

Монополистическая конкуренция и олигополия



Монополистическая конкуренция



– это такая рыночная структура, в которой преобладают черты совершенной конкуренции и имеются отдельные элементы, характерные для чистой монополии.

(теория монополистической конкуренции была разработана в 30-е гг. XX в. английским экономистом Дж. Робинсон и американским ученым Э. Чемберлином)

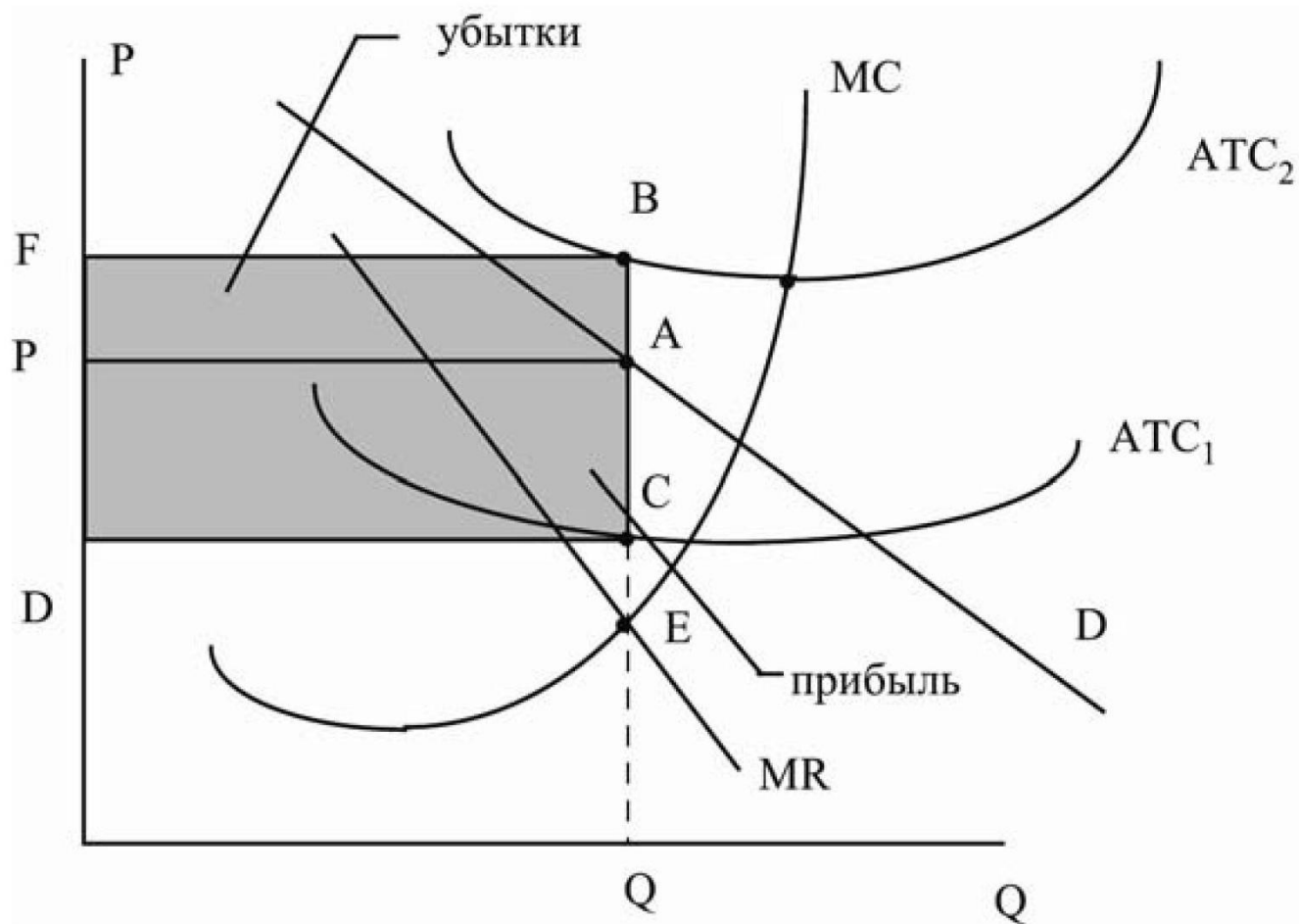
Монополистическая конкуренция



Основные черты:

