

Раздел
Микроэкономика

Тема:
**Конкуренция и типы рыночных
структур**

Макарова Людмила Ивановна

План

1. Типы рыночных структур.
2. Особенности поведения фирмы в условиях несовершенной конкуренции.
3. Ценовая дискриминация.

1. Типы рыночных структур

Рыночная структура –

Рыночная структура - это совокупность качеств и признаков, которые характеризуют поведение предприятий на рынке



Конкуренция – соперничество между производителями товаров и услуг за возможность увеличения прибыли

Типы рыночных структур

Виды рынков Характерные черты рынка	Совершенной конкуренции	Рынок несовершенной конкуренции		
		Монополистической конкуренции	Олигополистический	Монополистический
Число фирм	Очень большое количество	Большое число	Несколько	Одна
Размер предприятий	Небольшие и мелкие	Средние	Крупные	Очень крупное
Тип продукта	Однородные товары	Дифференцированные товары	Однородные и разнородные товары	Уникальный
Вход на рынок и выход из него	Свободные	Относительно легкие	Ограничены	Блокированы
Контроль над ценой	Отсутствует, цену определяет рынок	Ограниченный	Значительный	Полный контроль

Схема 8.4. Характеристика рынков совершенной и несовершенной конкуренции

Признаки совершенной конкуренции

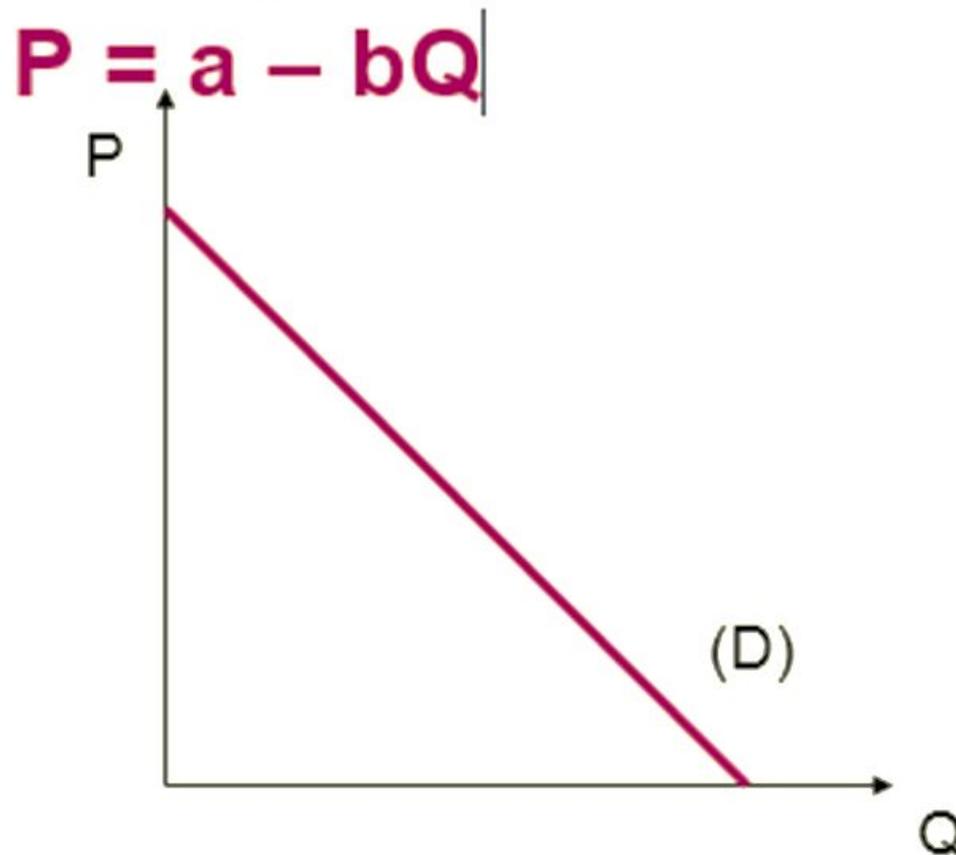
- большое количество производителей и продавцов при небольших объемах выпускаемой каждой продукцией;
- вся продукция однородная, стандартизированная;
- отдельный производитель не может контролировать цену;
- нет серьезных препятствий для вступления новых производителей в отрасль

Признаки несовершенной конкуренции

- основная доля продаж приходится на одного или нескольких производителей-лидеров;
- дифференцированность продукции;
- возможность контролировать полностью или частично цену на свою продукцию;
- наличие входных барьеров в отрасль.

