

Понятие рыночной структуры

- **Рыночная структура** – это совокупность признаков, характеризующих рынок с точки зрения развития конкурентных отношений в отрасли.
- Определенная рыночная структура дает представление о поведении производителей на рынке продукта под воздействием различных характеристик, а также – о его возможности контролировать рынок
- **Основные характеристики:** количество производителей в отрасли, свойства продукта, полнота информации, уровень барьеров, эластичность спроса

Типы рыночных структур

- 4 типа рыночных структур:

совершенная
конкуренция

монопольстическая
конкуренция

олигополия

монополия

- Противоречивость эволюции совершенной конкуренции
- Критерии классификации рыночных структур (основные характеристики рынка)

Характеристики основных рыночных структур

Совокупность рыночных структур			
1	2	3	4
Тип конкуренции	Название рыночной структуры	Наиболее типичные характеристики	Степень контроля над ценами
Совершенная конкуренция	Совершенная конкуренция	<ol style="list-style-type: none"> 1. Множество производителей, действующих независимо друг от друга 2. Производимый продукт стандартизирован (однороден) 3. Полная информация о рынке и продавцах 4. Низкие барьеры входа и выхода 	Отдельные фирмы не контролируют цены
Несовершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	<ol style="list-style-type: none"> 1. Множество производителей 2. Производимый продукт дифференцирован (т.е. имеет много значений) 3. Низкие барьеры входа 4. Возможность сговора 	Возможен частичный контроль над рыночными ценами

Совершенная конкуренция

(50-70 гг. XIX в)

- **Конкуренция** (concurrere) – соперничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации товаров и услуг
- *Два аспекта:* рынок совершенной конкуренции и совершенно конкурентная фирма
- **Причины конкуренции:** множество производителей, полная экономическая обособленность каждого из них, зависимость от конъюнктуры рынка, борьба за доллар потребителя
- Конкурентная борьба за процветание и выживание – экономический закон рыночного хозяйства
- **Виды конкуренции:** между производителями, между потребителями, между продавцами и покупателями
- Двигатель НТП
- Плюсы и минусы

Сущность конкуренции

- Проявляется в ее функциях
- *Функции:*
 - нацеленность на запросы потребителя
 - стимулирование роста эффективности производства
 - дифференциация производителей
 - ликвидация неконкурентоспособных предприятий
 - повышение качества товаров и услуг
 - снижение цен

Виды конкуренции

Функциональная
(конкуренция товара)

Межфирменная
(между предприятиями)

Видовая
(по цене и качеству)

Внутриотраслевая

Межотраслевая

Методы конкурентной борьбы

- ***Добросовестная конкуренция***

- повышение качества
- снижение цен
- реклама
- до- продажное и послепродажное обслуживание
- новые товары и услуги

