

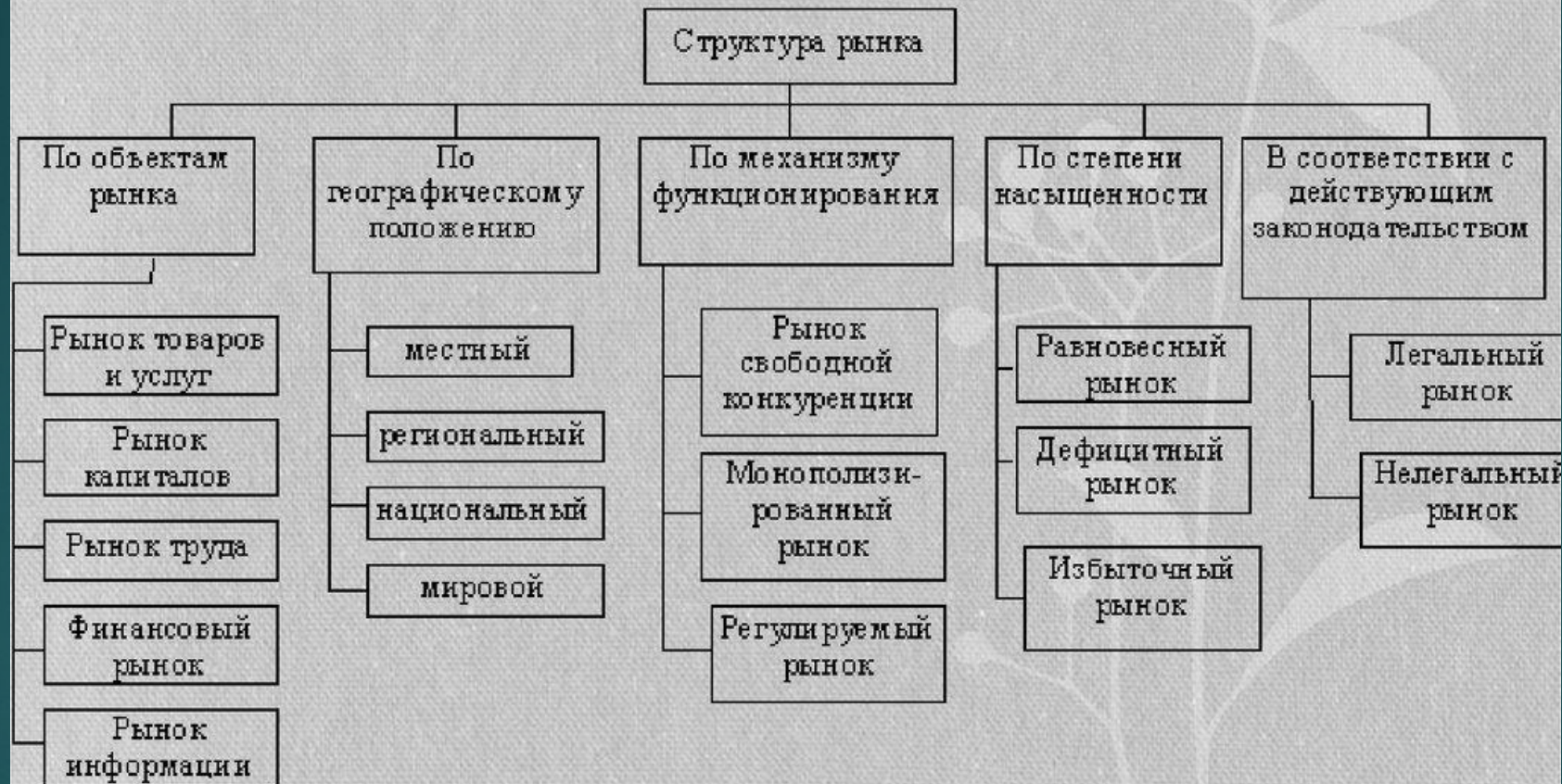


Рыночные структуры в Российской экономике

ВЫПОЛНИЛ: СТУДЕНТ ГРУППЫ
ХТ-19-06 ВАШЕНЦЕВ М.А.

