



Монополистическая конкуренция

Выполнил студент:
11 группы 1 курса
Экономического факультета
Специальность Управление персоналом
Формы обучения заочной
Фролова Светлана Олеговна



План презентации

- 
- I. Теоретические подходы к понятию «конкуренция». Поведенческий подход.
 - II. Виды конкуренции. Совершенная конкуренция.
 - III. Виды конкуренции. Несовершенная конкуренция.
 - IV. Монополистическая конкуренция.
 - V. Краткосрочное равновесие фирмы в условиях монополистической конкуренции.
 - VI. Долгосрочное равновесие фирмы в условиях монополистической конкуренции.
 - VII. Социально-экономические последствия монополистической конкуренции



Теоретические подходы к понятию «конкуренция»

- Поведенческий подход;
- Структурный подход;
- Функциональный подход;
- Ценностно-сетевой подход;
- Статический подход;
- Динамический подход.



Теоретические подходы к понятию «конкуренция»

Поведенческий подход

Конкуренция - внутреннее свойство человека, присущее ему по натуре, которое естественным образом проявляется и в экономическом поведении людей, стремящихся к соперничеству



Адам Смит о конкуренции



Сущность **конкуренции** – это совокупность взаимосвязанных попыток продавцов установить контроль на рынке в долгосрочной перспективе



Теоретические подходы к понятию «конкуренция»

Поведенческий подход **Неоклассический вариант**

Большинство благ (товаров, услуг, ресурсов) является редким в том смысле, что их количество меньше потенциальной потребности общества. Поэтому владельцы благ имеют возможность распределять их, руководствуясь своей выгодой



Теоретические подходы к понятию «конкуренция»

Структурный подход

В структурной трактовке конкуренции в центре внимания оказывается не соперничество фирм в установлении цены, не выяснение того, кто и почему победил, а установление факта принципиальной возможности (или невозможности) влияния фирмы на общий уровень цен на рынке



Теоретические подходы к понятию «конкуренция»

Функциональный подход

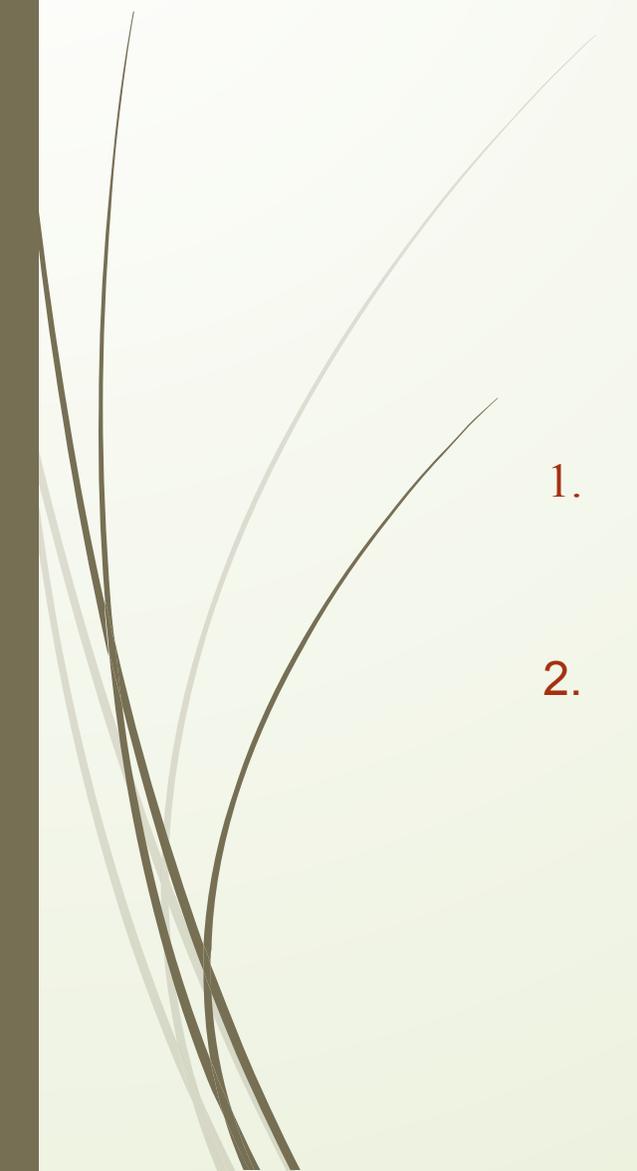
Экономическая сущность конкуренции состоит в ее роли в экономическом развитии. Данный подход выдвигает на первое место концепцию конкуренции как борьбы старого с новым.





