

Конкуренция и типы рыночных структур

Подготовил: к.э.н., доцент
А.И. Рябошапка




Содержание темы

- 1. Конкуренция и типы рыночных структур. Основные характеристики.
- 2. Firma на рынке совершенной конкуренции. Определение цены и объема выпуска.
- 3. Firma на рынке несовершенной конкуренции. Правило максимизации прибыли.

1. Конкуренция и типы рыночных структур. Основные характеристики

- Конкуренция – это отношение соперничеств, состязательности и борьбы между производителями и потребителями на рынке

Теории конкуренции:

-  Поведенческая
-  Структурная
-  Функциональная

Структурная теория конкуренции

- Основоположники теории –
- Дж. Робинсон и Э. Чемберлин

Рыночная среда характеризуется структурами рынков совершенной и несовершенной конкуренции

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ КОНКУРЕНТНЫХ РЫНКОВ

Виды рынков	Рынок чистой конкуренции	Рынок монополистической конкуренции	Рынок олигополии	Рынок чистой монополии
Количество участников	Множество	70-90	5-7	1-2
Тип продукта	стандартизированный	дифференцированный	дифференцированный	уникальный
Тип конкуренции	ценовая	Сочетание ценовой и неценовой	неценовая	Диктат цен
условия вхожд. и выхода	Свободный вход	Рынки доступны участникам	Барьеры вхожд./выхв отрасль	Рынок недоступен



Совершенная конкуренция и ее характеристики

- **Рынок совершенной конкуренции** – это тип рыночной структуры, на котором большое количество участников производит однотипный продукт и реализуется ценовая конкуренция.

Характеристики рынка совершенной конкуренции

- Рынок совершенной конкуренции характеризуется следующими чертами:
- Неограниченное количество участников;
- Производство однотипного продукта;
- Ценовая конкуренция;
- Отсутствие барьеров входа-выхода на рынок;
- Информация равномерно распределяется между всеми участниками рынка.

Данный тип рыночной структуры характеризуется отсутствием рыночной власти одной или нескольких фирм.

2. Фирма на рынке совершенной конкуренции

Конкуренция – это отношение соперничества, состязательности и борьбы, возникающее между производителями и потребителями на рынке

Рынок совершенной конкуренции – это тип рыночной структуры, на котором большое количество участников производит однотипный продукт и реализуется ценовая конкуренция.

Конкурентоспособность фирмы – это возможность фирмы предложить товар, удовлетворяющий конкурентным требованиям потребителя в требуемом количестве в нужные сроки и на наиболее выгодных условиях.

Спрос на продукцию совершенного конкурента – т.к. продукция совершенного конкурента является стандартизированной, то спрос на ее продукцию является абсолютно эластичным, а кривая спроса будет параллельна оси абсцисс.

Максимизация прибыли – усилия, направленные на получение наивысшей прибыли от предпринимательской деятельности.

Рентабельность – это эффективность, прибыльность, доходность предприятия или предпринимательской деятельности.



Спрос на продукцию совершенного конкурента

- На рынке совершенной конкуренции спрос зависит от уровня цен и качества продукции.
- Линия спроса совершенного конкурента имеет вид горизонтальной прямой. Это означает, что отдельная фирма не может повлиять своим решением о цене продажи продукции на равновесную, рыночную цену.

Фирма на конкурентном рынке

Поскольку продукция совершенно конкурентной фирмы является стандартизированной, то спрос на ее продукцию является абсолютно эластичным, а кривая спроса будет параллельной оси абсцисс. Следует иметь в виду, что речь идет не о том, что на совершенно конкурентном рынке спрос является совершенно эластичным а лишь о том, что он совершенно эластичен в отношении продукции отдельной фирмы.

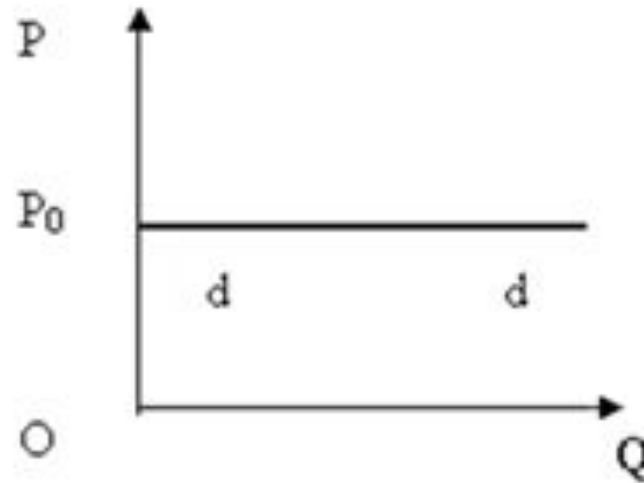


Рис 2. Линия спроса конкурентной фирмы

Рыночный спрос и спрос на
продукцию совершенно
конкурентной фирмы



Цена больше, чем средние издержки производства, максимизирующие прибыль. В этом случае фирма извлекает экономическую прибыль, т. е. ее доходы превышают все ее издержки



Условие максимизации прибыли



3. Фирма на рынке несовершенной конкуренции

- Рынок несовершенной конкуренции подразделяется на рынки:
- Монополистической конкуренции
- Олигополии
- Чистой монополии

Монополистическая конкуренция

Рынок монополистической конкуренции – рыночная структура, которая возникает при неограниченном количестве продавцов, производящих дифференцированный продукт.