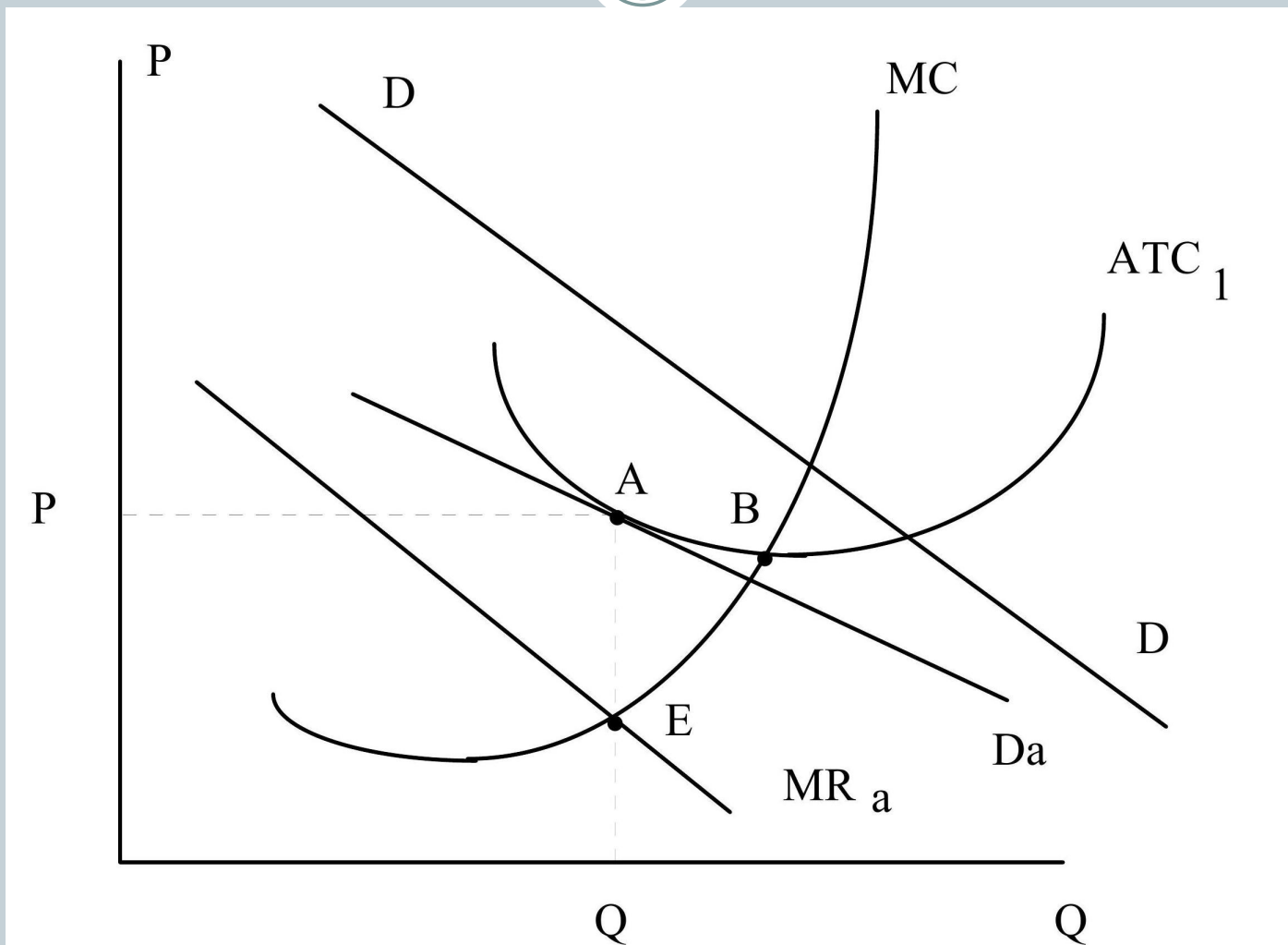
- довольно значительное число небольших по объему фирм, выпускающих однотипные, но не тождественные товары
- фирмы отрасли имеют определенную возможность дифференциации товара
- фирмы отрасли используют в конкурентной борьбе неценовые факторы
- вход в отрасль относительно свободный (возможность снижения издержек за счет положительного эффекта масштаба невелика)