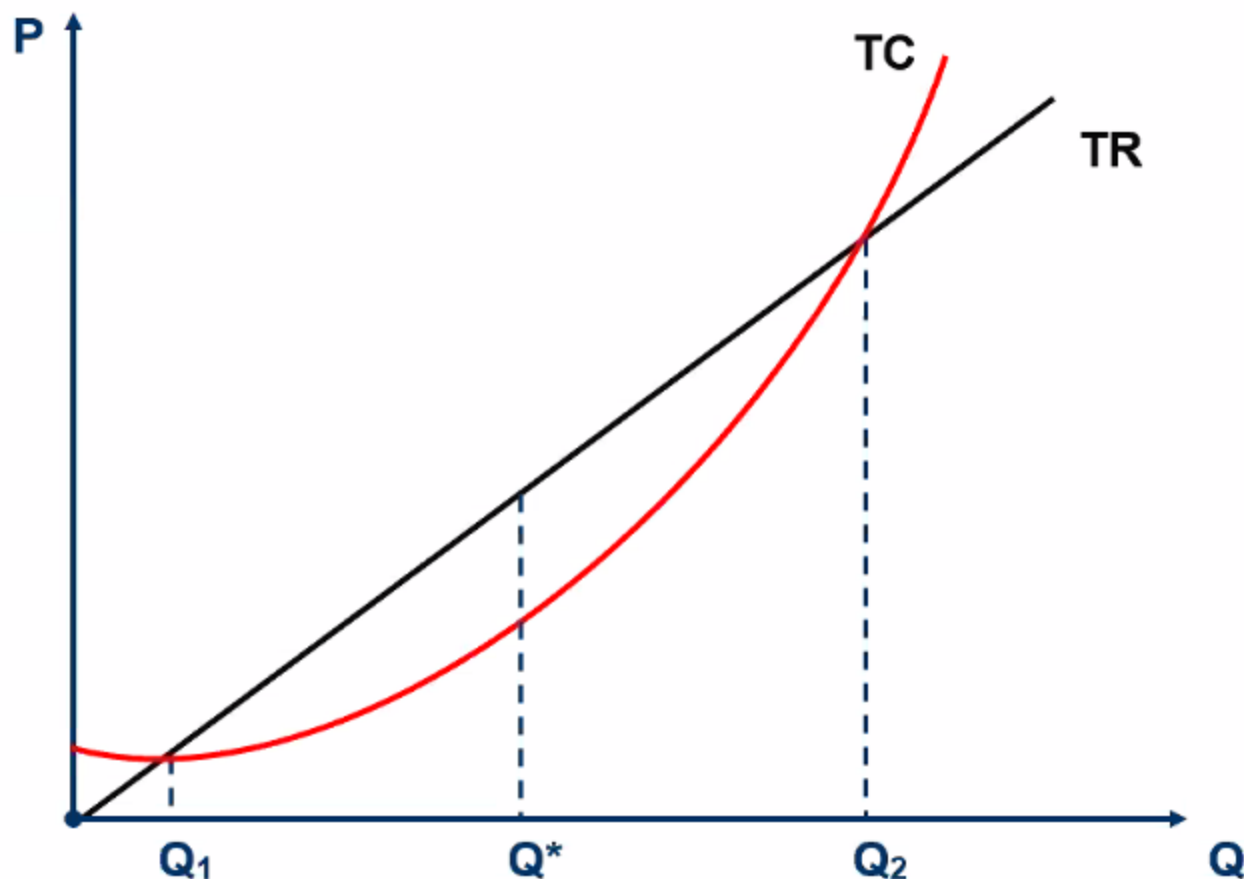
- ***Недобросовестная конкуренция***

- промышленный шпионаж
- подделка продукции
- подкуп и шантаж
- обман потребителей
- махинации с деловой отчетностью
- валютные махинации
- сокрытие дефектов

