

Рыночные структуры

Конкуренция – это столкновение интересов, возникающее там, где количество благ или потребительский спрос ограничены. Конкурировать могут как потребители, так и фирмы.

Наибольшее внимание экономисты уделяют конкуренции между продавцами: каждый из них хочет продать свой товар, но платежеспособный спрос потребителей не бесконечен. Чтобы привлечь покупателя, фирма может, например, предложить более низкую цену, чем ее соперники. Это называется **ценовой конкуренцией**.

Бывает и **неценовая конкуренция**. Например, когда фирма предлагает товар более высокого, чем у других фирм, качества, организует систему послепродажного обслуживания, если речь идет о товарах длительного пользования (автомобилях, холодильниках и т. д.), или широко рекламирует свой продукт.

Совершенная конкуренция

При типе рынка, называемом **совершенной конкуренцией**, существует множество мелких фирм, которые

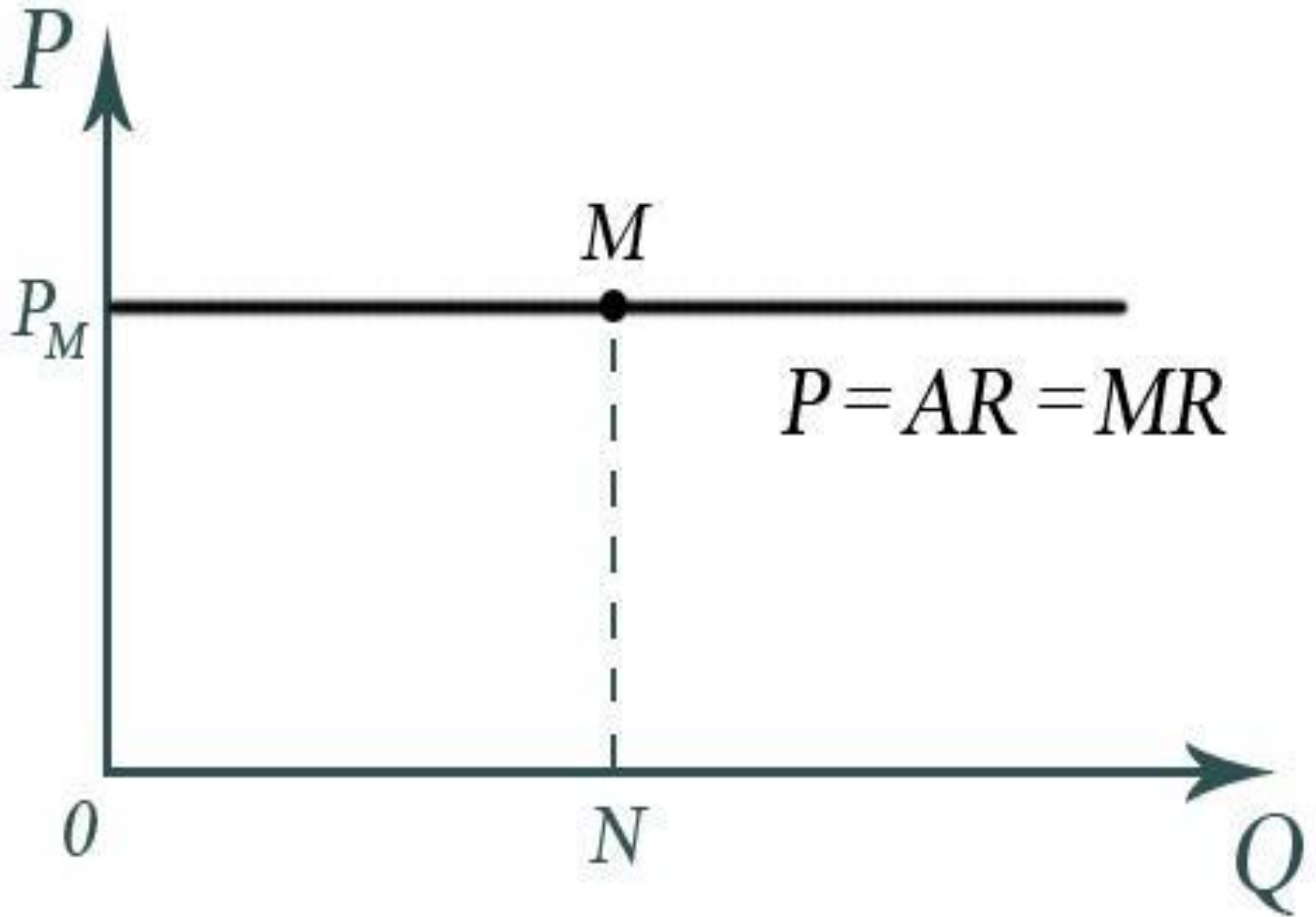
- достаточно малы относительно всего рынка, чтобы изменение их индивидуального предложения повлияло на рыночную цену;
- могут свободно входить на рынок и покидать его в зависимости от уровня цен.

