

Основные типы рыночных структур

Конкуренция -

**форма взаимного
соперничества субъектов
рыночного хозяйства и
механизм регулирования
общественного
производства**

Конкуренция

**это борьба
предпринимателей за
наиболее выгодные
условия производства и
сбыта товаров в целях
получения максимальной
прибыли**

Функции конкуренции

- Способ эффективного распределения ограниченных ресурсов
- Стимулирующая

Виды конкурентного поведения

- **креативное (созидательное), направленное на создание предпосылок, обеспечивающих превосходство над соперниками;**
- **приспособленческое, учитывающее инновационные изменения в производстве (копирование) и упреждающее действия соперников;**
- **обеспечивающее (гарантирующее), направленное на сохранение достигнутых позиций.**

Методы конкурентной борьбы

- 1. Ценовая конкуренция,**
- 2. Неценовая конкуренция**
- 3. Недобросовестная
конкуренция**

Виды конкурентных рынков

1. Рынки совершенной конкуренции
2. Рынки несовершенной конкуренции:
 - ✓ Монополия
 - ✓ Олигополия
 - ✓ Монополистическая конкуренция
 - ✓ Монопсония

Функция цели

$$TR(q) - TC(q) = \max$$

TR – общая выручка

$$TR = p * q$$

TC – общие издержки

q – объем выпуска

p – рыночная цена единицы блага

Характеристики рынка совершенной конкуренции

- 1. Большое число продавцов и покупателей**
- 2. Всеми продавцами предлагается однородная, стандартная продукция;**
- 3. Все участники рынка обладают совершенной информацией о рынке;**
- 4. Отсутствие барьеров входа-выхода;**
- 5. Обмены и перемещения на рынке происходят мгновенно**

