

ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Тема 1. Рыночные структуры

Классификация рынков по Штакельбергу

Покупатели	Продавцы		
	Много	Несколько	Один
Много	Двухсторонняя полиполия	Олигополия	Монополия
Несколько	Олигопсония	Двухсторонняя олигополия	Монополия, ограниченная олигопсонией
Один	Монопсония	Монопсония, ограниченная олигополией	Двухсторонняя монополия

Условие вхождения на рынок по Бэйну

- $E = (P_L - P_c) / P_c$,
- условие входа на рынок (E), определяется относительным превышением действительной ценой товара (P_L) его конкурентной цены, равной средним общим затратам длительного периода (P_c)

Классификация рынков по Чемберлену и Бэйну

Тип строения рынка	Взаимозаменяемость товаров, $E(p)_{ij}$ $\rightarrow \infty$	Взаимозависимость предприятий, $e(q)_{ij}$ $\rightarrow 0$	Условие входа, E $\rightarrow 0$
Совершенная конкуренция			
Монополистическая конкуренция	$0 < e(p)_{ij} < \infty$	$\rightarrow 0$	$\rightarrow 0$
Однородная олигополия	$\rightarrow \infty$	$0 < e(q)_{ij} < \infty$	$E > 0$
Неоднородная олигополия	$0 < e(p)_{ij} < \infty$	$0 < e(q)_{ij} < \infty$	$E > 0$
Монополия	$\rightarrow 0$	$\rightarrow 0$	Вход блокирован

Формы конкуренции в рыночных структурах

Формы конкуренции	Признаки, определяющие форму конкуренции	Степень контроля
Совершенная	Множество фирм, производящих однородный продукт Отсутствие ограничений для межотраслевого перелива капитала Полная информация о рынке	Отсутствие контроля над ценами
Несовершенная		
1. Монополия (чистая)	Продукт производится только одной фирмой	Очень высокая степень контроля над ценами
2. Дуополия	Производство однородного вида продукции сосредоточено на двух фирмах	Частичный контроль над ценами
3. Олигополия	Относительно небольшое количество фирм, производящих однородную продукцию или дифференцированную продукцию	Частичный контроль над ценами
4. Монополистическая конкуренция	Множество производителей, много различий в качестве продукции	Очень слабый контроль над ценами

Признаки модели совершенной конкуренции

- 1) наличие множества продавцов и покупателей;
- 2) товар на таком рынке столь однороден, что ни один из продавцов не может выделиться особыми свойствами своей продукции;
- 3) невозможность влияния на рыночную цену, так как ни один из продавцов или покупателей не обладает существенной долей рынка;
- 4) свободный вход и выход с рынка;
- 5) максимальная доступность информации о ценах и товарах;
- 6) абсолютная эластичность спроса.

Монополистическая конкуренция возникает в отраслях, где

- 1) для осуществления производственной деятельности не требуется создания крупных предприятий, а соответственно, не требуется очень крупных денежных средств;
- 2) возможно создание многих разновидностей товара, удовлетворяющего определенную потребность;
- 3) права отдельной фирмы на исключительное изготовление созданной ею разновидности товара можно защитить с помощью авторских прав и прав на товарный знак.

Типы олигополистического поведения

- 1) тайная олигополия (при наличии сговора рыночная цена будет соответствовать ситуации монополии);
- 2) олигополия доминированная (наличие доминирующей фирмы с долей рынка 60—80%, способной влиять на цену, и большого числа фирм-аутсайдеров; наличие высоких барьеров входа и выхода);
- 3) монополистическая конкуренция.