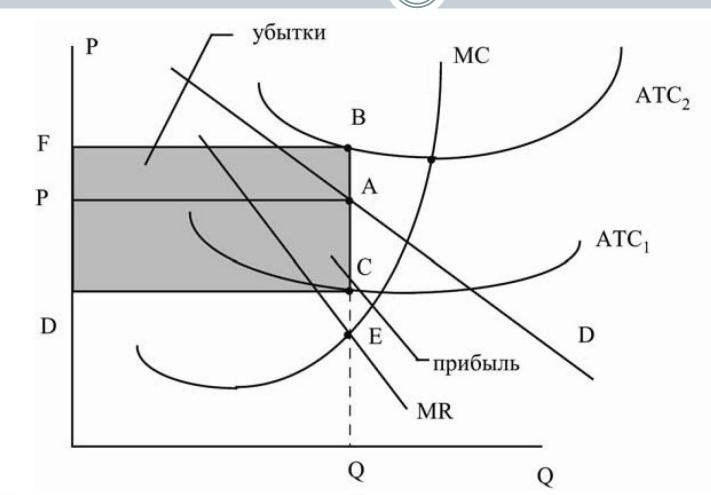
# Монополистическая конкуренция и олигополия

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

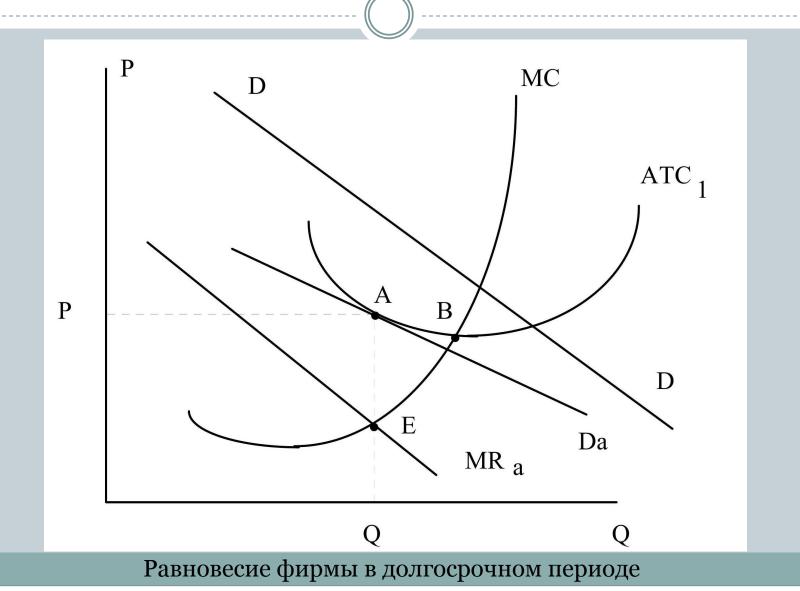
(теория монополистической конкуренции была разработана в 30-е гг. XX в. английским экономистом Дж. Робинсон и американским ученым Э. Чемберлином)

#### 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)



Определение цены товара и объема выпуска в краткосрочном периоде



#### Основные пути неценовой конкуренции:

- изменять или улучшать качественные характеристики товара, «подгоняя» таким образом свойства товара под запросы потребителей
- рекламировать свой товар и приспосабливать 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

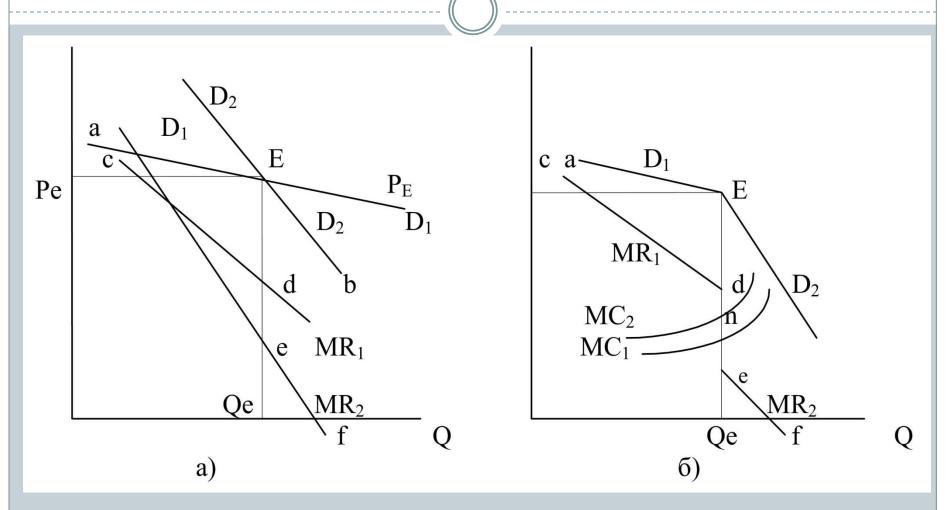
Особенности ценообразования в олигополии:

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

### Подходы и модели ценообразования

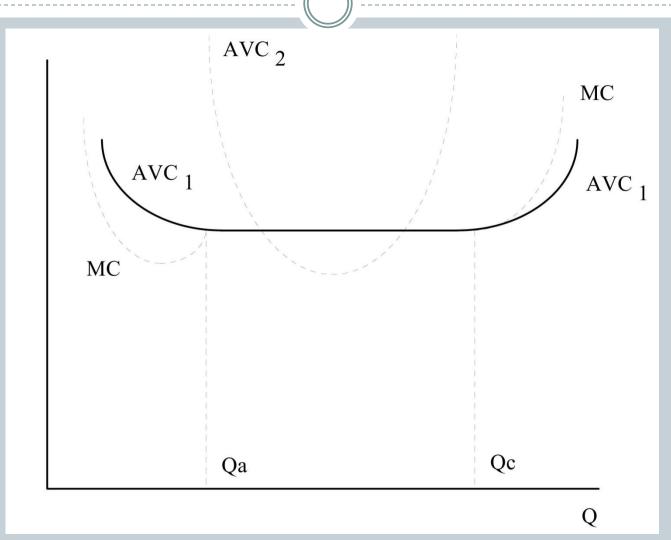
- Модель дуополии (А. Курно, 1838 г.)
- Теория игр (Дж. Фон Нейман, О. Моргенштерн)
- Концепция олигополистической координации
  - о Лидерство доминирующей фирмы
  - Барометрическое лидерство
  - о Неконкурентное ценовое лидерство
- Теория «ломаной кривой спроса»

## Теория «ломаной кривой спроса»



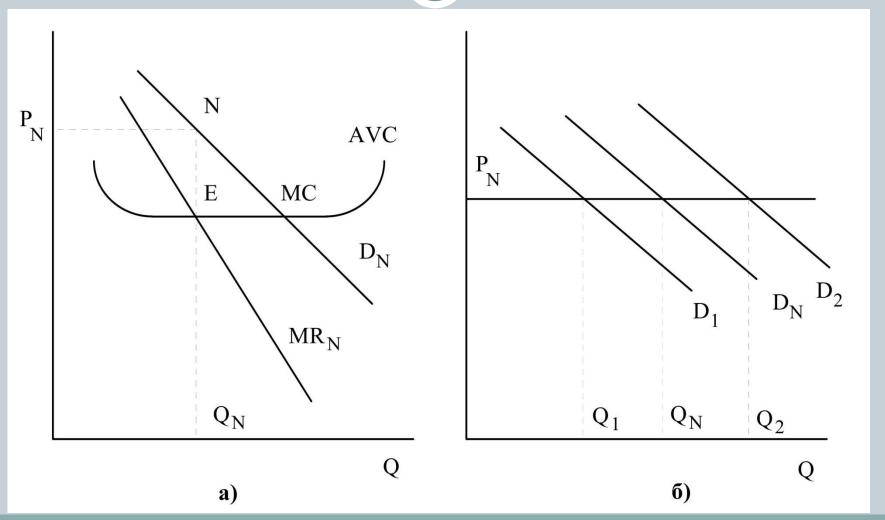
Ломаная кривая спроса фирмы

### Издержки в краткосрочном периоде



Кривые AVC и MC фирмы-олигополиста

## Поведение фирмы-олигополиста



Установление цены товара и объемов его выпуска

## Спасибо за внимание!