Валовая выручка (total revenue) -

**это сумма денежных средств,
которые может получить фирма
при разных возможных
количествах реализуемой
продукции**

$$TR = p * q$$

Средняя выручка (average revenue)–

это выручка, приходящаяся на единицу проданного блага

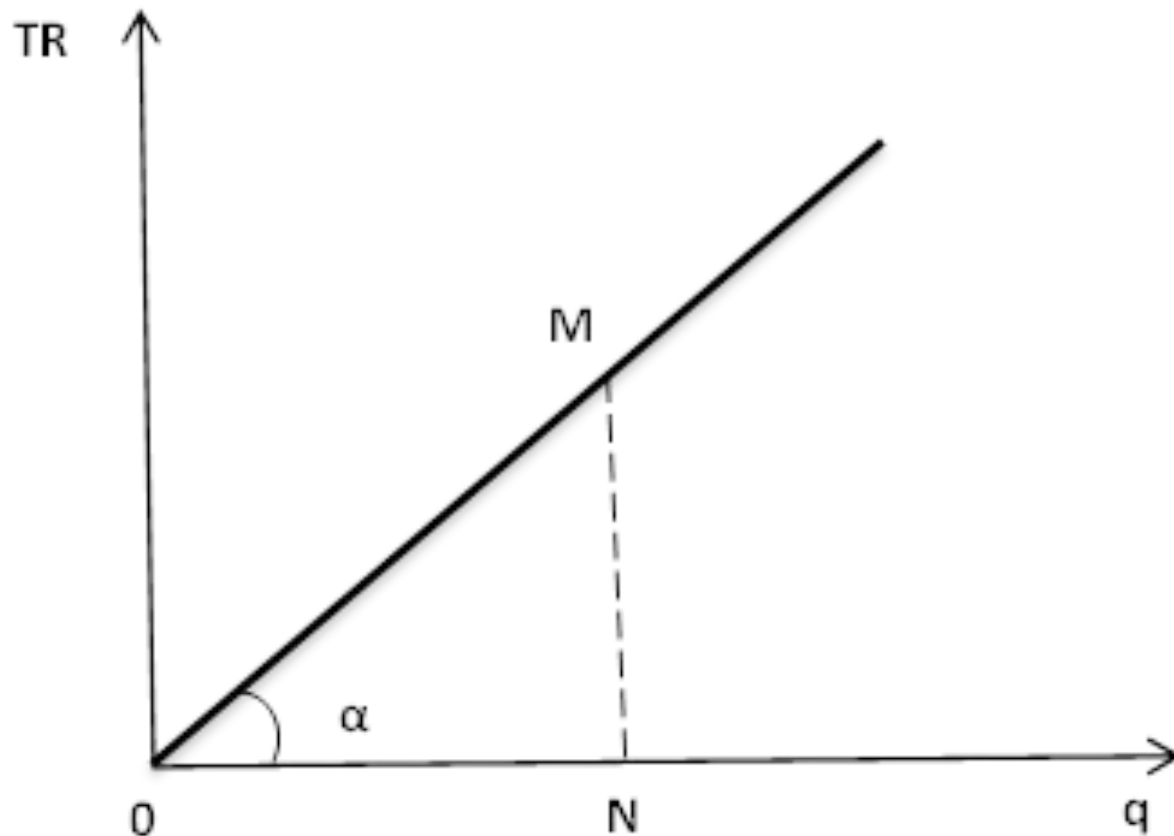
$$AR = TR/q$$

Предельная выручка (marginal revenue) –

**это приращение валовой
выручки за счет выпуска
еще одной единицы
продукции**

$$MR = \Delta TR / \Delta q$$

Функция общей выручки фирмы

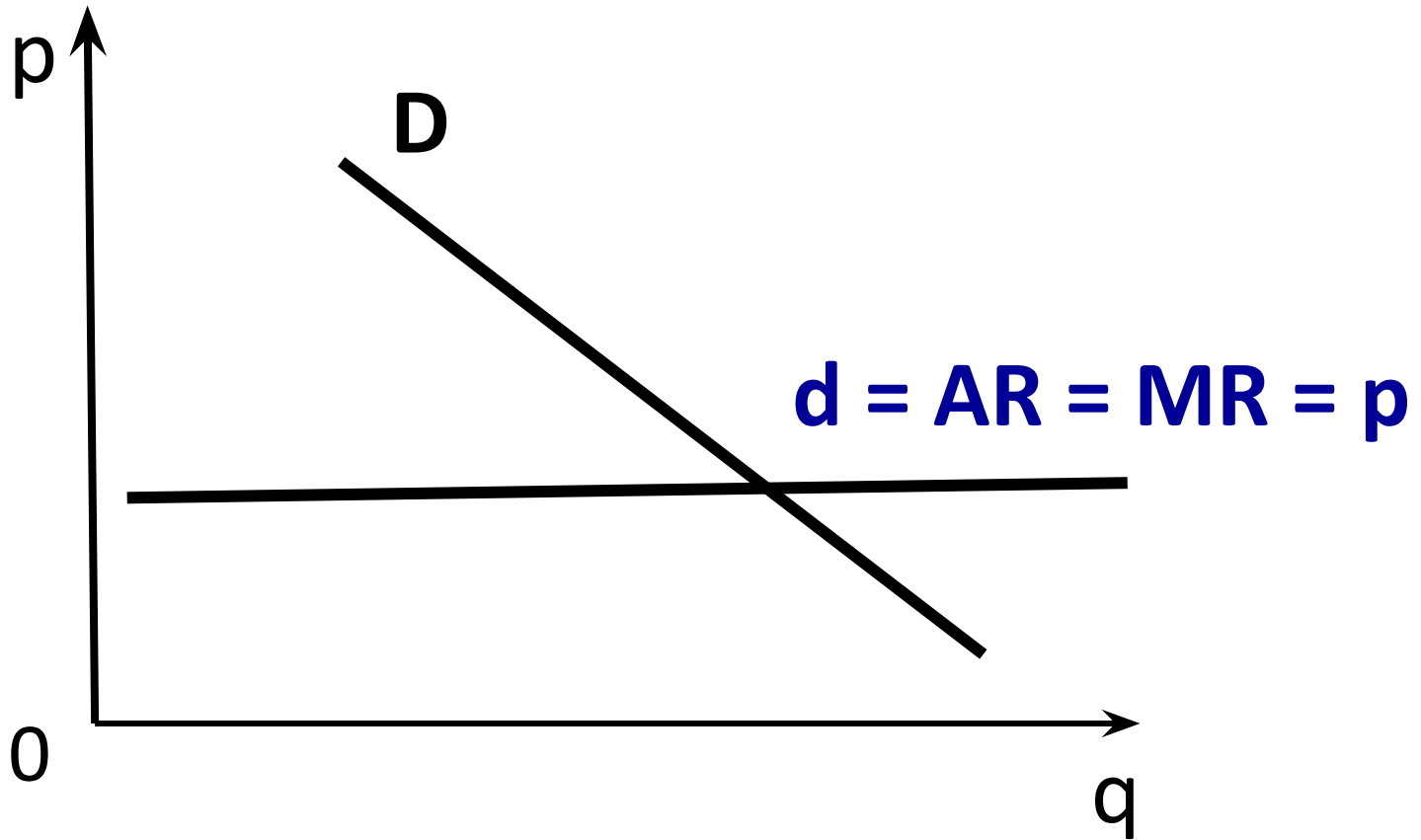


Средняя и предельная выручки

$$AR = TR/q = MN/ON = \operatorname{tg}\alpha = p$$

$$MR = \Delta TR / \Delta q = \operatorname{tg}\alpha = p$$

Функция спроса для отдельной фирмы



Общие издержки (total cost - TC) -

**это суммарные издержки,
которые несет фирма для
производства
определенного объема
продукции**

Постоянные издержки (fixed cost - FC) -

это издержки, величина которых не изменяется с изменением объема выпуска. Они существуют даже тогда, когда выпуск равен нулю

**Переменные издержки
(variable cost - VC) -**

**это издержки, величина
которых изменяется с
изменением объема
выпуска**

Средние общие издержки (average total cost - ATC)

$$ATC = TC/q$$

Средние постоянные издержки (average fixed cost - AFC)

$$AFC = FC/q$$

Средние переменные издержки (average variable cost - AVC)