Теоретические подходы к понятию «конкуренция»

Ценностно-сетевой подход

1. Конкуренция – это соперничество по вхождению в наиболее эффективные и надежные производственные цепи создания ценностей;
 2. Конкуренция – это борьба за место в цепи, так как от этого зависит размер доли получаемой прибыли.
- 



Теоретические подходы к понятию «конкуренция»

Статический подход

При статическом подходе конкуренция отражает сложившееся состояние рынка и характеризует набор рыночных условий, в которых протекает конкурентная борьба

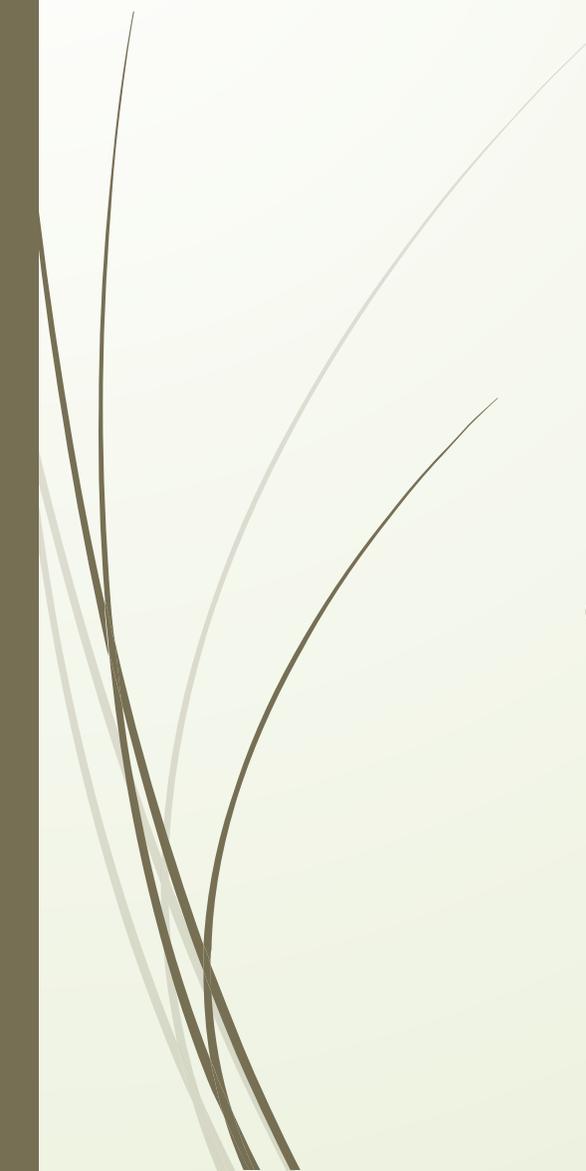




Теоретические подходы к понятию «конкуренция»

Динамический подход

Конкуренция представляет эндогенную составляющую рыночной среды, которая обуславливает характер изменения рынка и фирм.