Продуктовая дифференциация – проведение различий между продуктами, которые направлены на удовлетворение одной и той же потребности, но изготовлены различными производителями и поэтому конкурируют друг с другом.

типы продуктовой дифференциации: вертикальная, горизонтальная, фантомная, реальная

Спрос на продукцию несовершенного конкурента – линия спроса на продукцию несовершенного конкурента зависит от уровня эластичности благ.



Индекс Лернера – индекс, характеризующий степень монополизированности экономики. Предполагается, с ростом монополизма увеличивается разрыв между ценой товара и предельными издержками на его производство.

Индекс Херфиндаля-Хиримана – представляет собой показатель, использующийся при анализе рыночной конкуренции; характеризует степень монополизации рынка.

Олигополия и основы стратегического поведения

Рынок олигополии – особый тип рынка несовершенной конкуренции, на котором производится однотипный или дифференцированный продукт, возникает асимметрия информации и существуют ограничения входа/выхода на этот рынок.

Дуополия Курно – она устанавливается на основе об объемах производства и сбыта продукции. Ценовые стратегии, которые могут сложиться на рынке монополии: ценовое лидерство, следование за лидером, ломаная кривая спроса, война цен.

Ломаная кривая спроса – она позволяет объяснить причину стабильности цен на олигополистическом рынке при небольшом изменении издержек или рыночного спроса на продукцию. Очевидно, что если конкуренты ожидают адекватной реакции на свои действия, то они постараются воздержаться от односторонней



РЫНОК МОНОПОЛИИ

Рынок чистой монополии - ситуация, когда на рынке присутствует только одна фирма, производящая уникальный вид товаров и услуг, что позволяет производителю реализовать рыночную власть, которая проявляется в ценах на продукцию.

Ценовая дискриминация - монополистическая конкуренция, при которой в один и тот же момент один и тот же продукт продается разным покупателям по разным ценам, причем разница в ценах не оправдана различиями в издержках производства этого продукта.



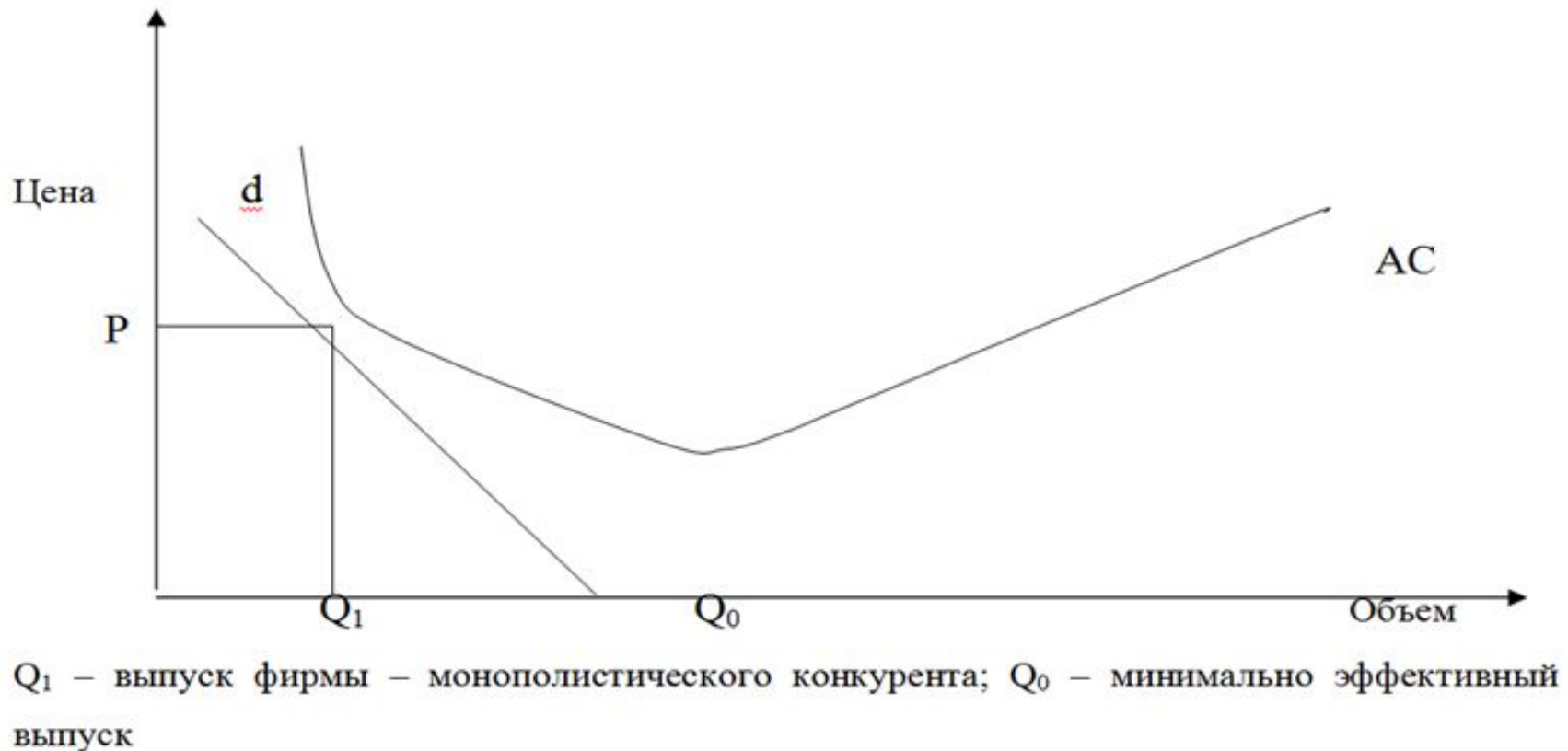
Естественная монополия — вид монополии, занимающий привилегированное положение на рынке в силу технологических особенностей производства (в связи с эксклюзивным обладанием необходимыми для производства ресурсами, крайне высокой стоимостью или исключительностью материально-технической базы).