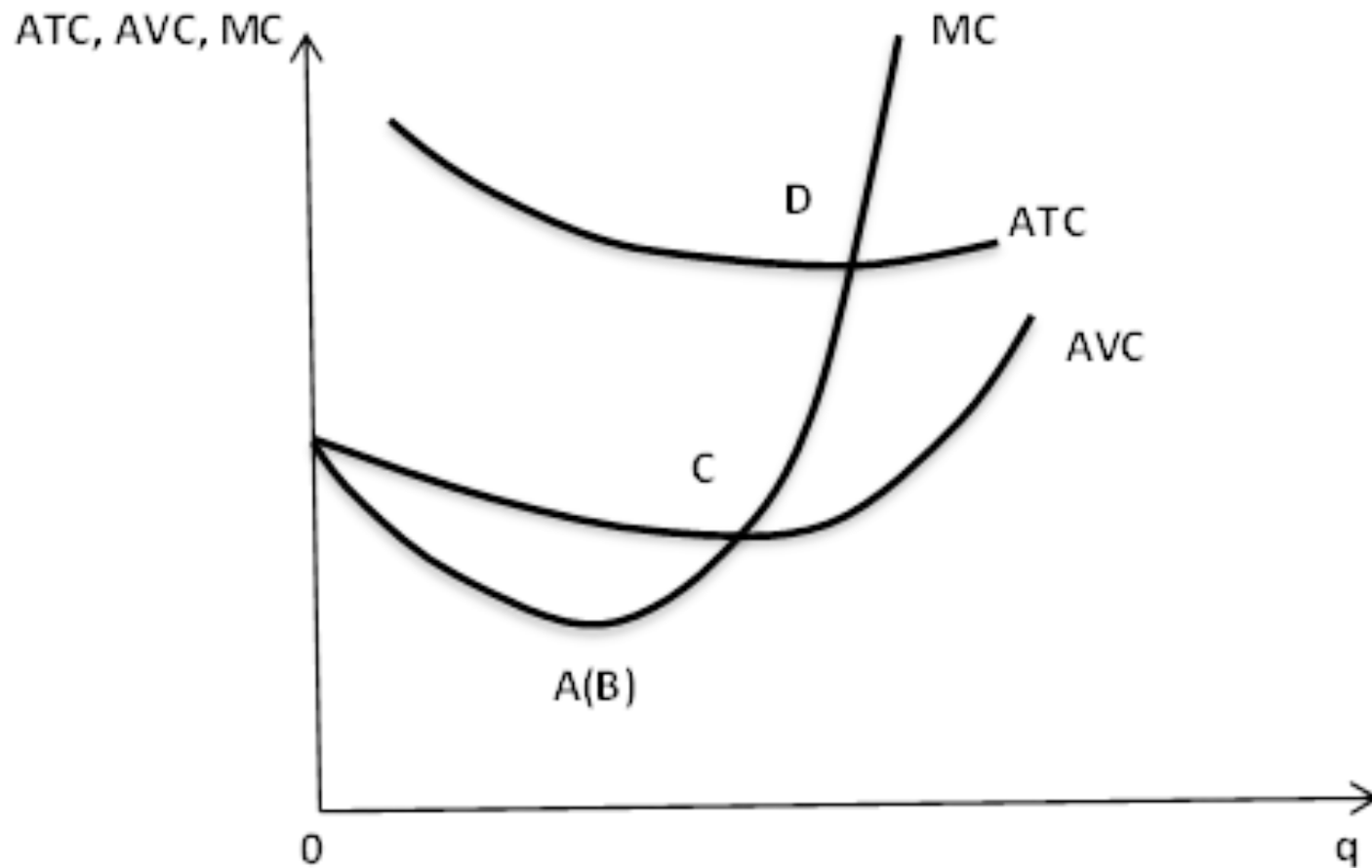
$$AVC = VC/q$$

**Предельные издержки
(marginal cost - MC) -**

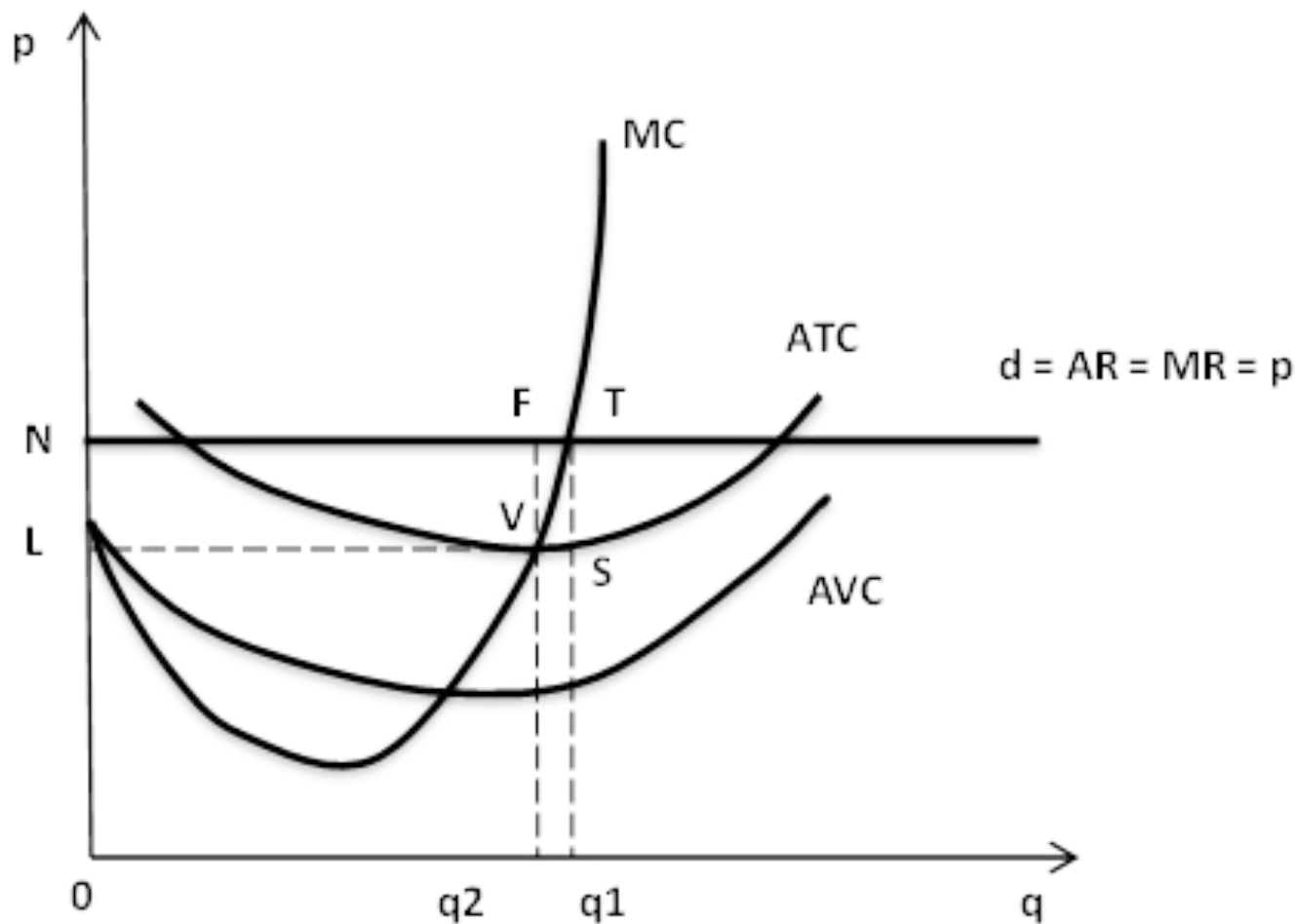
**это приращение общих
издержек, вызванное
выпуском еще одной
единицы продукции**

