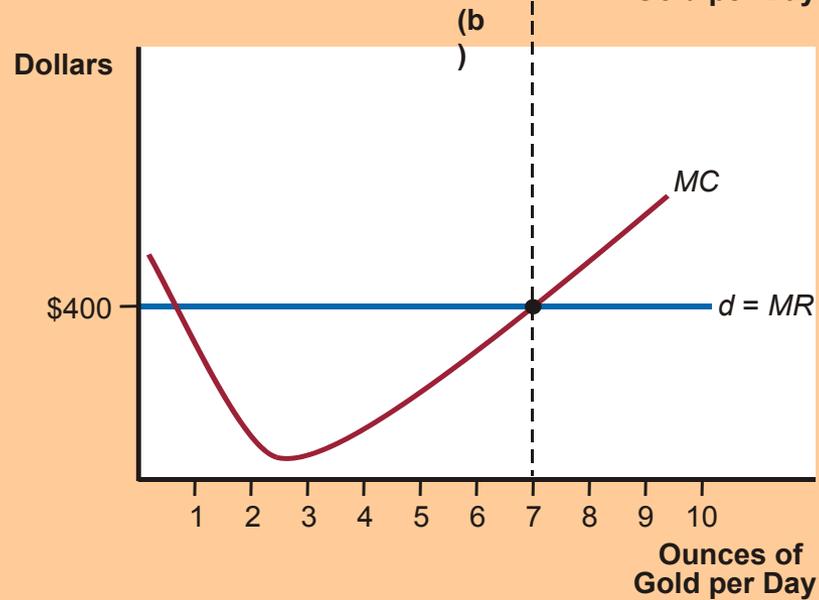
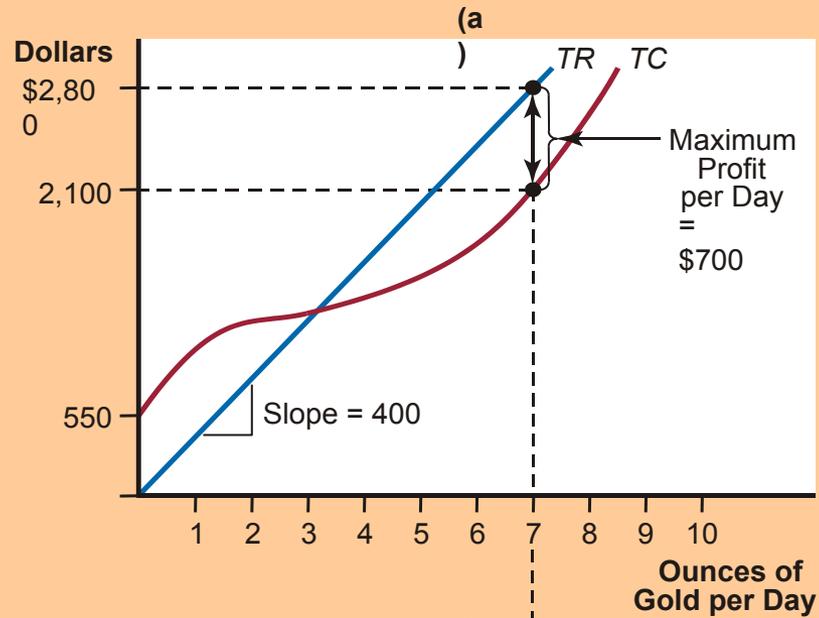
Поиск оптимального объема производства



- Сравнение общей выручки и общих издержек
 - Сравнение предельной выручки и предельных издержек
- 
- 

Фирма в условиях совершенной конкуренции

КОНКУРЕНЦИИ



Монополия





Что такое монополия?

Монополия - это рыночная структура, когда единственный продавец на рынке продает товар или услугу, не имеющие заменителей.





Источники монополии

- Экономия на масштабе
- Контроль за ресурсами
- Административные барьеры





Экономия на масштабе

Естественные монополии

Это рынок, на котором единственная фирма достигает более низких значений средних издержек, чем при наличии двух и более конкурентов





Административные барьеры

Защита интеллектуальной собственности

- Государство защищает собственника интеллектуального продукта в течении некоторого периода времени
- В то же время весьма значима конкуренция нововведений





Административные барьеры

Патенты

**Защита исключительных
прав на производство
нового продукта или
использование научного
открытия**





Административные барьеры

Авторское право

Защита исключительных

прав на продажу

литературных,

художественных,

музыкальных произведений





Административные барьеры

Государственная МОНОПОЛИЯ

Правительство берет в свое
исключительное ведение какую-
нибудь сферу (например, почта
или пожарная служба).





Поведение фирмы в условиях монополии

- Монопольная цена и принятие решение о выпуске
- Прибыль или убытки





Поведение фирмы в условиях МОНОПОЛИИ

Монополист может выбирать и цену, и объем производства. Означает ли это, что он может назначить любую цену и выбрать любой уровень производства? Нет! Степень свободы монополиста ограничена технологией производства и уровнем платежеспособного спроса





Монопольная цена и объем выпуска



**Монополист никогда не будет
производить тот объем
продукции, при котором
предельная выручка
отрицательна.**





Короткий и длинный период

Монополист может нести
убытки из-за слабого спроса
только в краткосрочном
периоде, в долгосрочном
периоде он скорее всего
переместит ресурсы в более
доходные отрасли





Экономические последствия монополий

На монопольном рынке обычно устанавливается более высокая по сравнению с рынком совершенной конкуренции цена и более низкий объем продукции





Монополистическая конкуренция

Характеристики монополистической конкуренции:

1. Много продавцов и покупателей
 2. Невысокие барьеры входа
 3. Дифференцированная продукция
- 
- 



Монополистическая конкуренция

На своем сегменте фирма может вести себя как монополист, но чем больше у товара субституттов, тем более поведение фирмы ограничено реакцией конкурентов





Неценовая конкуренция

Неценовая конкуренция не связана с изменениями цен, она основана на улучшении качественных характеристик товара и проведении целенаправленной политики стимулирования продаж





Олигополии

Олигополия

это рыночная структура, когда на
отраслевом рынке действует
небольшое количество продавцов,
имеющих возможность
согласования своей рыночной
политики





Почему олигополии существуют?



- **Эффект масштаба - естественные олигополии**
 - **Высокие входные барьеры (стратегические и поведенческие)**
 - **Политика государства**
- 
- 



Поведение олигополиста

Олигополист вынужден
принимать во внимание
возможную реакцию конкурентов





Поведение олигополиста

- война цен
 - тайный сговор
 - олигополия доминирования
 - связанные продажи
 - картели
- 
- 



Границы олигополии

- **Антимонопольное законодательство**
- **Глобализация**
- **Технологические изменения**