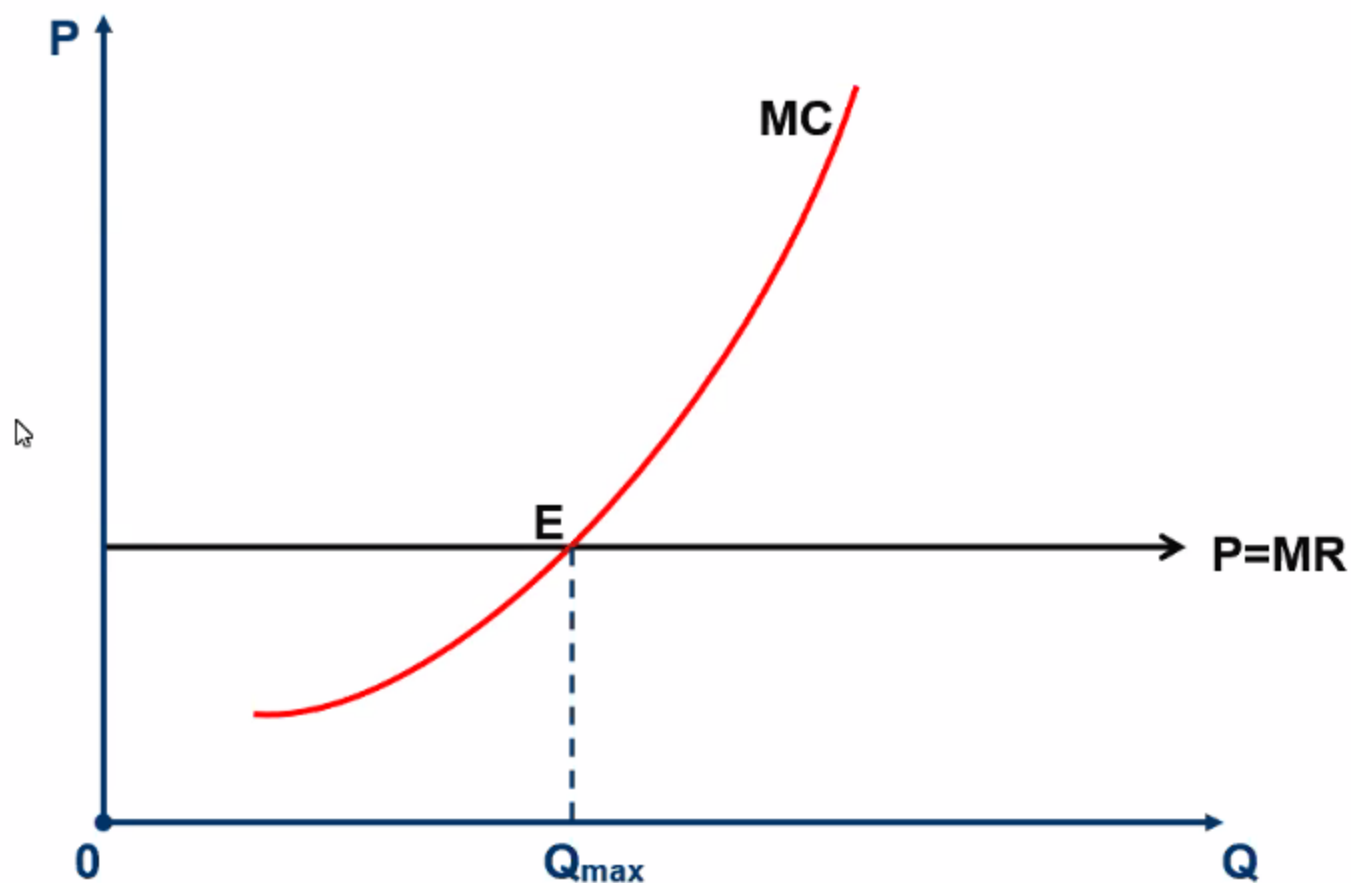
Поведение совершенно конкурентной фирмы (условия оптимизации прибыли)

- Не может устанавливать свою цену
- A price taker
- Вынуждена считаться с абсолютно эластичным спросом (_____)
- Любое количество товара может быть продано только по одной цене
- Средний валовой доход неизменен ($ATR=P$)
- *Оптимальный объем производства определяется на основе двух подходов:*
 1. Сравнение TR и TC
 2. Сравнение MR и MC