$$MC = \Delta TC / \Delta q = \Delta VC / \Delta q$$

Средние и предельные издержки



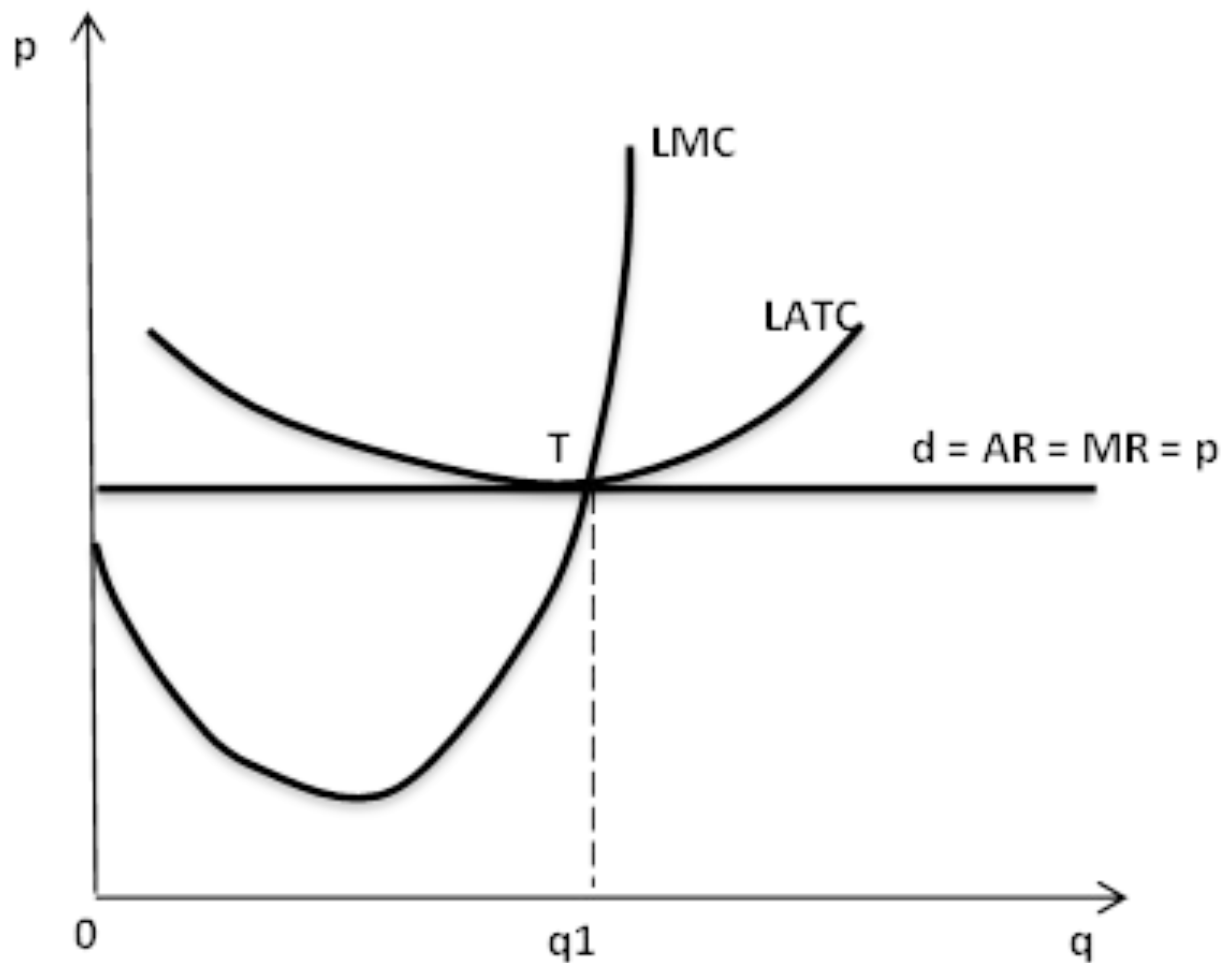
Равновесие фирмы в коротком периоде



Условие равновесия

$$MR = MC$$

Равновесие фирмы в длительном периоде



Монополия -

это такая структура рынка, когда существует единственный продавец товара/услуги, которые не имеют близких заменителей. У чистого монополиста нет продавцов-соперников, конкурирующих с ним на рынке