Виды конкуренции

Совершенная конкуренция

Совершенная, свободная или чистая конкуренция — экономическая модель, идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения



Совершенная конкуренция

Условия совершенной конкуренции:

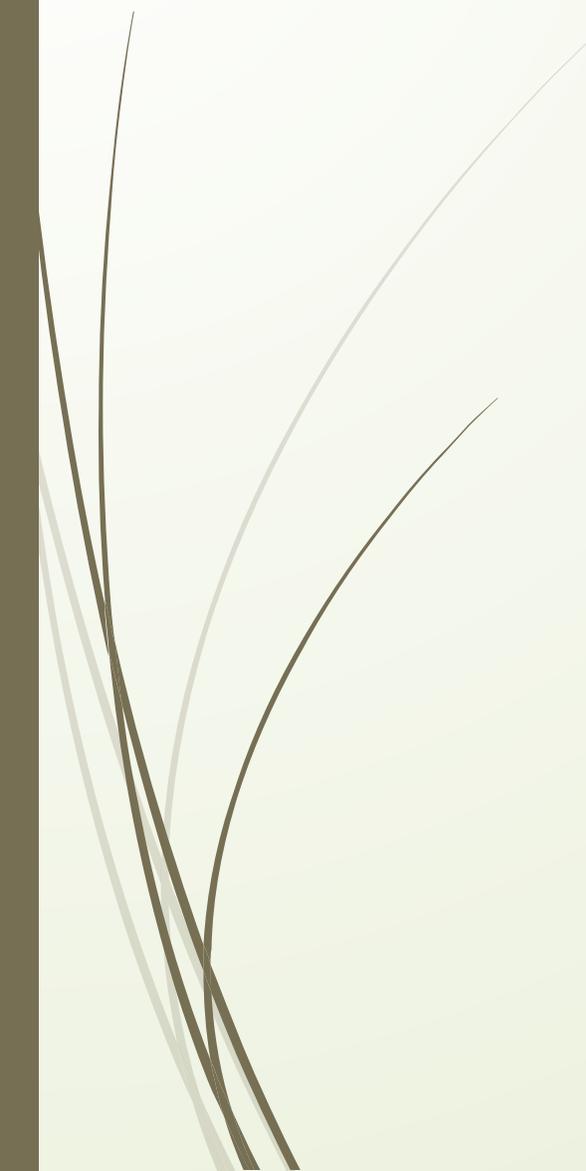
- конкуренты должны действовать независимо, а не в сговоре;
- число конкурентов, потенциальных или уже имеющих, должно быть достаточным, чтобы исключить экстраординарные доходы;
- экономические единицы должны обладать приемлемым знанием о рыночных возможностях;
- должна быть обеспечена свобода действий в соответствии с этим знанием;
- необходим достаточный запас времени, чтобы направление и объем потока ресурсов стали отвечать желанию хозяйствующих субъектов



Виды конкуренции.

Несовершенная конкуренция

Несовершенная конкуренция — это ситуация, согласно экономической теории, в которой структура рынка не соответствует условиям для существования совершенной конкуренции





Несовершенная конкуренция

Олигополия

Монополистическая
конкуренция

Чистая монополия



Монополистическая конкуренция

(от греч. monos — один, poleo — продаю)

Данная конкуренция является рыночной структурой несовершенной конкуренции, где обладающие рыночной властью продавцы дифференцированного продукта конкурируют за объём продаж. Это распространённый тип рынка, наиболее близкий к совершенной конкуренции.