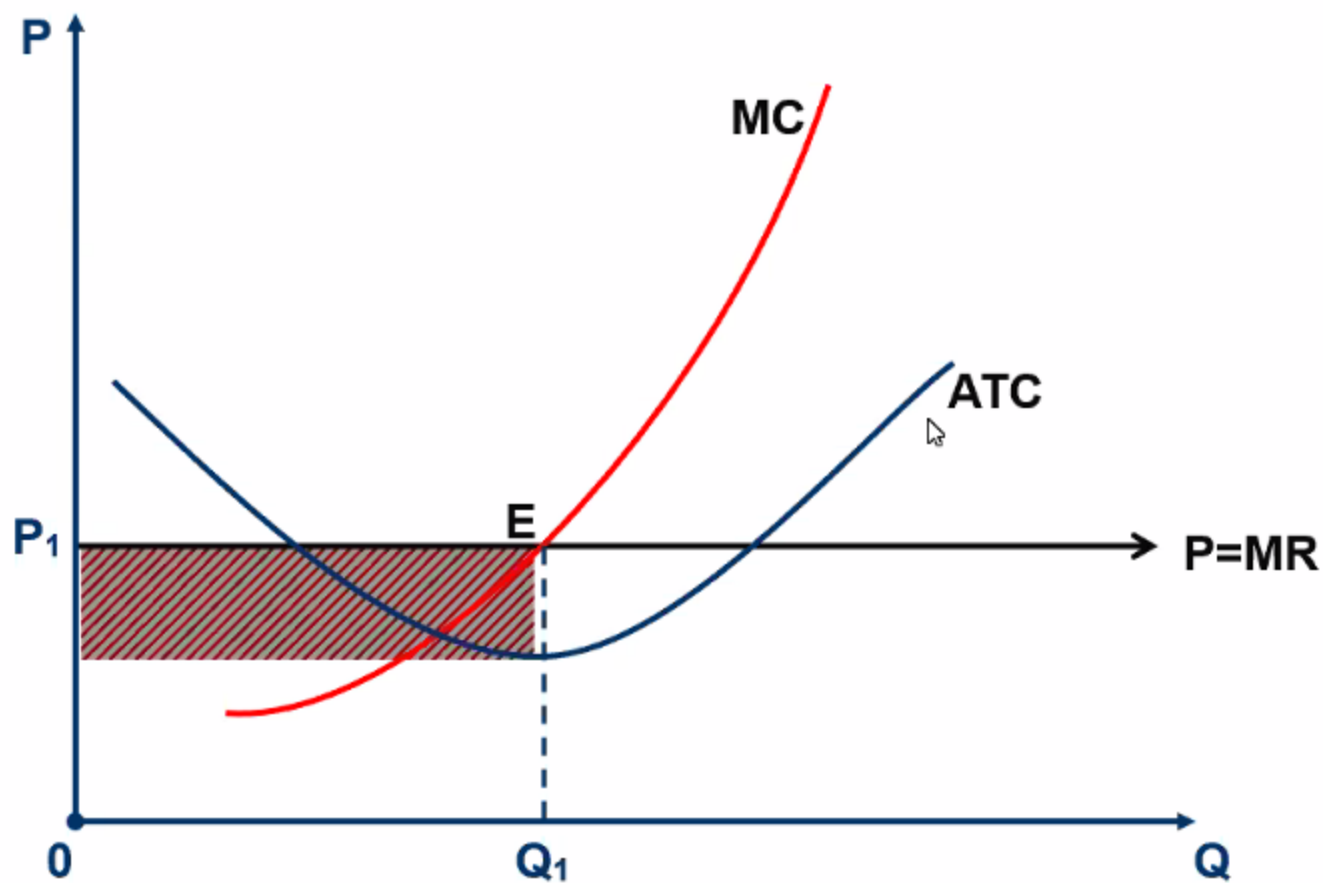
Критерий на основе валовых величин



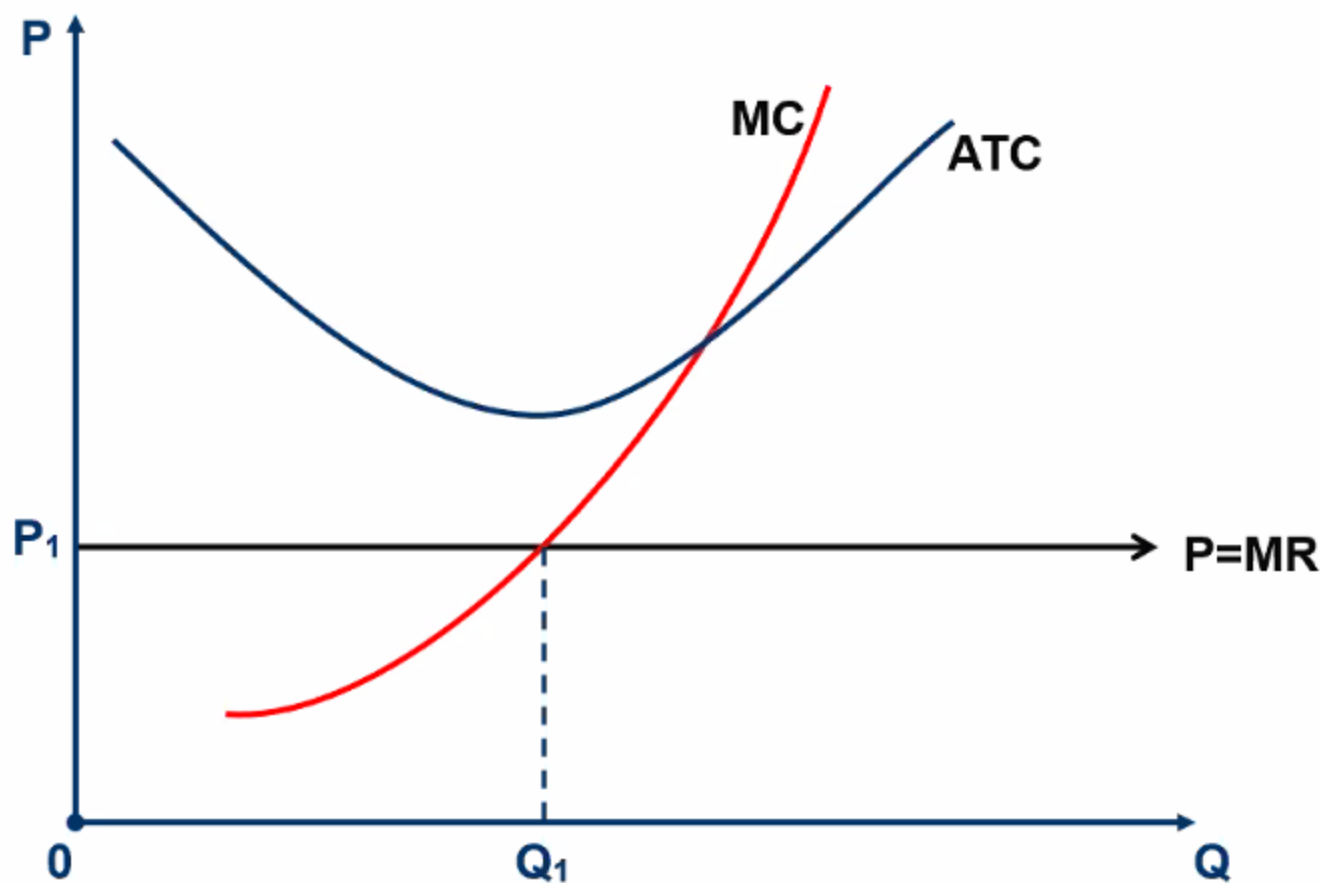
Критерий на основе предельных величин



Поведение фирмы



Поведение фирмы



Понятие монополии

(период промышленного подъема 1895-1910 гг)

- **Монополия** – такая рыночная структура, при которой предложение товара или услуги представлено единственным продавцом
- Открытая, закрытая и естественная монополия
- Поведение фирмы-монополиста
 - устанавливает свою цену
 - отрицательный наклон кривой спроса (зависит от объема сбыта, но имеет возможность искать вариант цены)
 - a price maker