2. Особенности поведения фирмы в условиях несовершенной конкуренции

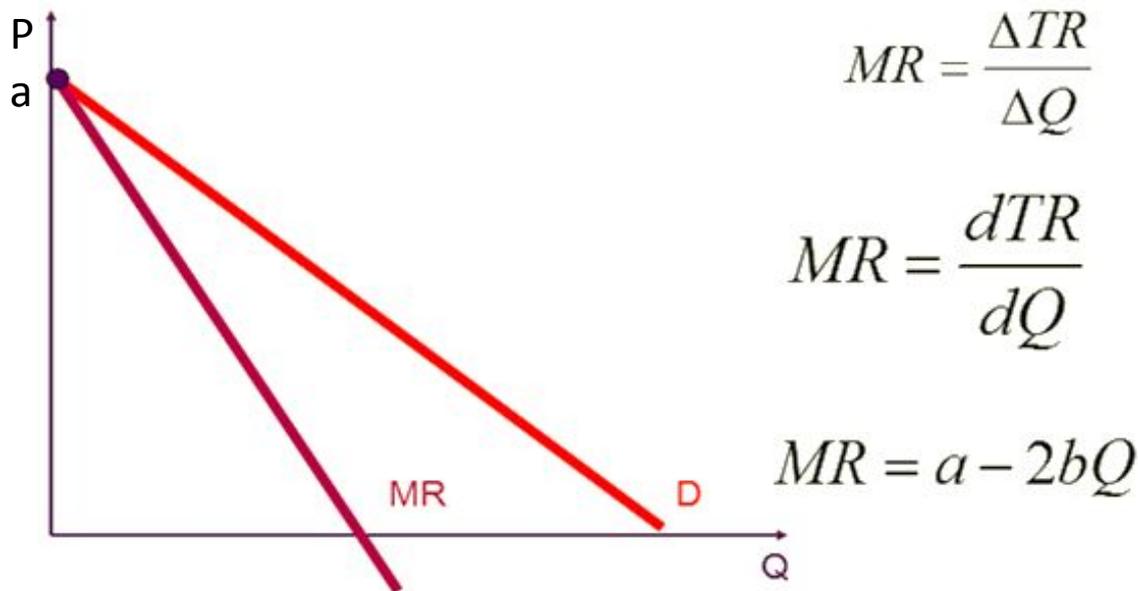
Кривая спроса монополиста



- большие объемы продукции при несовершенной конкуренции можно реализовать, только снижая цены