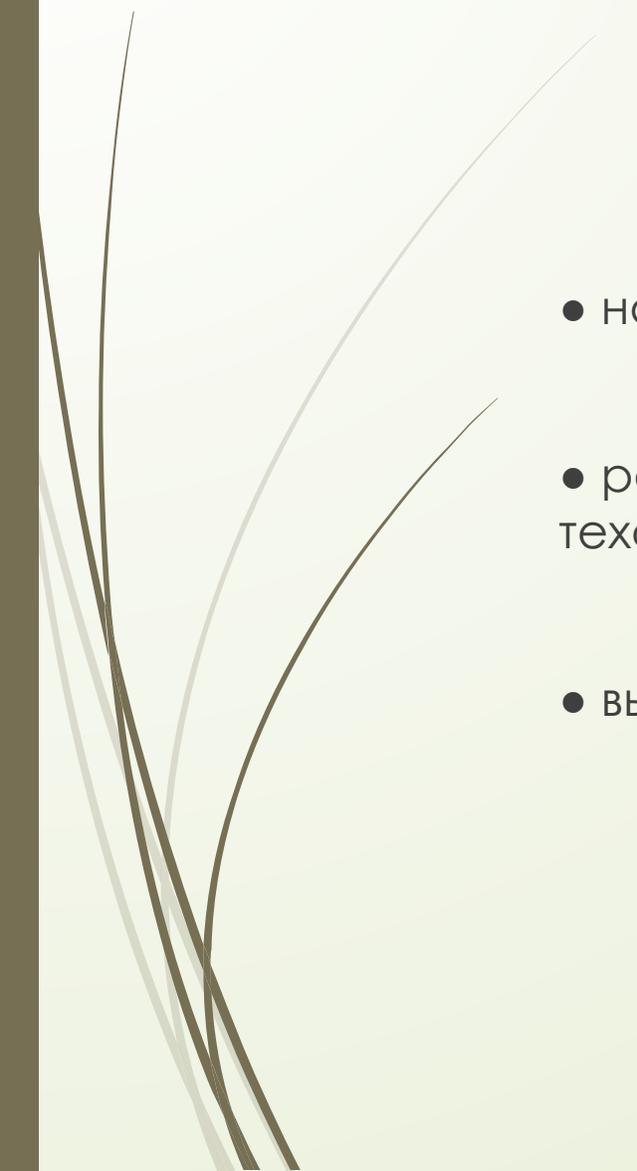


Дифференциация продукции –
ситуация, в которой идентичная продукция
производителей-конкурентов
рассматривается покупателями как
схожая, но не полностью
взаимозаменяемая





Условия получения экономической прибыли при монополистической конкуренции

- наличие патента на товар с уникальными характеристиками;
 - размещение в географически выгодном положении (отели, станции техобслуживания, кафе, рестораны);
 - выпуск новой продукции и применения новой технологии.
- 



Вхождение фирмы на рынок при монополистической конкуренции

Для вхождения на рынок фирме необходимо:

- Производить конкурентоспособную продукцию;
- Привлечь к себе покупателей продукции уже действующих фирм;
 - Усилить дифференциацию своей продукции;
 -
- Обеспечить продвижение продукции на рынок.

