



ОЛИГОПСО́НИЯ

Авторы: А. Л. Дмитриев

ОЛИГОПСО́НИЯ (от *олиго*... и греч. ὀλιγνία – покупка продовольствия), форма концентрации покупателей на рынках товаров (услуг), когда небольшое число крупных покупателей противостоит значительному числу продавцов. В такой ситуации покупатели могут заключать выгодные для себя соглашения с продавцами, которые могут характеризоваться ценовыми льготами на оптовые закупки, а также продлением сроков товарного кредита. Примером О. выступают проф. спортивные лиги, когда много спортсменов предлагают свои услуги небольшому числу клубов. О. может возникать не только на национальном, но и на мировом рынке. Так, О. складывалась на мировых рынках с.-х. товаров, когда многочисл. производителям из развивающихся стран противостояли неск. крупных торгово-промышленных компаний развитых стран, скупающих и перерабатывающих на своих заводах кофе, какао и др. виды с.-х. сырья.

Литература

Лит.: Шерер Ф. М., Росс Д. Структура отраслевых рынков. М., 1997.