Спрос на продукцию монополиста — согласно закону при росте цены величины спроса падает, при снижении цены — растет. Кривая спроса на продукцию чистого монополиста — это отраслевая кривая спроса



Тема 3.2. Монополистическая конкуренция

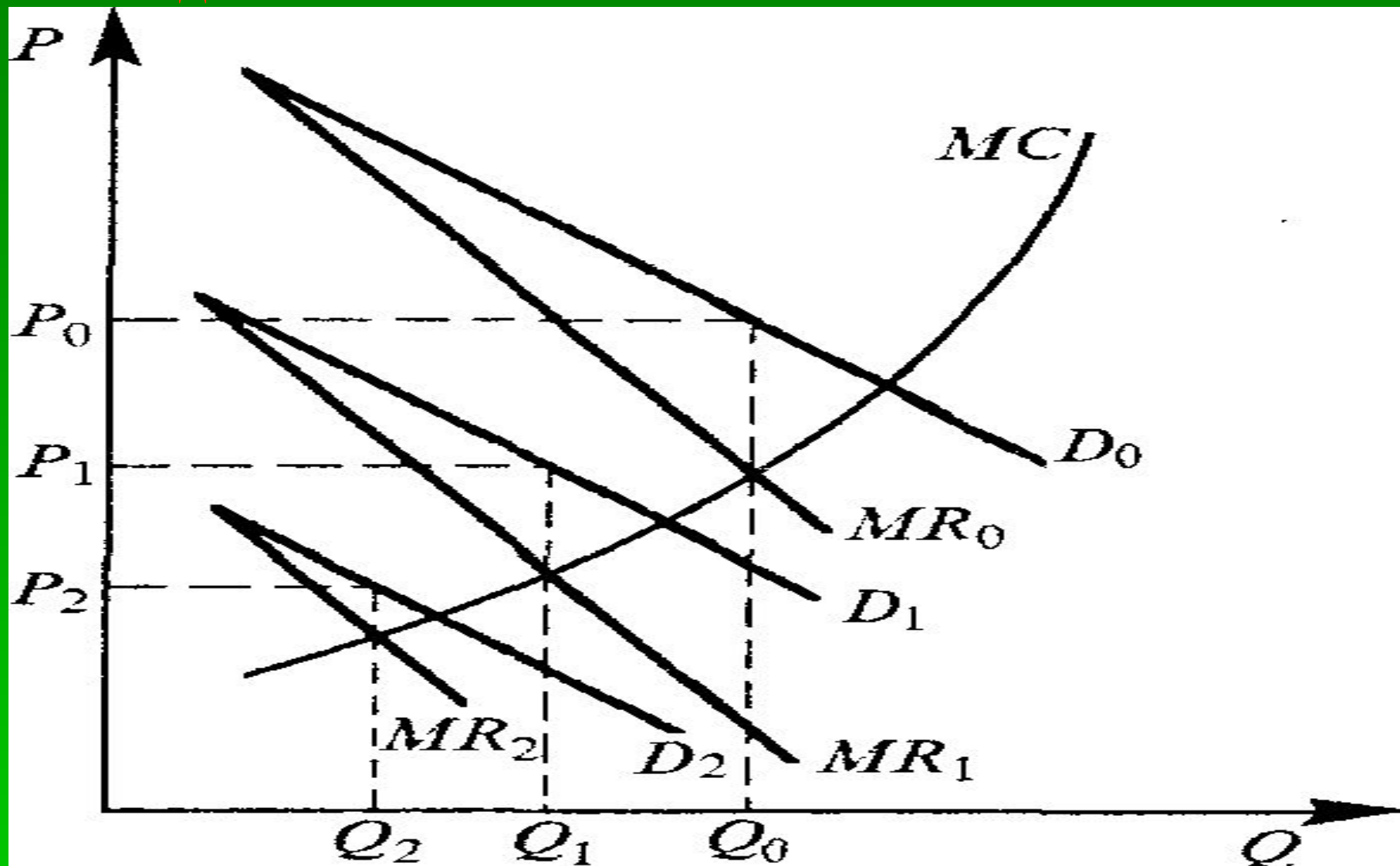
На рынке монополистической конкуренции долгосрочное равновесие типичной фирмы достигается там, где цена товара оказывается равной средним издержкам выпуска.