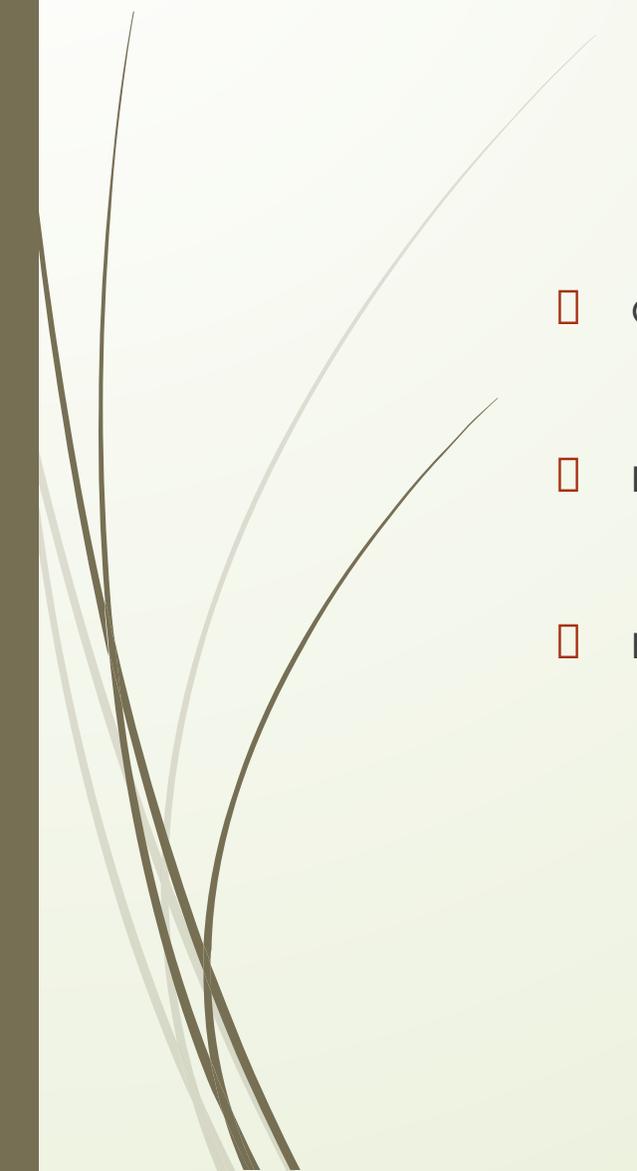


Преимущества монополистической конкуренции

- наиболее полно соответствует интересам покупателей;
- дифференциация продукции расширяет возможности выбора потребителя;
- сильная внутриотраслевая конкуренция и относительно невысокая рыночная власть удерживают цены на минимально возможном уровне.



Недостатки монополистической конкуренции

- отрицательный эффект масштаба производства;
 - нестабильность рыночных условий;
 - неопределенность малого и среднего бизнеса.
- 



Степень эластичности спроса и определяемый ею наклон кривой спроса зависят от:

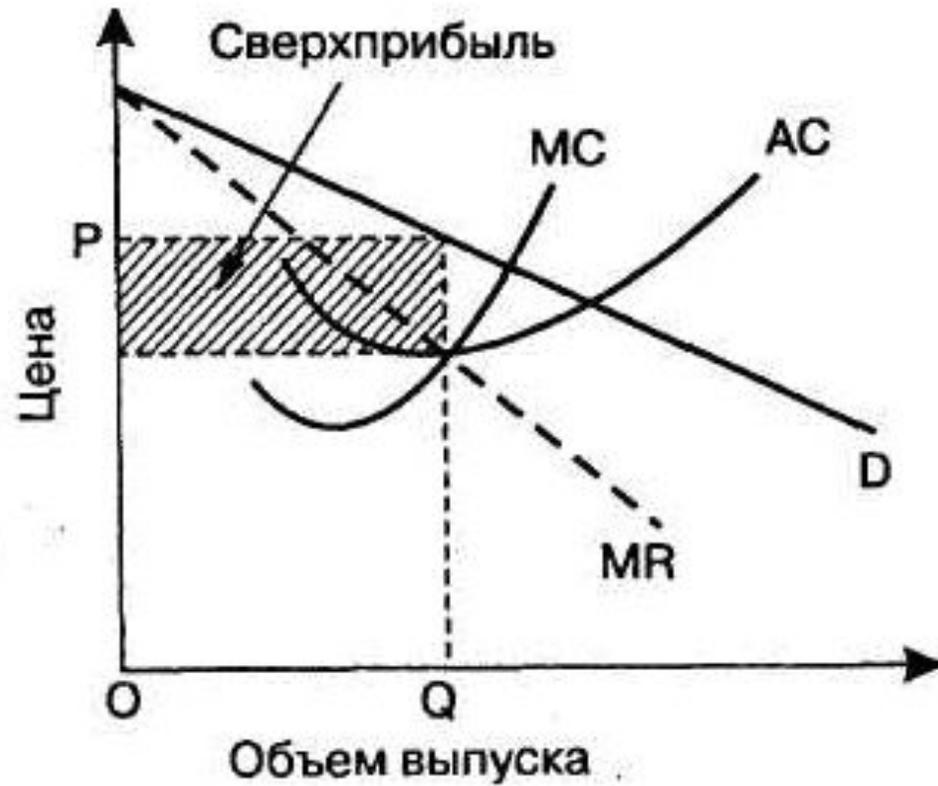
- количества фирм-конкурентов;
- степени дифференциации продукции.