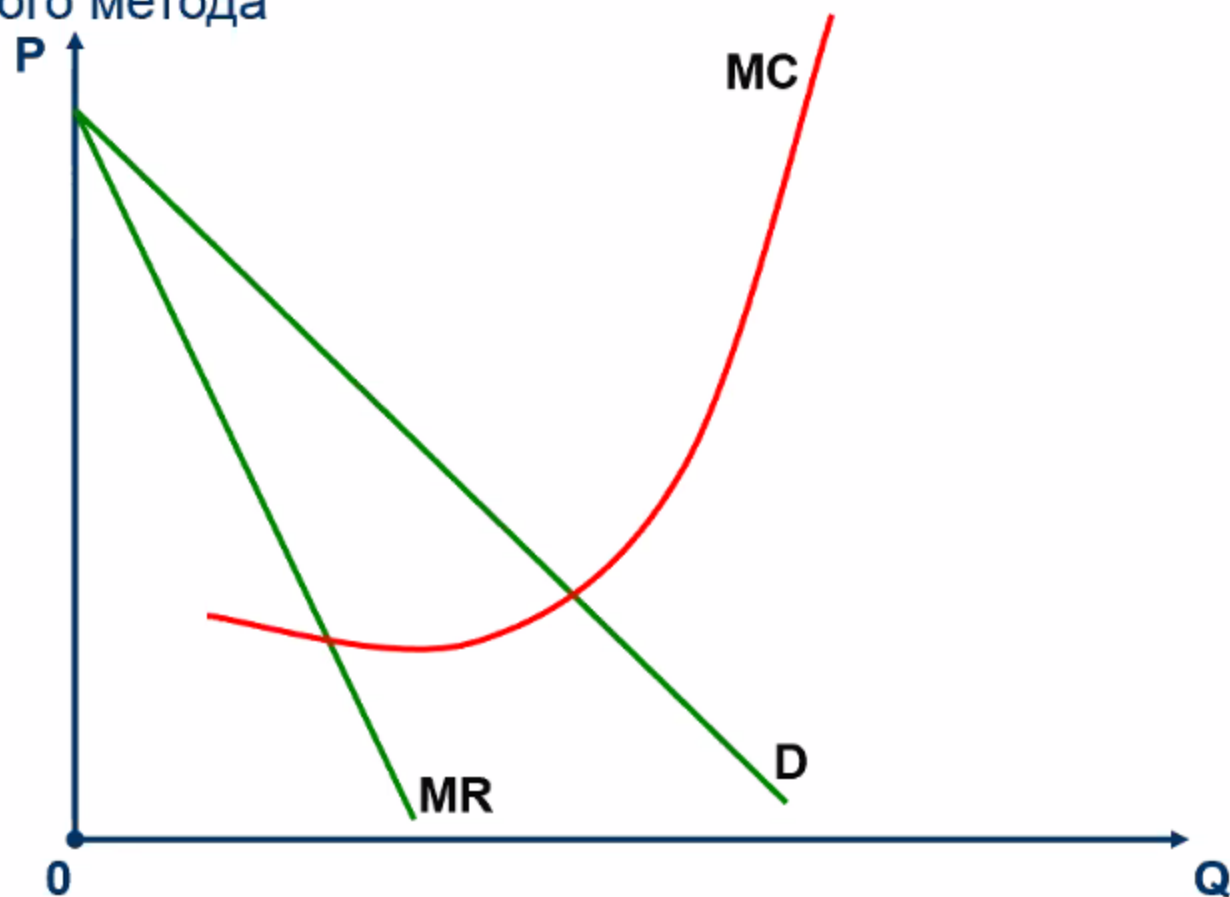
Понятие монополии

(период промышленного подъема 1895-1910 гг)

- **Монополия** – такая рыночная структура, при которой предложение товара или услуги представлено единственным продавцом
- Открытая, закрытая и естественная монополия
- Поведение фирмы-монополиста
 - устанавливает свою цену
 - отрицательный наклон кривой спроса (зависит от объема сбыта, но имеет возможность искать вариант цены)
 - a price maker

