

Олигополю

я

Это рыночная структура, при которой доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами.

Основные черты рынка олигополии:

- Небольшое количество фирм в отрасли
- Однородность и дифференцируемость продукта
- Степень влияния на рыночные цены
- Барьеры для вхождения новых фирм в отрасль

Ограничения доступа на рынок:

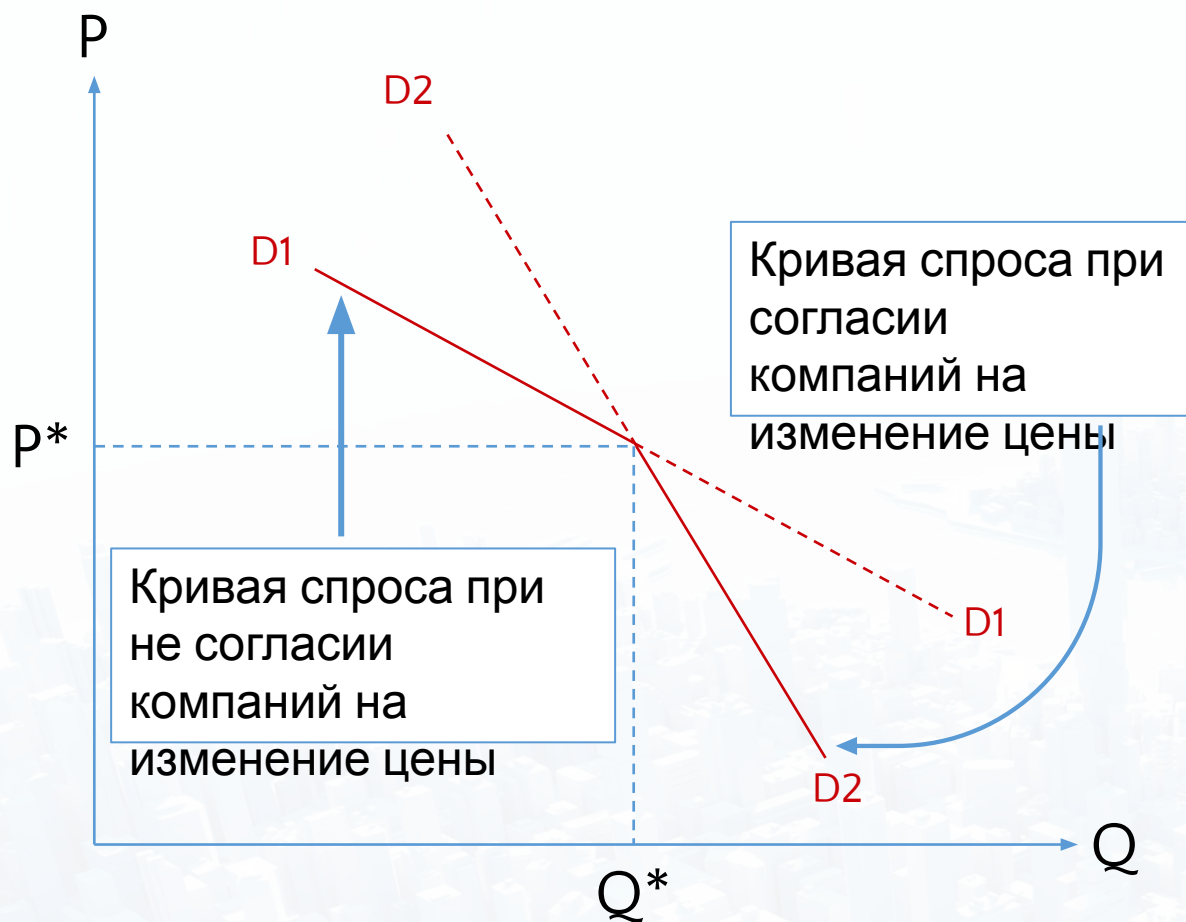
Для олигополии характерно ограничение доступа на рынок других фирм. Среди можно назвать следующие причины этого:

- эффект масштаба может сделать невыгодным
- существование многих фирм на рынке
- лицензирование и патенты затрудняют доступ на рынок;
- контроль над редкими источниками сырья

Поведение фирм в условиях олигополии

модель ломаной кривой спроса:

Нескоординированная олигополия – не основанная на тайном сговоре.



Если одна из фирм поднимает цену её конкуренты не станут в ответ повышать цены. В результате фирма потеряет своих потребителей.

Если одна из фирм понизит цену, то конкуренты, скорее всего, последуют за ней, чтобы сохранить свою долю рынка.