Характеристики рынка МОНОПОЛИИ

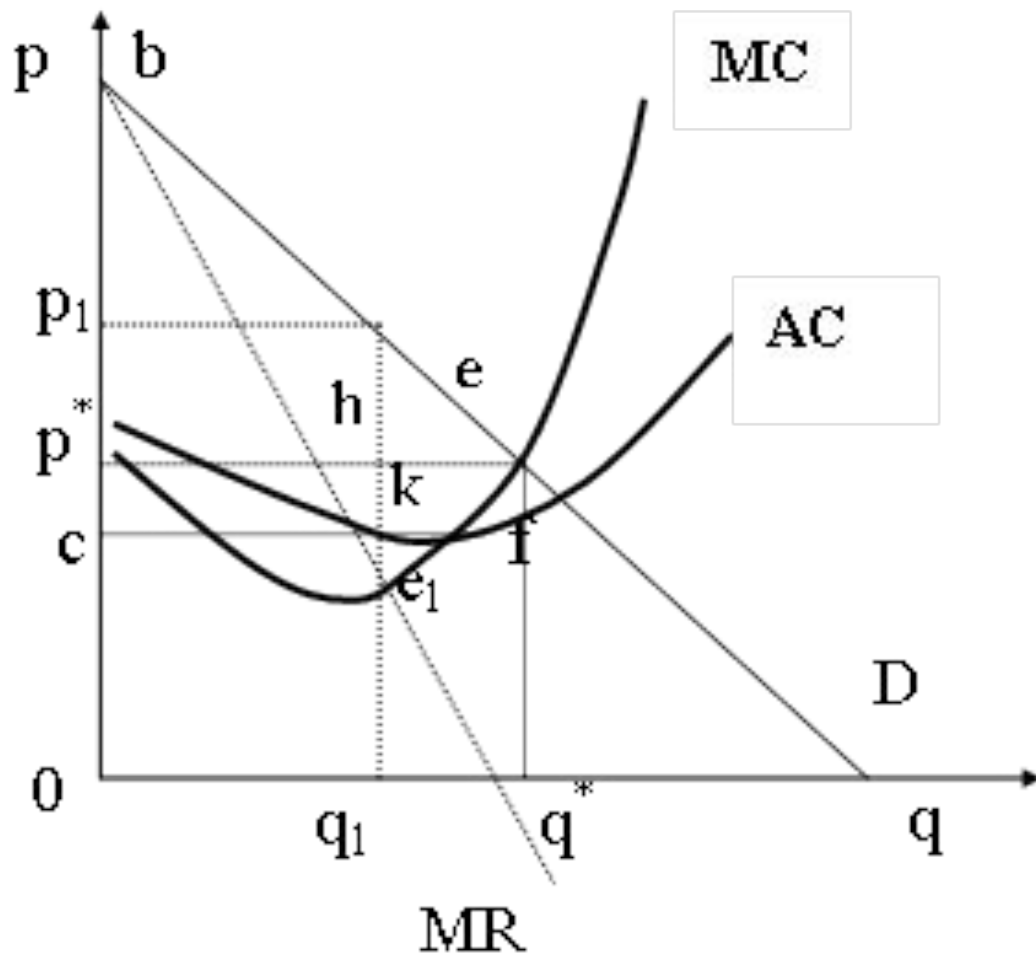
- 1. Один производитель однородного продукта, не имеющего близких заменителей и много покупателей**
- 2. Высокие барьеры входа-выхода на рынок**
- 3. Высокая степень контроля за ценами**
- 4. Отсутствие конкуренции**
- 5. Функция спроса имеет отрицательный наклон**

Фирма обладает
МОНОПОЛЬНОЙ властью
тогда, когда она может
воздействовать на
цену своего товара,
изменяя объем его
продаж

Виды монополии

- 1. Естественная
монополия**
- 2. Искусственная
монополия**

Равновесие монополии



Олигополия -

**это такая рыночная структура,
при которой доминирует
небольшое число продавцов, а
вход в отрасль новых
производителей ограничен
высокими барьерами**

Характеристики рынка олигополии

- 1. Немногочисленность фирм в отрасли**
- 2. Высокие барьеры для вступления в отрасль**
- 3. Большой положительный эффект масштаба**
- 4. Взаимозависимость участников рынка и наличие конкуренции**

Ценовая война -

**это цикл последовательных
уменьшений цены
соперничающими на
олигополистическом рынке
фирмами**

Картель –

это группа фирм, действующих совместно и согласующих решения по поводу объемов выпуска и цен.