Монополистическая конкуренция



Определение цены товара и объема выпуска в краткосрочном периоде

Монополистическая конкуренция



Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

Монополистическая конкуренция



Основные пути неценовой конкуренции:

- изменять или улучшать качественные характеристики товара, «подгоняя» таким образом свойства товара под запросы потребителей
- рекламировать свой товар и приспособливать запросы покупателей к имеющимся характеристикам выпускаемой продукции.

Олигополия



Характерные черты:

- в отрасли находится несколько соперничающих фирм
- кривая спроса каждой фирмы имеет «падающий» характер
- фирмы могут производить и гомогенный, и дифференцированный продукт
- в отрасли находится хотя бы одна крупная фирма, которая считает, что ее действия не останутся без ответной реакции со стороны конкурентов

Олигополия



Особенности ценообразования в олигополии:

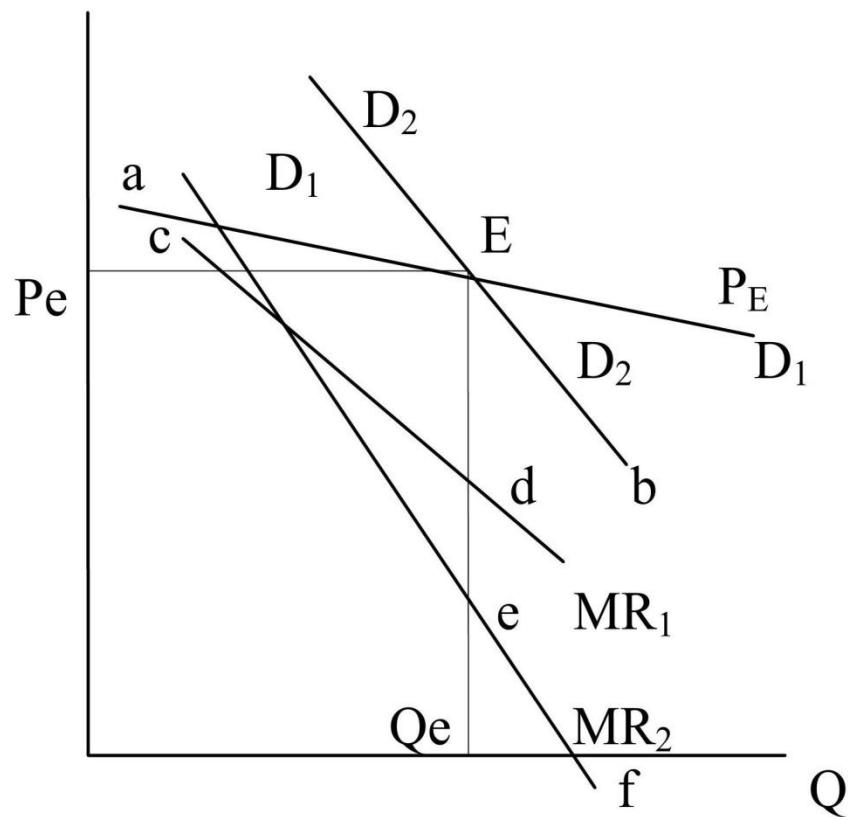
- цены при олигополии более «жесткие»
- чаще фирмы меняют цены одновременно