Условия совершенной конкуренции не встречаются в реальной действительности

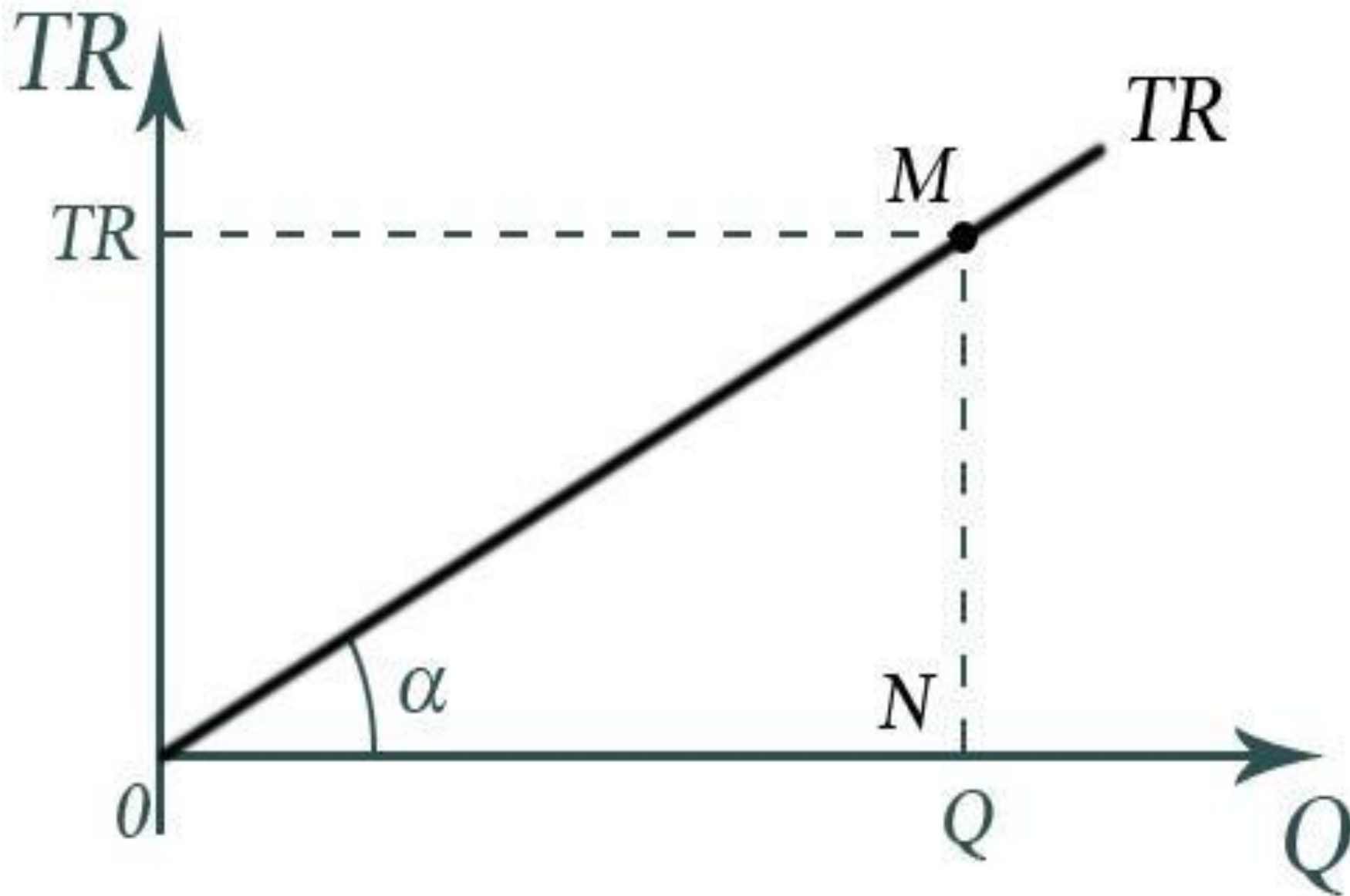
Фирмы, функционирующие в условиях совершенной конкуренции (их называют **конкурентными**), воспринимают сложившийся на рынке уровень равновесной цены как заданный, на который ни одна из фирм повлиять не может.