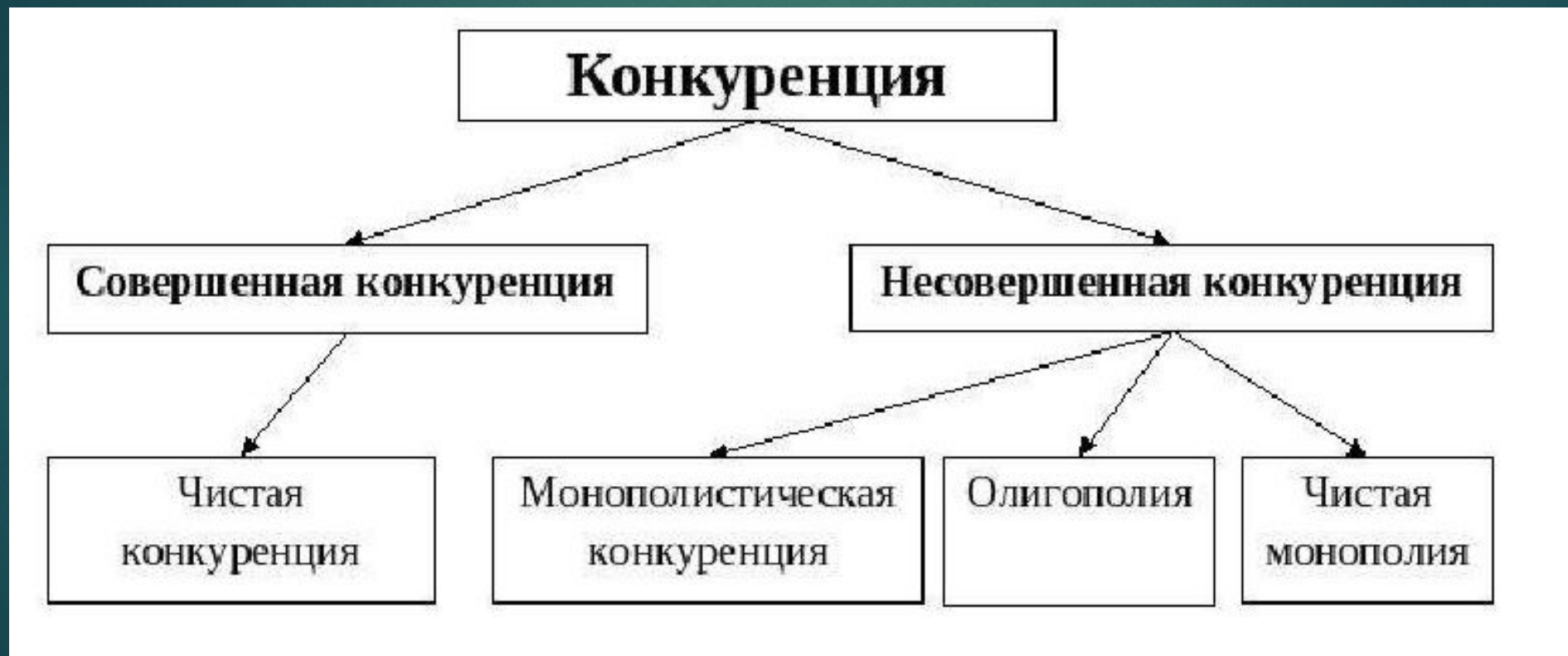
ПРОВЕРИЛ: АНТРОПОВ В.В.

Структура рынка:



Рыночные структуры

- ▶ Конкуренция - основная отличительная черта рыночных отношений.



Для описания изменения выручки при увеличении количества продаваемой продукции на всех типах рынка используются показатели валовой, средней и предельной выручки

- ▶ **Валовая выручка (TR)** – это ее общая величина при разных возможных количествах реализуемой продукции: $TR = P \cdot Q$.
- ▶ **Средняя выручка (AR)** – это выручка, приходящаяся на единицу продукции при разных возможных объемах продаж: $AR = TR / Q$.
- ▶ **Предельная выручка (MR)** – это прирост объема выручки при продаже дополнительной единицы продукции Q : $MR = \Delta TR / \Delta Q$.