Поведение фирм в условиях олигополии

модель ценового лидерства:

- **Лидерство в ценах** – ситуация, когда одна из фирм действует как ценовой лидер, который устанавливает цену, чтобы максимизировать свои собственные прибыли, в то время как другие фирмы следуют за лидером
- Соперничающие фирмы назначают ту же цену, что и лидер, и работают при уровне выпуска, который максимизирует их прибыли при этой цене

Монополистическая

Отрасль, в которой действует большое количество фирм, выпускающих схожую продукцию, между которыми существует ценовая и неценовая конкуренция.

Спрос в условиях монополистической конкуренции является эластичным по цене, но лишь до определённых пределов. Он намного более эластичен, чем в условиях простой монополии. Выбор оптимального объёма производства, максимизирующего его прибыль, аналогичен выбору монополиста.

Основные черты монополистической конкуренции:

- Дифференциация продукции
- Большое количество продавцов
- Относительно низкие барьеры входа и выхода из отрасли
- Жёсткая неценовая конкуренция

Дифференциация продукции

Предполагает наличие в отрасли группы продавцов (производителей), выпускающих близкие, но не однородные по своим характеристикам товары, т.е. товары, не являющиеся совершенными заменителями.

Дифференциация товаров может быть основана на:

- физических характеристиках товара
- Месторасположении

Иногда дифференциацию делят на вертикальную и горизонтальную:

- **вертикальная** основана на делении товаров по качеству или какому другому схожему критерию, условно на "плохие" и "хорошие"
- **горизонтальная** предполагает, что при примерно равных ценах покупатель делит товары не на плохие-хорошие, а по вкусу

Большое количество продавцов

Аналогично совершенной конкуренции, монополистическая конкуренция характеризуется большим количеством продавцов, так что отдельная фирма занимает небольшую долю отраслевого рынка. Как следствие, монополистически конкурирующая фирма обычно характеризуется как абсолютно, так и относительно малыми размерами.

Большое количество продавцов:

- исключает возможность сговора и согласованных действий между фирмами с целью ограничения объёма выпуска и повышения цен
- не позволяет фирме существенным образом влиять на рыночные цены

Низкие барьеры входа и выхода из отрасли

Вхождение в отрасль обычно не затруднено, что связано с:

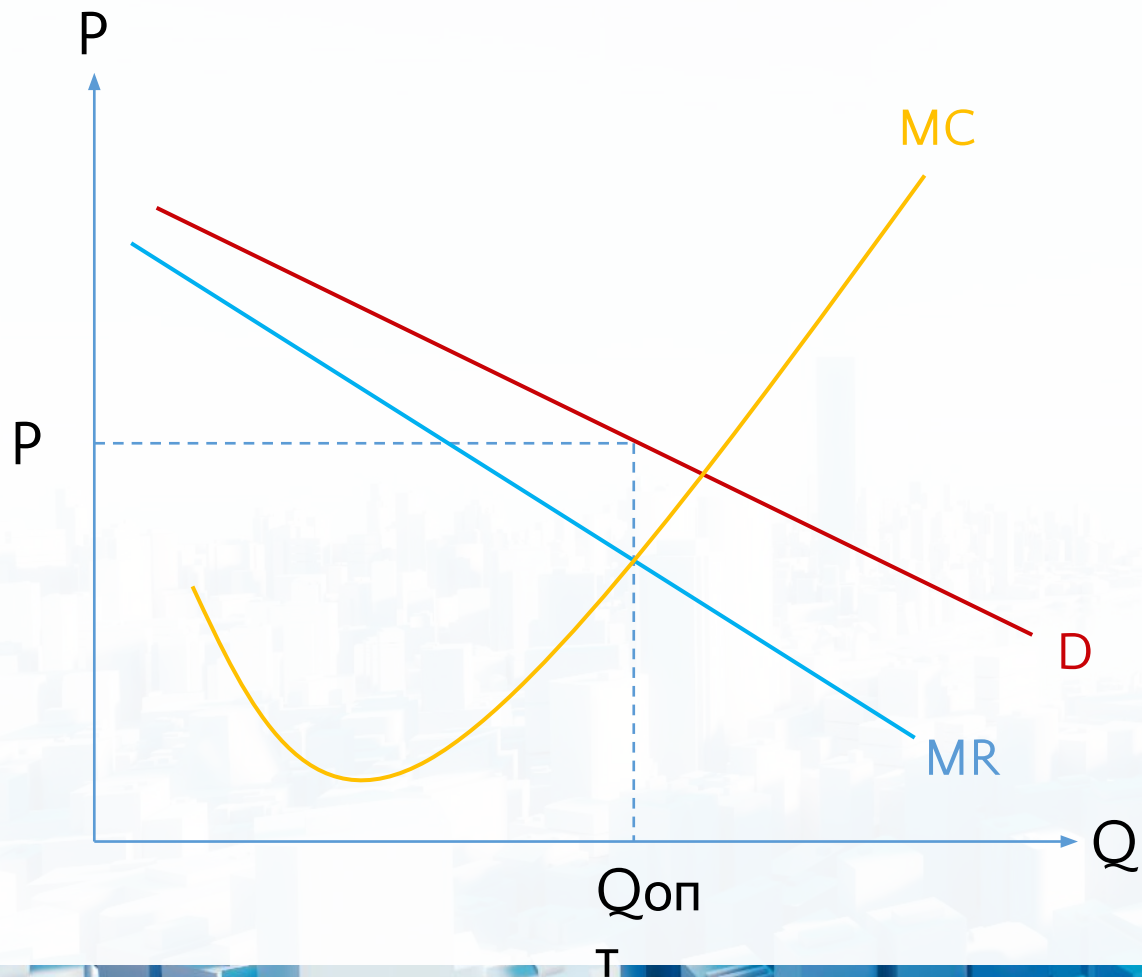
- малым эффектом масштаба производства
- небольшими первоначальными инвестициями
- небольшим размером уже действующих предприятий