Такие фирмы называют прайс-тэйкерами (от англ. **price-taker**, где **price** – "цена", **take** – "принимать") в отличие от фирм прайс-мэйкеров (**make** – "делать"), которые влияют на уровень рыночных цен.

Цена, средний и предельный доход в условиях совершенной конкуренции



Совокупная выручка (доход)



Определение оптимального уровня выпуска продукции и равновесного состояния конкурентной фирмы основано **на сопоставлении предельного дохода с предельными издержками.**

<i>N</i>	<i>MR = P</i>	<i>MC</i>
1	50	48
2	50	38
3	50	34
4	50	31
5	50	29
6	50	33
7	50	39
8	50	45
9	50	49
10	50	54

Несовершенная конкуренция

конкуренция слабее там, где:

Число продавцов или покупателей невелико либо в отрасли есть один или несколько "лидеров", которые по величине намного превосходят другие фирмы.

Отсутствует достоверная рыночная информация, т. е. потребителю неясно, кто по какой цене продает. В этом случае продавцы могут устанавливать разные цены на один и тот же товар.

Существует много разновидностей продукта.

Для новичков затруднен "вход на рынок."

Рыночные структуры

В основу определения того, к какому типу относится та или иная рыночная структура, должны быть положены следующие критерии:

- количество фирм, представленных на рынке той продукции, которая выпускается данной отраслью;
- характер производимой продукции (стандартная или дифференцированная);
- наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в данную отрасль или выхода из нее;
- степень доступности экономической информации.

Монополия

Тип рыночной структуры, предполагающий, что:

- единственная фирма производит и продает продукт;
- этот продукт является уникальным;
- фирма осуществляет полный контроль над ценой этого продукта;
- имеются очень высокие барьеры для вхождения в отрасль и сильно ограничен доступ к экономической информации.

Олигополия

1. Рыночная структура, при которой на рынке какого-либо продукта присутствует небольшое число фирм-продавцов, каждая из которых занимает существенную долю рынка и обладает значительным контролем над ценами.
2. Тип рыночной структуры, при котором несколько фирм продают стандартный или дифференцированный продукт при ограниченных возможностях контроля над ценами, при наличии высоких входных барьеров и при существенных ограничениях доступа к экономической информации.

Монополистическая конкуренция

Представляет такую структура рынка, при которой большое число фирм производит взаимозаменяемые товары и услуги, в той или иной степени осуществляют контроль над ценами. При этом имеются барьеры для вхождения в отрасль, а также ограничения доступа к экономической информации.

Юридические барьеры для вступления в отрасль:

- **патентная монополия** – исключительное право изобретателя продукта распоряжаться изобретением и реализовывать монопольную прибыль в течение определенного промежутка времени;
- выдача **правительственных лицензий** на ведение бизнеса в той или иной отрасли;
- введение правительством **внешнеторговых барьеров**, исключающих иностранную конкуренцию.

Технологические барьеры для вступления в отрасль:

- технология производства, которая характеризуется значительной экономией на масштабах лишь при больших объемах выпуска, так что выпуск в размере отраслевого спроса может с наименьшими издержками производиться только одной крупной фирмой;
- обладание исключительными знаниями в области технологии производства;
- наличие высококлассных менеджеров с уникальными управленческими талантами.