Первый тип рынка - свободная конкуренция

5

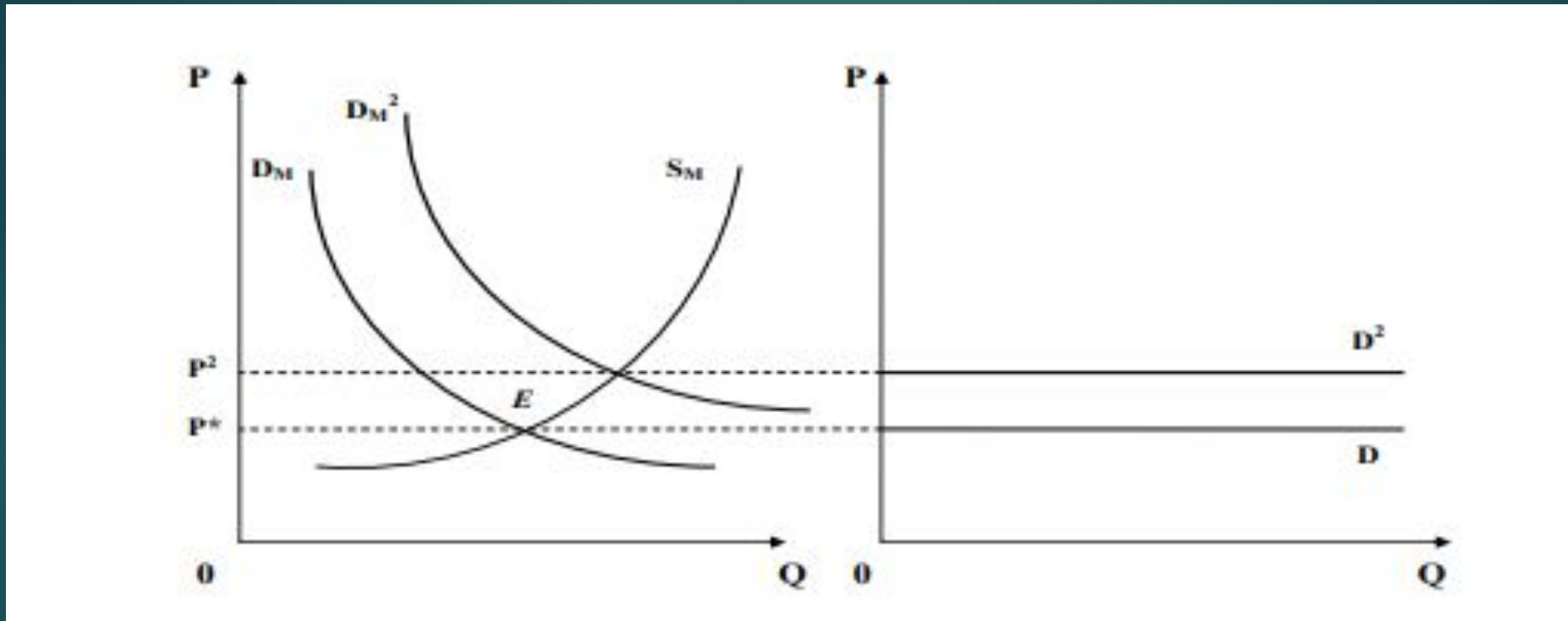


Рис.1.1. Изменение рыночного спроса и спроса на продукцию фирмы в условиях совершенной(свободной) конкуренции