Неценовая конкуренция

Фирма, действующая в условиях монополистической конкуренции, может применять три основных стратегии влияния на объем продаж:

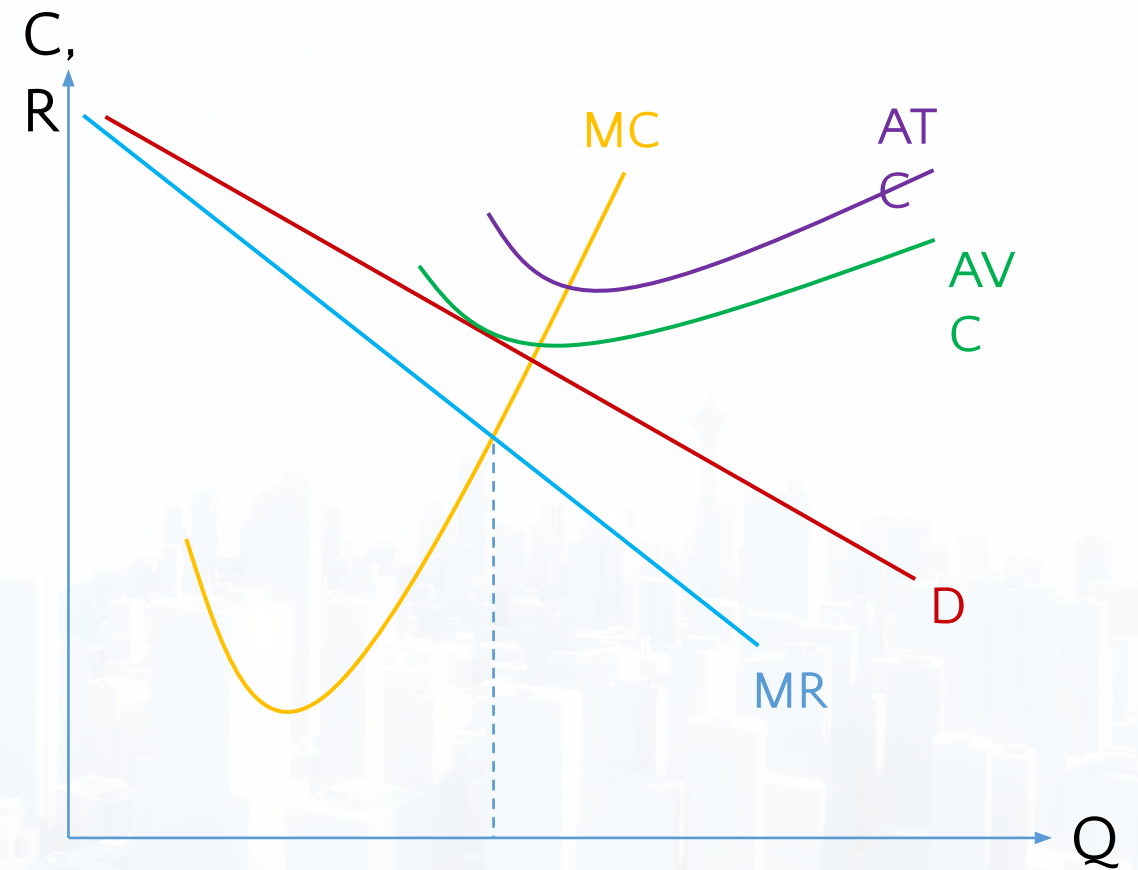
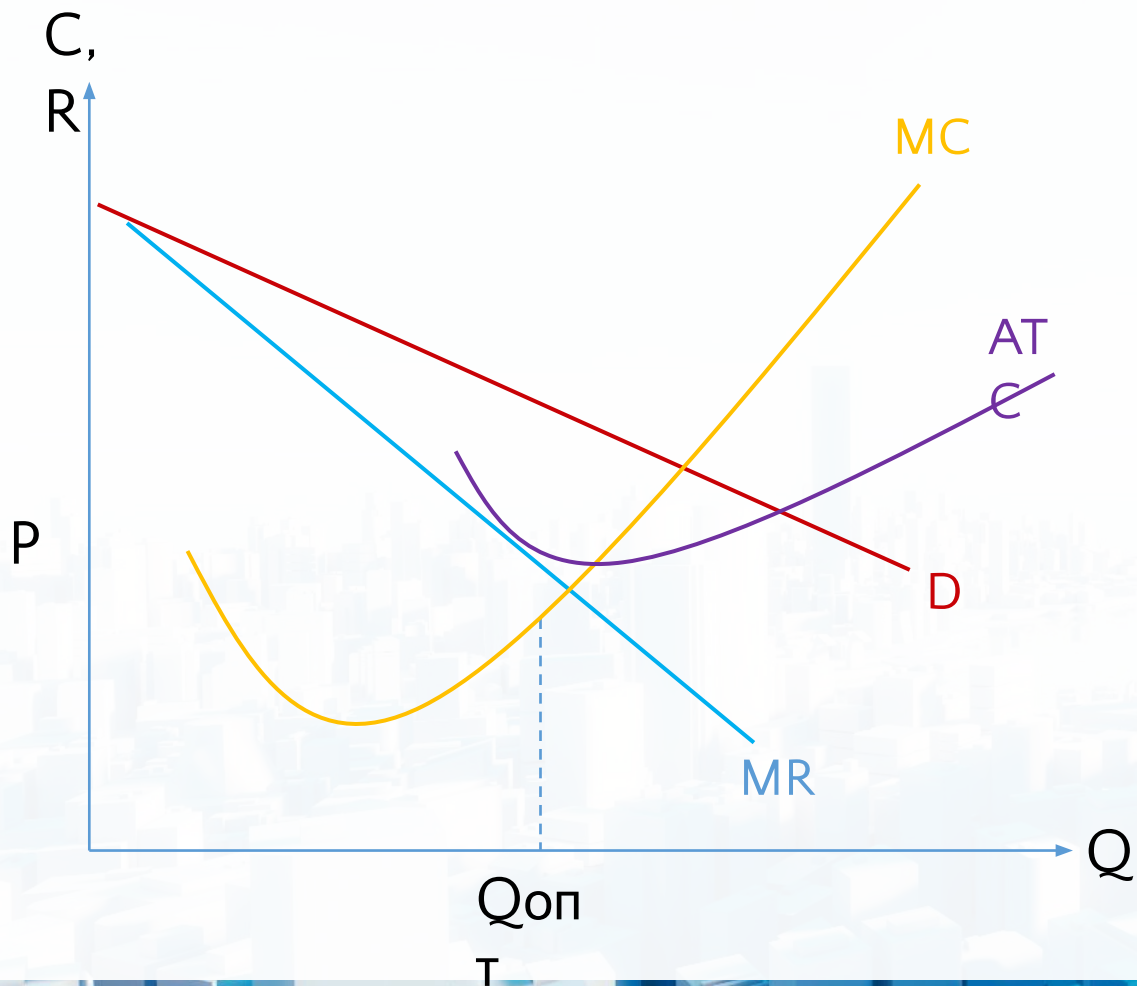
- изменять цены
- производить товар с определёнными качествами
- пересмотреть стратегию рекламы и сбыта

Краткосрочное равновесие монополистического конкурента:



Если кривая спроса фирмы является убывающей, то её кривая предельного дохода не совпадает с кривой спроса и среднего дохода (как в случае совершенной конкуренции), а лежит левее и ниже.

Долгосрочное равновесие монополистического конкурента:



Преимущества и недостатки рынка монополистической конкуренции

- Дифференциация продукции расширяет возможности выбора потребителя
 - Сильная конкуренция удерживает цены близко к уровню предельных издержек
 - Рыночная власть отдельной фирмы сравнительно мала
 - Наиболее благоприятный для покупателей
-
- Малые размеры и предопределяют основные недостатки этой структуры рынка
 - Нестабильность рыночных условий и неопределённость малого бизнеса
 - Жёсткое действие рыночных сил ограничивают финансовые возможности для риска и проведения инновационной деятельности