Подходы и модели ценообразования

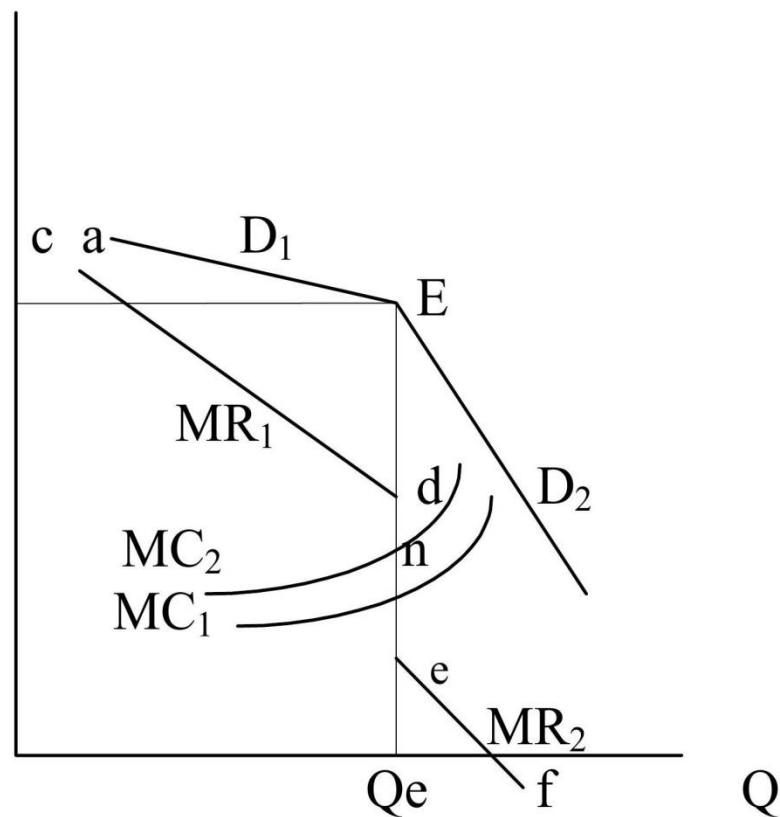


- Модель дуополии (А. Курно, 1838 г.)
- Теория игр (Дж. Фон Нейман, О. Morgenштерн)
- Концепция олигополистической координации
 - Лидерство доминирующей фирмы
 - Барометрическое лидерство
 - Неконкурентное ценовое лидерство
- Теория «ломаной кривой спроса»

Теория «ломаной кривой спроса»