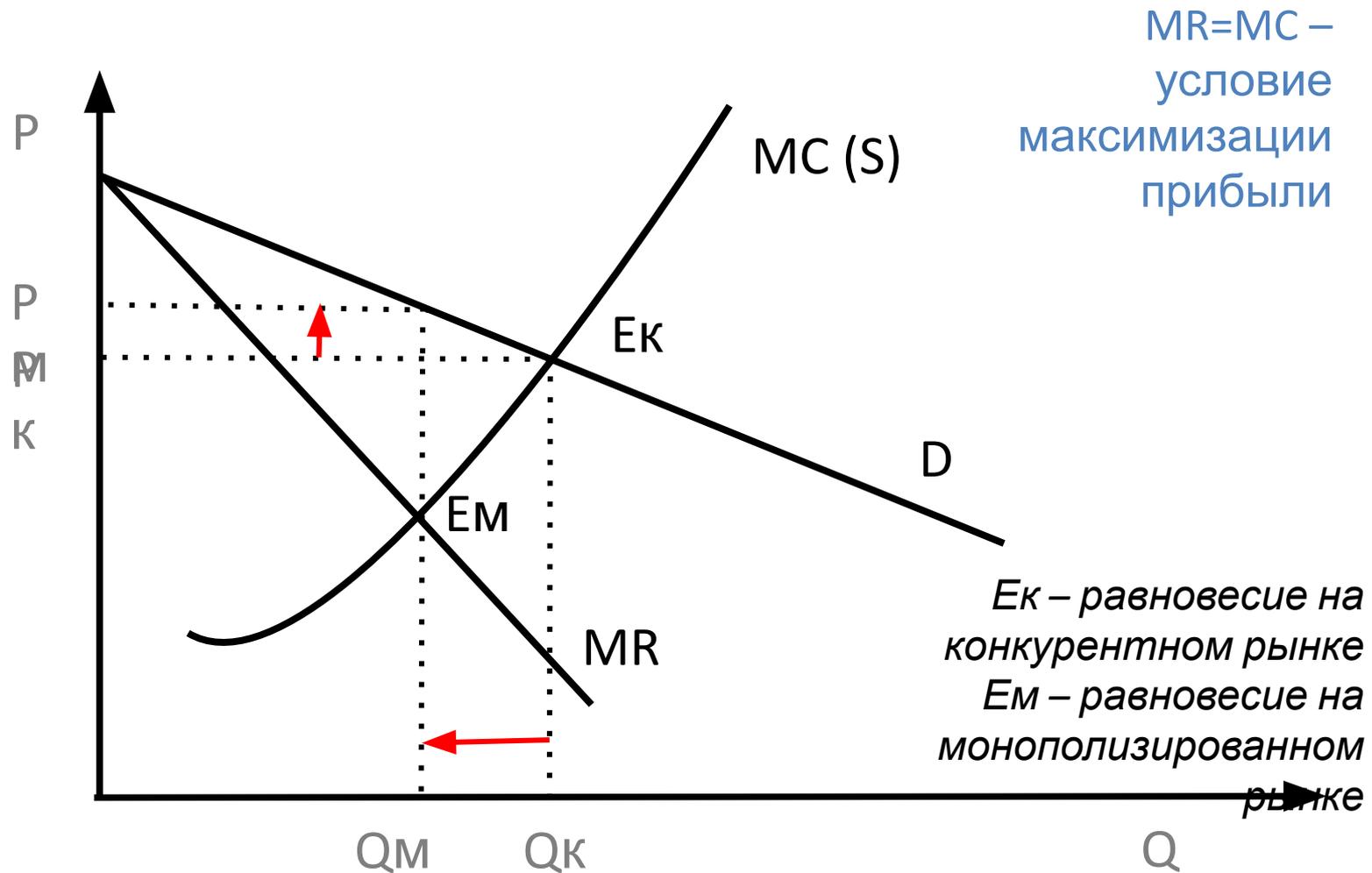
Предельный доход монополиста

■ это изменение общего дохода в результате увеличения выпуска на единицу



- кривая предельного дохода MR падает быстрее, чем цена P

Выбор оптимального количества продукции и оптимальной цены монополистом



Типичные последствия несовершенно конкурентного рынка

- недопроизводство товаров:

$$Q_M < Q_K;$$

- завышение цен:

$$P_M > P_K;$$

- как результат двух названных выше особенностей – **получение монополистической прибыли**

3. Ценовая дискриминация

Ценовая дискриминация

Ценовая дискриминация - продажа одного и того же товара разным потребителям или группам потребителей по разным ценам, причём различия в ценах не обусловлены различиями в издержках производства.

Ценовая дискриминация первой степени

ЦД первой степени - монополист продаёт каждую единицу товара каждому покупателю по его максимальной цене, которую потребитель согласен заплатить за каждую единицу товара. Весь излишек потребителя присваивается монополистом.

Ценовая дискриминация второй степени

ЦД второй степени - монополист устанавливает **различные цены в зависимости от количества покупаемой продукции**: при покупке большего количества товаров потребителю устанавливают более низкую цену за каждый дополнительно купленный экземпляр товара



Ценовая дискриминация третьей степени

ЦД третьей степени - монополист продаёт товары **разным группам покупателей по разной цене.**

Происходит сегментация рынка, т. е. разделение покупателей на группы в зависимости от их покупательной способности. Монополист создаёт «дорогой» и «дешёвый» варианты товара.



Итоги

Распространение монополий снижает эффективность функционирования экономики и требует проведения антимонопольной политики.