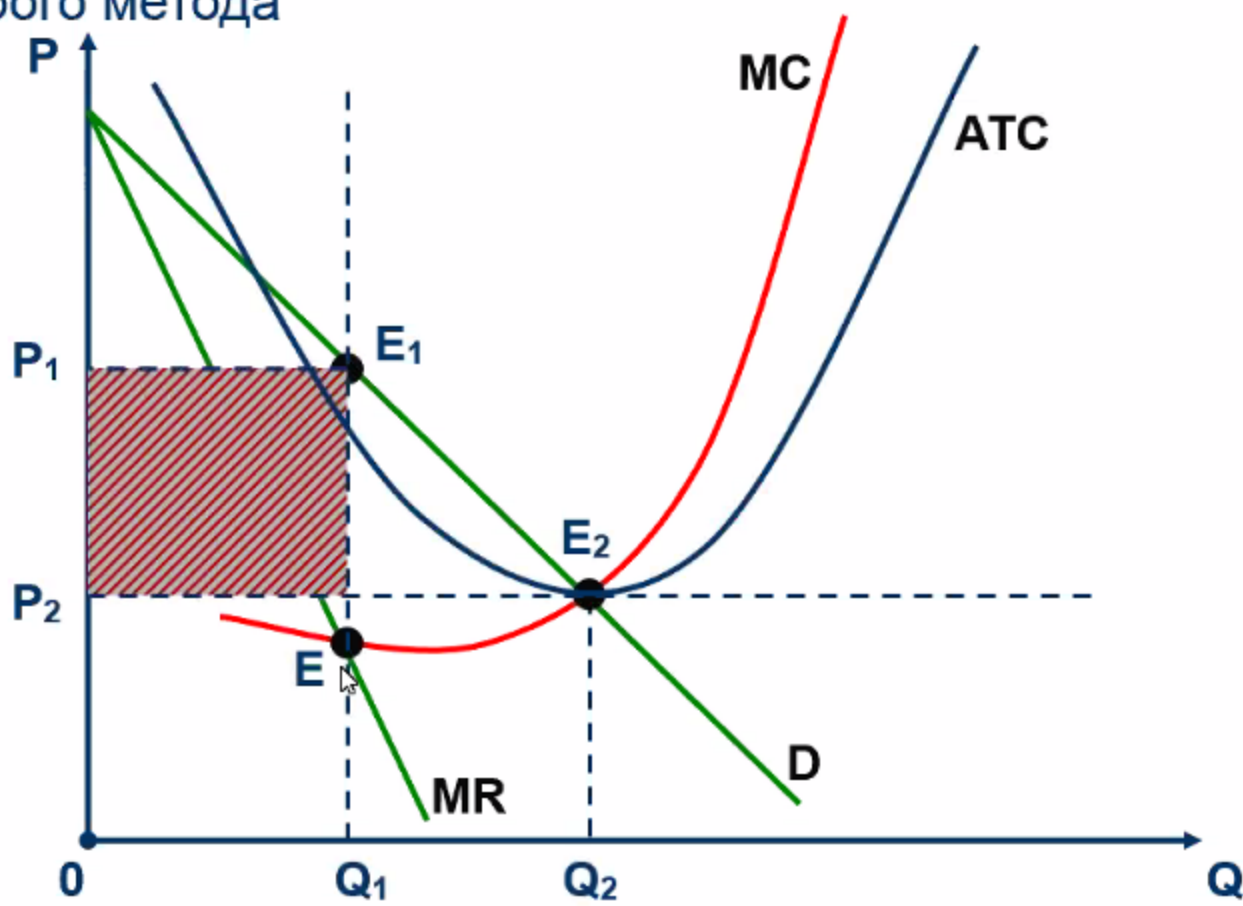
Поведение фирмы монополиста

- Критерий второго метода



Поведение фирмы монополиста

- Критерий второго метода



Рыночная власть и ее показатели

- **Рыночная власть** – возможность фирмы влиять на уровень цен и объемы реализации продукции
- Эластичность спроса является важным фактором, ограничивающим монопольную власть на рынке
- Чем более эластичный спрос, тем меньше возможностей получения дополнительной прибыли, меньше рыночная власть
- Монополист стремится максимизировать прибыль не на 1 ед. продукции, а на весь объем производства
- Рост цен ограничен ценовой эластичностью
- Монопольная власть – обратная величина эластичности спроса

Индекс монопольной власти

- А.П. Лернер в 1934 г. предложил измерять власть фирмы на основе индекса монопольной власти

$$I_L = \frac{P_M - MC}{P_M} = \frac{1}{E_d}$$

где:

P_m – монопольная цена

MC – предельные издержки

E – эластичность спроса на продукцию

Индекс Херфиндаля-Хиршмана

- Показатель степени концентрации рынка
- Измеряется в диапазоне от 0 до 10 000

$$IHH = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$$

Ценовая дискриминация

- Способ расширения рынка сбыта в условиях монополии
- Позволяет увеличивать доходы монополиста и предоставить возможность пользоваться продуктом потребителю с более низкими доходами
- Препятствие конкуренции