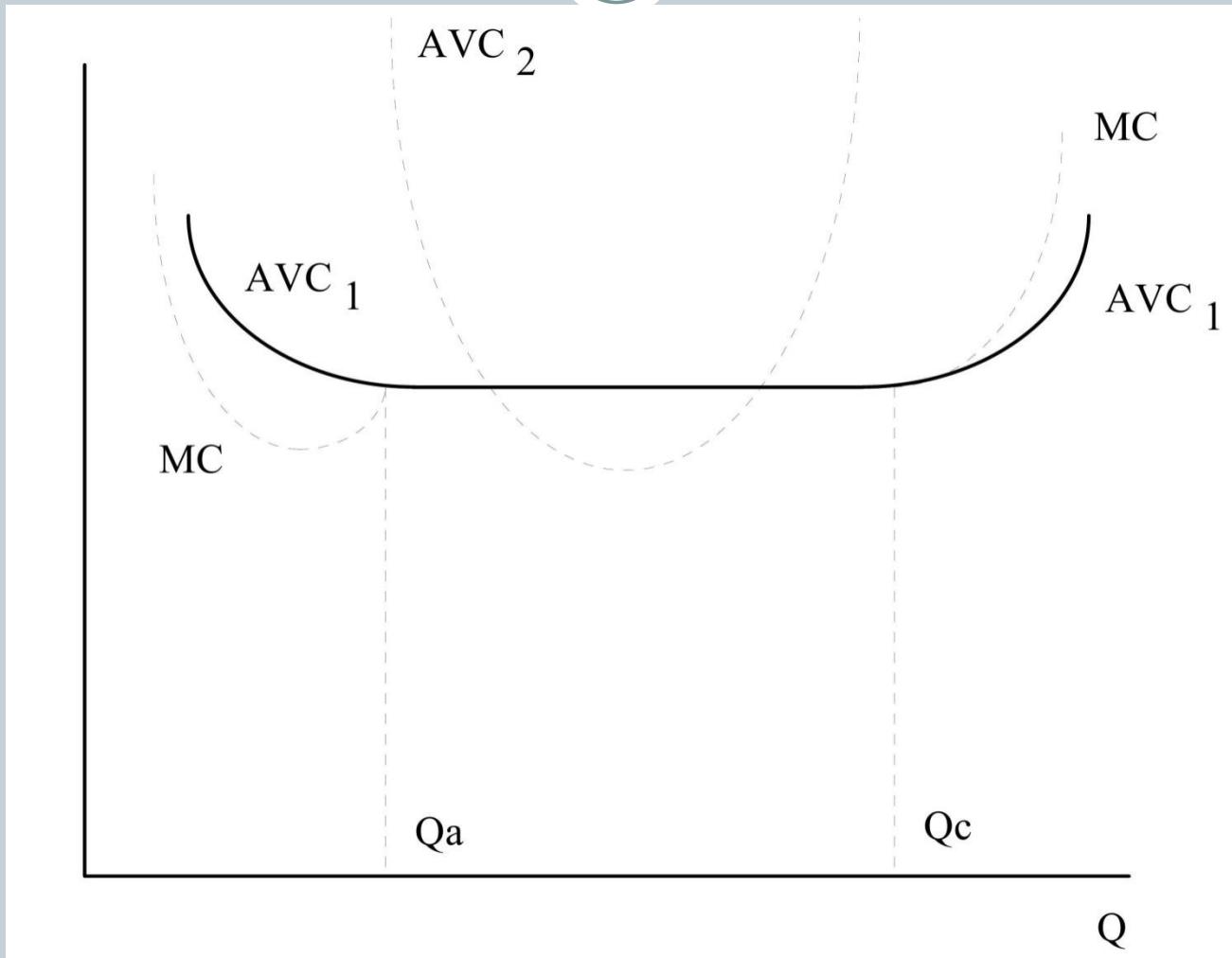
а)



б)