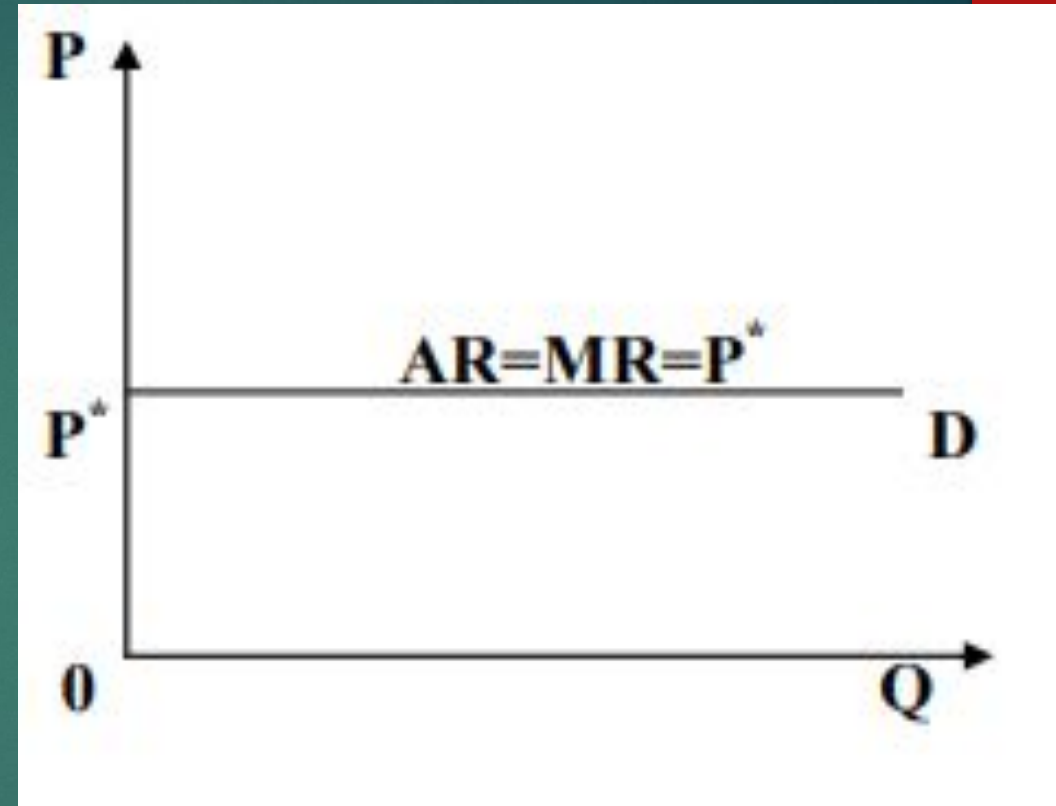
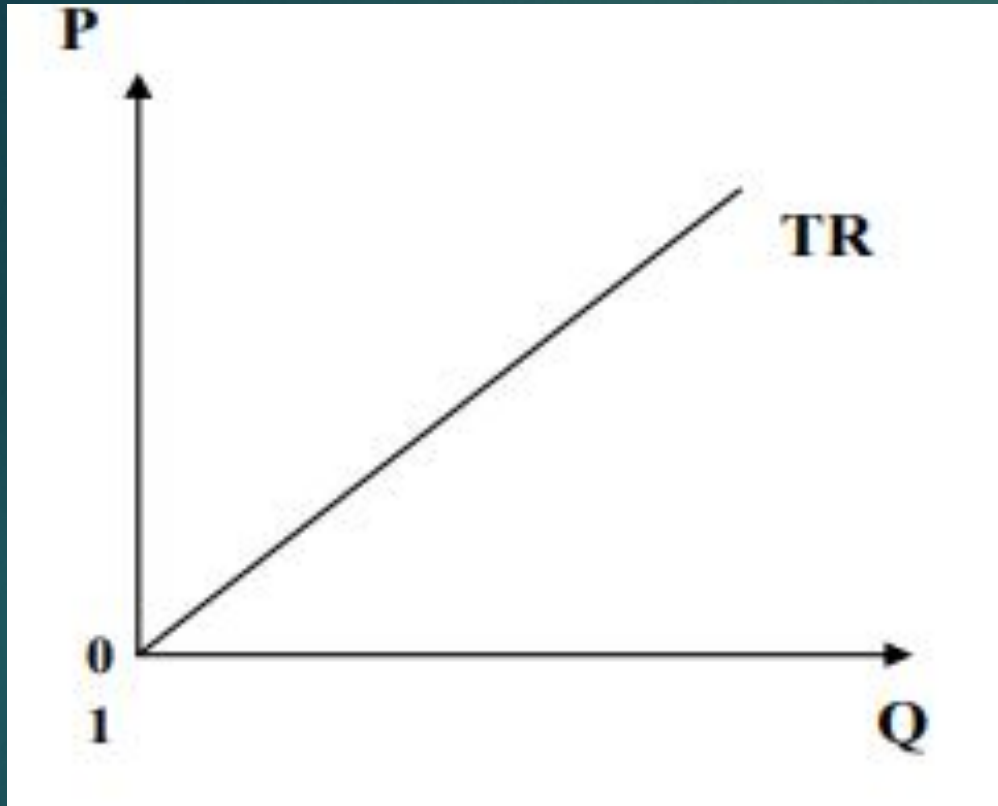