Такое поведение фирм позволяет максимизировать валовую монопольную прибыль, получаемую всеми участниками картеля

Неявный сговор -

**это согласованное
поведение участников
рынка олигополии,
вызванное
рыночными
условиями**

Характеристики рынка монополистической конкуренции

- 1. Дифференцированный продукт – продукт каждой фирмы является несовершенным заменителем товара других фирм**
- 2. На рынке существует относительно большое число продавцов, каждый из которых удовлетворяет небольшую долю**

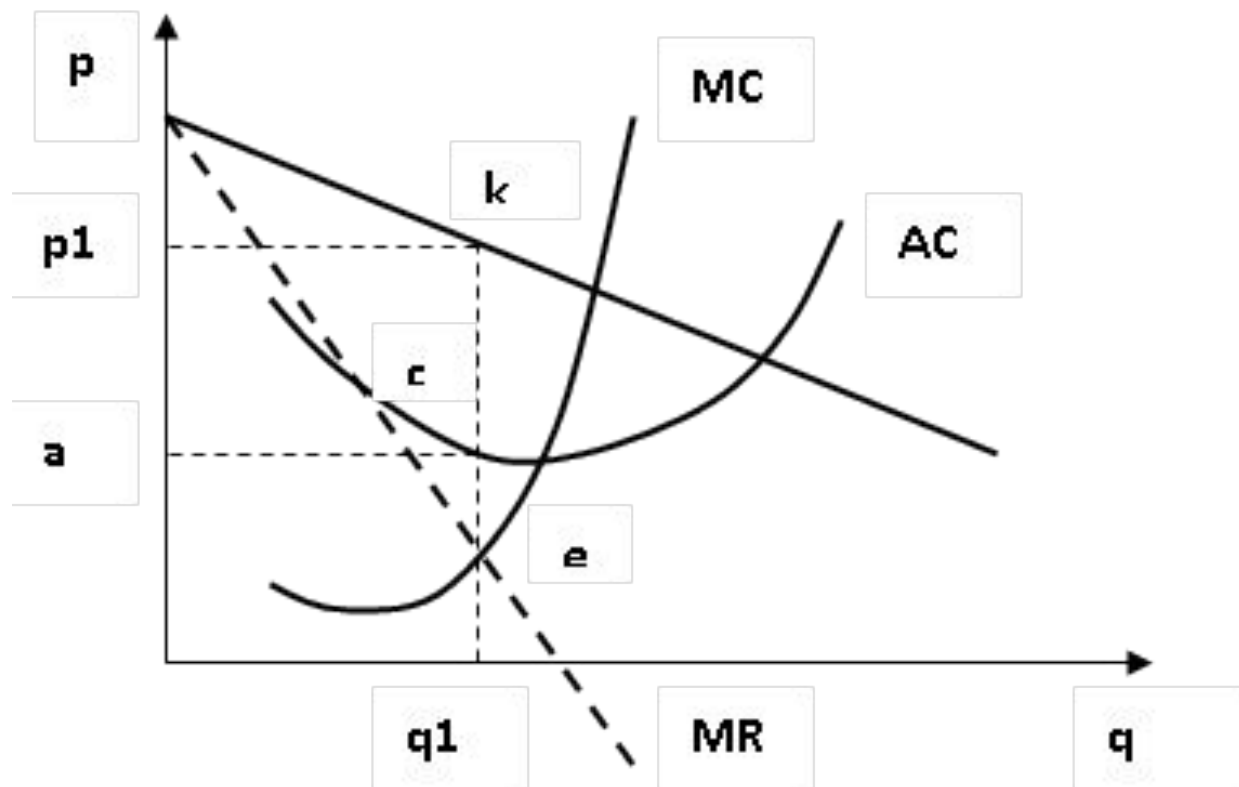
Характеристики рынка монополистической конкуренции