Равновесие типичной фирмы, действующей на рынке монополистической конкуренции в долгосрочном периоде



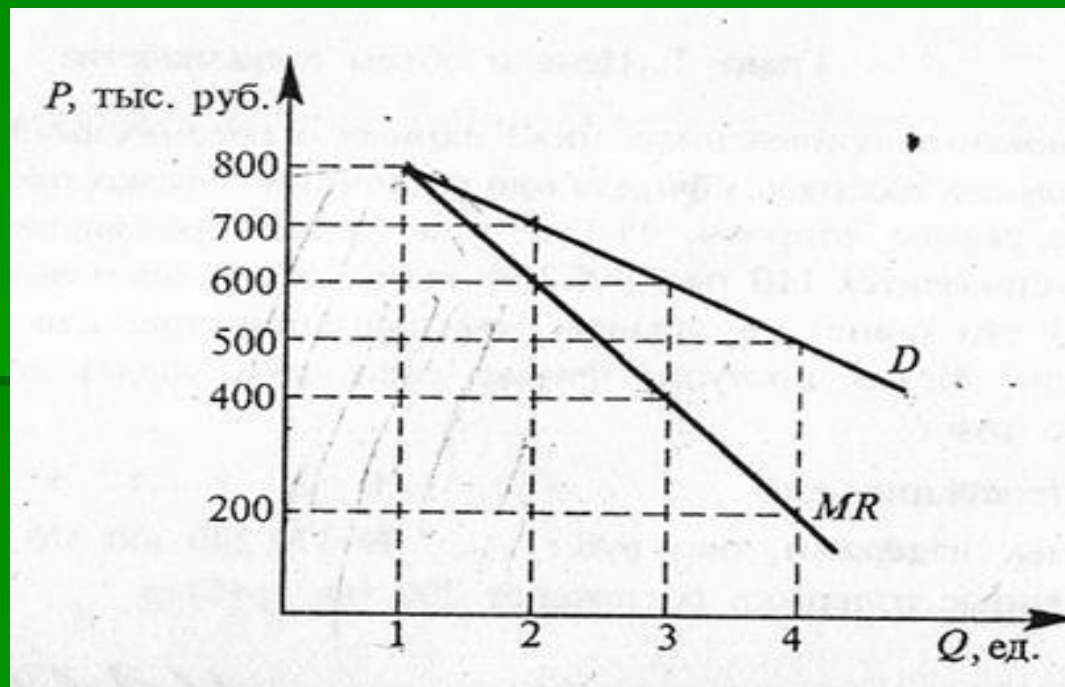
Олигополия и основы стратегического поведения



Рынок чистой монополии

Поскольку фирма-монополист, так же как и любая другая фирма, стремится к получению высокой прибыли, в ходе принятия решения о цене продажи она учитывает рыночный спрос и свои издержки. Так как монополист является единственным производителем данной продукции, кривая спроса на его продукцию будет совпадать с кривой рыночного спроса, а кривая предельного дохода лежит ниже её. Это происходит, потому что монополист – единственный производитель продукции на рынке и представитель всей отрасли, он, снижая цену продукции для увеличения объема продаж, вынужден снижать её на все единицы продаваемых товаров, а не только на последующую

Разница между ценой и предельным доходом зависит от эластичности спроса на продукцию фирмы: чем более эластичен спрос, тем меньше возможностей получения дополнительной прибыли, меньше рыночная власть фирмы.



*Цена и предельный доход фирмы-монополиста:
D – спрос; MR – предельный доход.*