Рис.1.2. Валовая, средняя и предельная выручка на рынке совершенной конкуренции



Второй тип рынка - монополистическая конкуренция

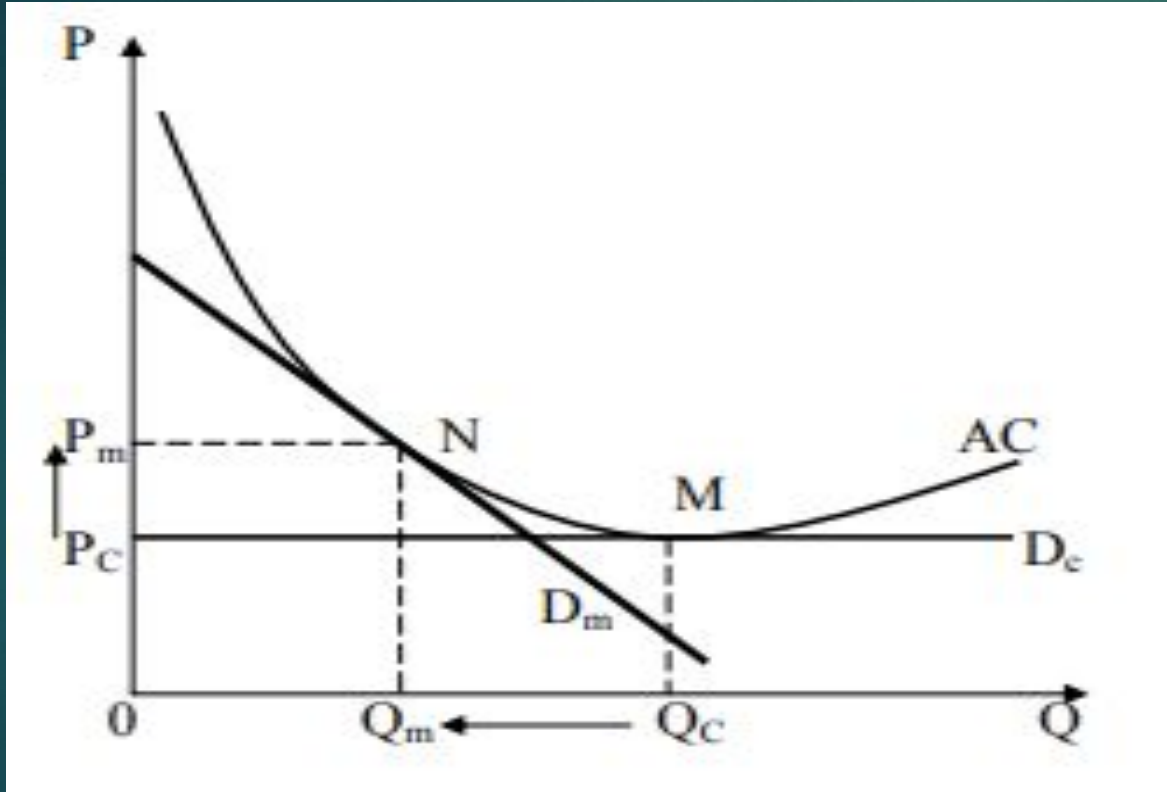


Рис.1.3. Определение цены и объема производства на рынках совершенной и монополистической конкуренции



