

Рынки несовершенной конкуренции

Петрова М.А.

Курчина М.С.

М-111Б

● Не только монополизация, но и любые нарушения условий совершенной конкуренции, ведут к ее подрыву. Рынок, на котором отсутствует хотя бы один признак совершенной конкуренции, называется рынком несовершенной конкуренции. На таком рынке подавляющая часть продукции предлагается ограниченным числом фирм, которые, занимая господствующее положение на рынке, могут влиять на условия реализации продукции и, прежде всего, на цены.

● Существует три основные структуры (модели) рынка несовершенной конкуренции:

- чистая монополия;
- олигополия;
- монополистическая конкуренция.

Чистая монополия

Монопо́лия (от греч. μονο — один и πωλέω — продаю) — фирма (ситуация на рынке, на котором действует такая фирма-монополист), действующая в условиях отсутствия значимых конкурентов (выпускающая товар(ы) и/или оказывающая услуги, не имеющие близких заменителей). Первые в истории монополии создавались сверху санкциями государства, когда одной фирме давалось привилегированное право торговли тем или иным товаром.

Олигополия

- Олигополия (от др.-греч. ὀλίγος — малочисленный, и πωλέω — продаю, торгую) — тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, в которой доминирует крайне малое количество фирм. .) Четкого количественного критерия олигополии в виде числа фирм нет, но обычно оно колеблется от трех до десяти. Олигополия, состоящая из 3-4 фирм, называется "жесткой"; состоящая из 4—9 фирм, на долю которых приходится 70-80% рынка, называется "аморфной".

Монополистическая конкуренция.

- Монополистическая конкуренция — тип рыночной структуры несовершенной конкуренции. Это распространённый тип рынка, наиболее близкий к совершенной конкуренции.
- Монополистическая конкуренция является не только наиболее распространённой, но и наиболее трудно изучаемой формой отраслевых структур. Для подобной отрасли не может быть построено точной абстрактной модели, как это можно сделать в случаях чистой монополии и чистой конкуренции. Многие здесь зависят от конкретных деталей, характеризующих продукцию и стратегию развития производителя, предсказать которые практически невозможно, а также от природы стратегического выбора, имеющейся у фирм данной категории.
- Таким образом, большинство предприятий мира можно назвать монополистически конкурентными.

Характерная черта	Чистая Монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция
Число фирм	Одна	Несколько	Много
Тип продукта	Уникальный, близких заменителей нет	Стандартизированный	Дифференцированный
Контроль над ценами	Полный	Ограниченный	Небольшой
Условия вступления в отрасль	Блокировано	Трудно	Сравнительно легко
Типичные отрасли	Коммунальное хозяйство (водо-, газо-, электроснабжение и т.п)	Металлургия, нефтедобыча, автомобиле- и станкостроение	Розничная торговля, швейная, обувная промышленность

- Помимо этих трех основных типов (моделей) существуют и другие модели рынка несовершенной конкуренции.
 - дуополия - рыночная ситуация, при которой на рынке функционирует лишь два производителя;
 - монопсония - рынок, на котором множеству продавцов противостоит один покупатель;
 - дуопсония - рыночная структура, при которой на рынке имеется лишь два покупателя, но много продавцов;
 - олигопсония - рынок, на котором имеется несколько покупателей, которым противостоит множество продавцов.