3. Продавцы на рынке принимают решения независимо друг от друга

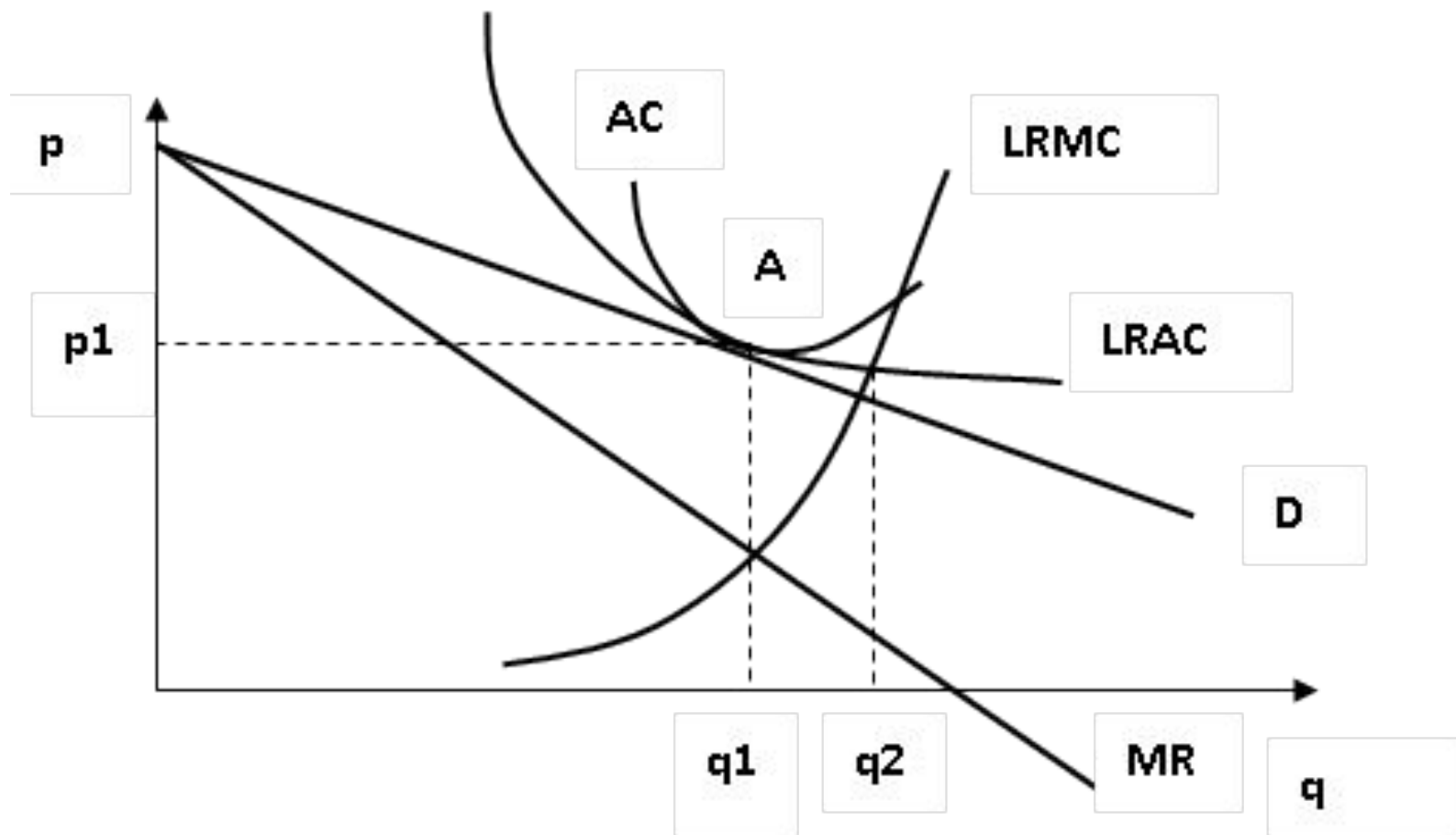
4. На рынке есть условия для свободного входа и выхода

5. На рынке существует множество покупателей, которые могут легко заменить товар одного продавца на другой

Равновесие фирмы в краткосрочном периоде



Равновесие фирмы в долгосрочном периоде



Защита конкурентной среды

2 вопрос

Антимонопольная политика

**– это целенаправленная
деятельность
государственных органов по
защите и усилению
конкурентных начал в
экономике и созданию
препятствий для
возникновения чрезмерной
власти монополий**

Цели антимонопольной ПОЛИТИКИ

- предупреждение образования и сокращения существующей сферы монопольного ценообразования;
- разработка антимонопольного законодательства и применение его в хозяйственной практике;
- исключение условий для возникновения дефицита в экономике;
- проведение децентрализации ресурсов при их чрезмерной концентрации в одних руках;
- принудительное разукрупнение фирм, монопольно контролирующих рынок.

Преимущества и недостатки рыночного механизма

3 вопрос

Рыночный механизм обеспечивает

- **эффективное распределение ресурсов**
- **гибкость, высокую адаптивность к
изменяющимся условиям**
- **оптимальное использование
результатов НТР**
- **свободу выбора и действий
потребителей и предпринимателей**
- **способность к удовлетворению
разнообразных потребностей,
повышению качества товаров и услуг**

Недостатки рыночного механизма

- 1. Монополизация рынков**
- 2. Внешние эффекты**
- 3. Общественные блага**