Третий тип рынка - Олигополия

8

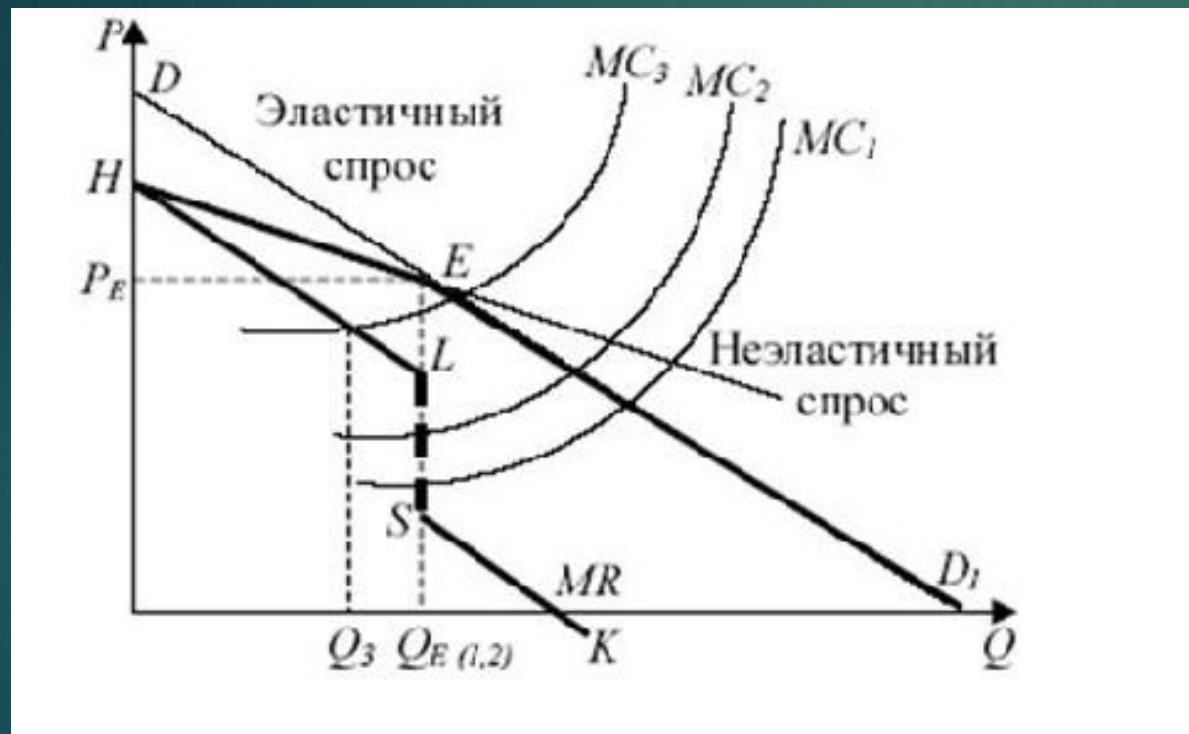


Рис.1.4. Кривая спроса олигополии



Причинами становления олигополии являются:

9

- ▶ 1) возможность в некоторых отраслях эффективного производства только на крупных предприятиях;
- ▶ 2) владение патентами и контроль над сырьем;
- ▶ 3) поглощение слабых фирм более сильными на основе финансовых операций, направленных на приобретение предприятия полностью или частично путем скупки контрольного пакета акций или значительной доли капитала;
- ▶ 4) эффект слияния, имеющего добровольный характер, при котором новая фирма может добиться ряда преимуществ: возможности контролировать рынок, цену, закупать сырье по более низким ценам;
- ▶ 5) научно-технический прогресс, с которым связано расширение производства с целью реализации эффекта масштаба.