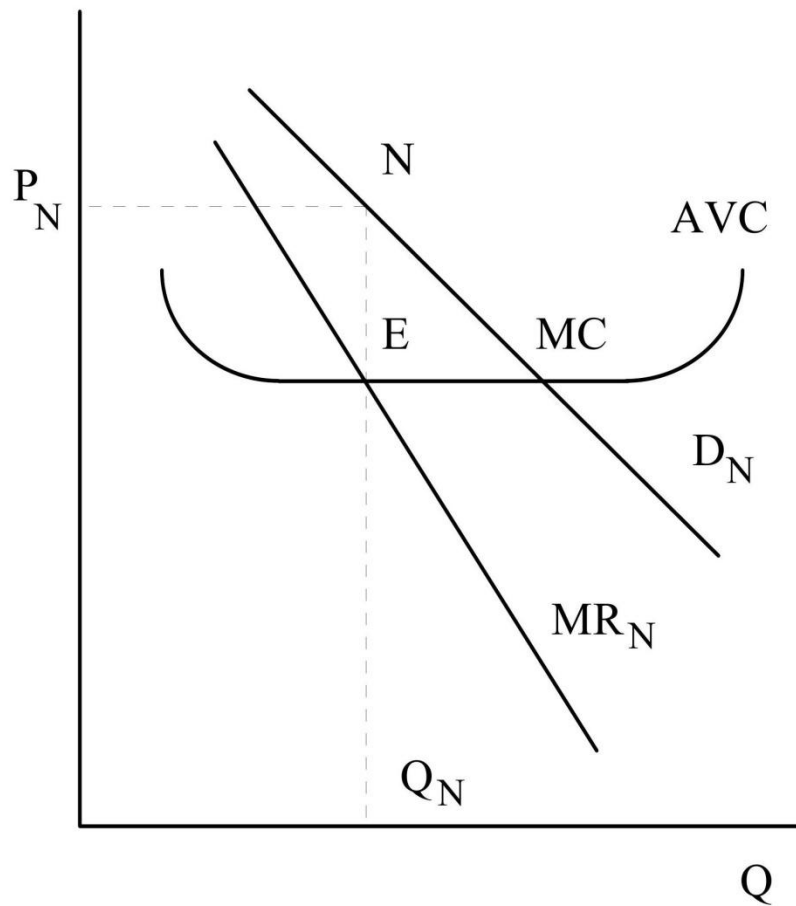
Ломаная кривая спроса фирмы

Издержки в краткосрочном периоде

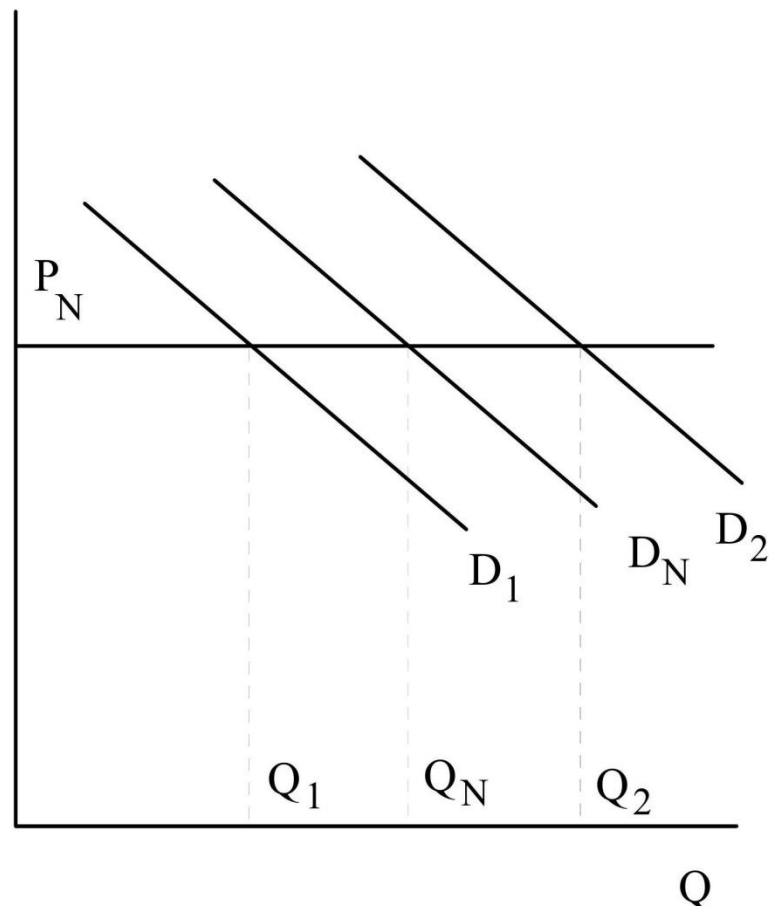


Кривые AVC и MC фирмы-олигополиста

Поведение фирмы-олигополиста



а)



б)

Установление цены товара и объемов его выпуска

Спасибо за внимание!