Чистая монополия - четвертый тип рынка

10

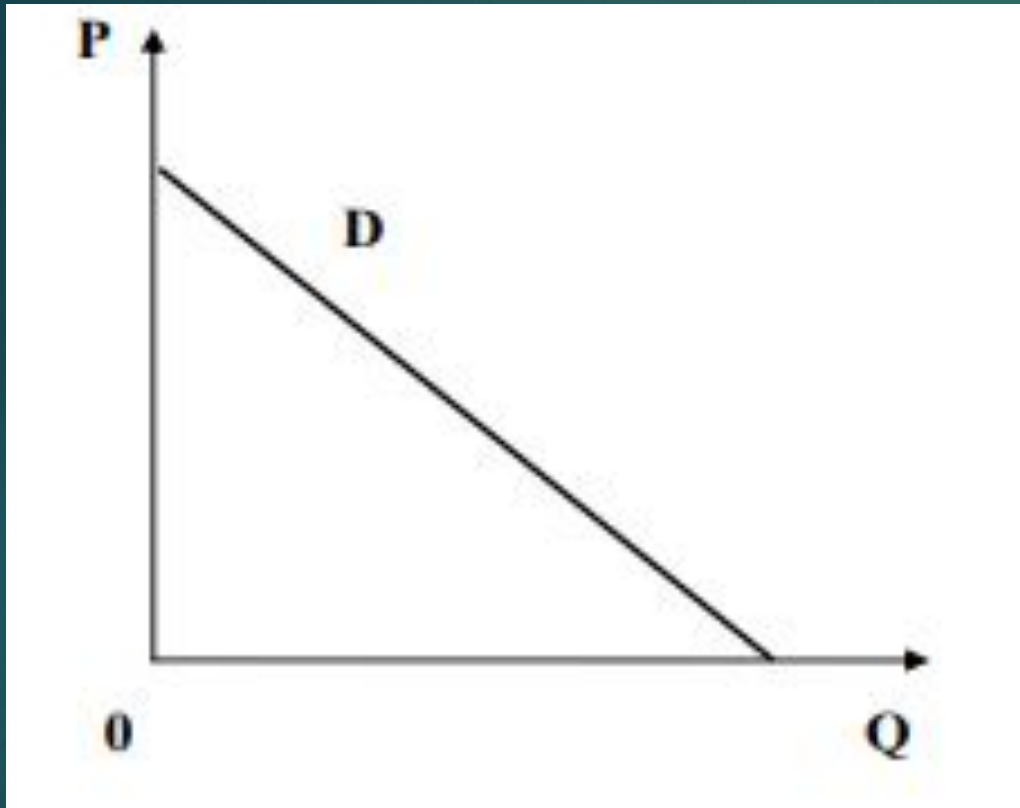


Рис.1.5. Кривая спроса на продукцию отрасли в условиях чистой монополии



Измерение степени монополизации рынка

11

- ▶ Индекс Лернера:

$$L = \frac{P_M - MC}{P_M}$$

где L – индекс монопольной власти, P_M – монопольная цена, MC – предельные издержки.

- ▶ Индекс Херфиндаля-Хиршмана:

$$H = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2 = \sum_{i=1}^n S_i^2$$



Сравнительная характеристика рыночных структур

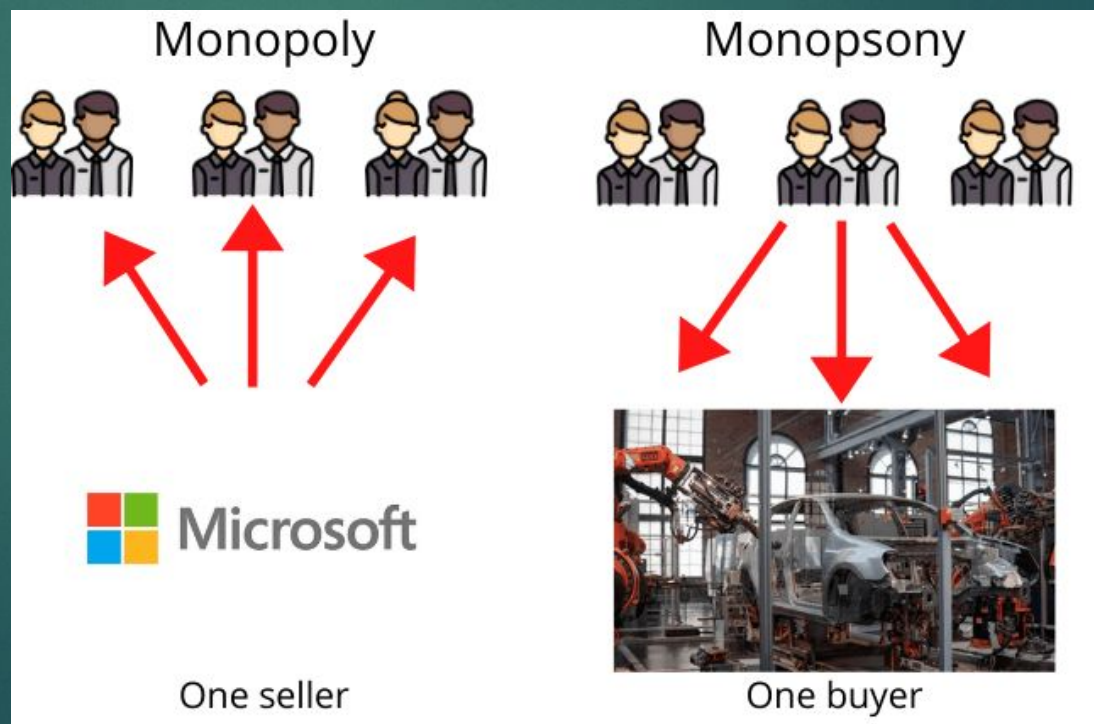
12

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 (ширпотреб)
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).



Вывод

Американский экономист У. Шеферд, выделяет пять главных факторов роста доли рынков эффективной конкуренции:

- ▶ · рост импорта, увеличение доли импортируемых товаров на рынке;
- ▶ · антитрестовская политика;
- ▶ · отказ от регулирования (дерегулирование);
- ▶ · изменение в вертикальной структуре;
- ▶ · снижение минимального эффективного размера фирмы.