Оптимальный объем производства и цена в условиях монополистической конкуренции в коротком периоде

Фирма, максимизирующая прибыль, будет стремиться осуществлять производство при такой комбинации цены и объема выпуска, которая уравнивает предельные издержки и предельный доход

Краткосрочное равновесие фирмы в условиях монополистической

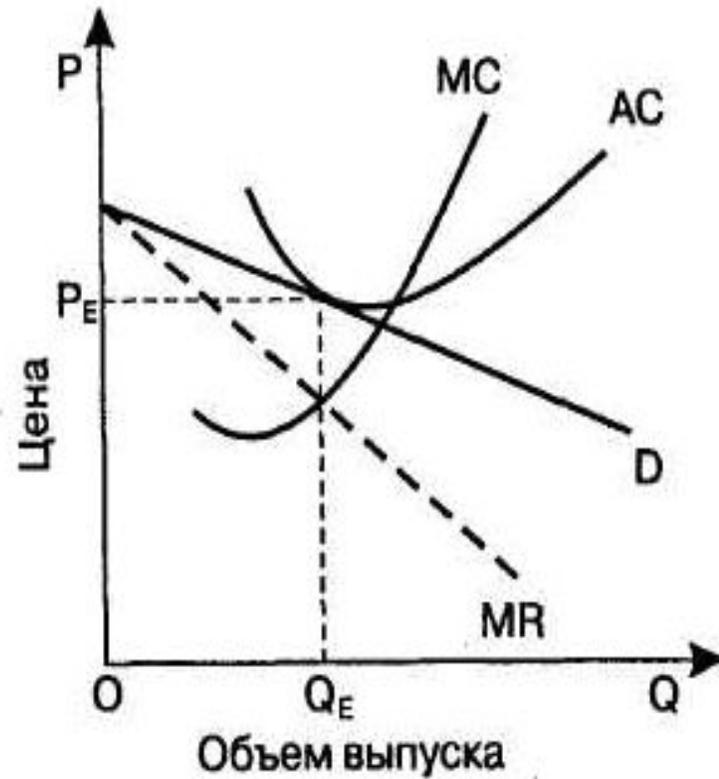




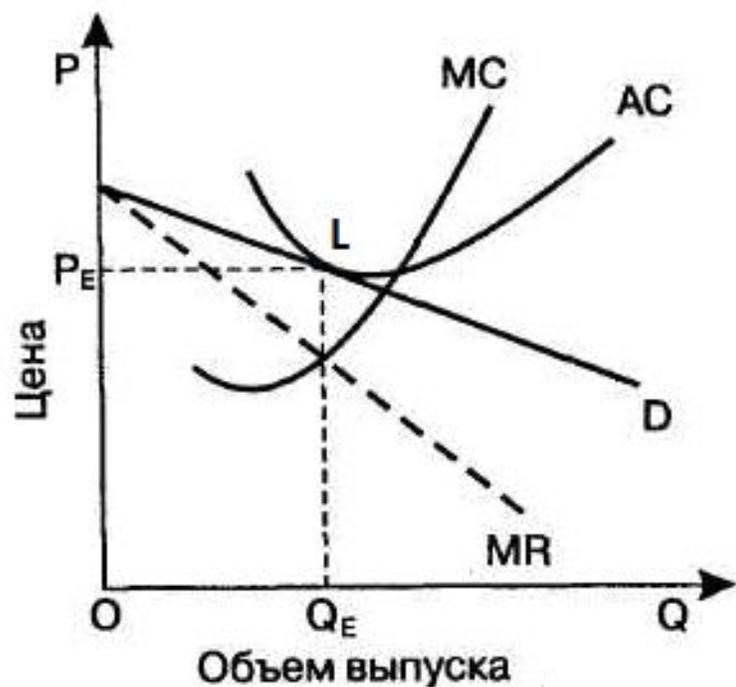
Оптимальный объем производства и цена в условиях монополистической конкуренции в длительном периоде

- фирмы могут свободно покидать отрасль и входить в нее;
- наблюдается тенденция к безубыточной деятельности;
- величина экономической прибыли равна нулю.

Долгосрочное равновесие фирмы в условиях монополистической конкуренции



Социально-экономические последствия монополистической конкуренции



Плюсы:

- Полное удовлетворение общественных потребностей;
- Увеличению ассортимента товаров и услуг.

Минусы:

- Недополучение обществом определенного объема продукта;
- Повышение цен.

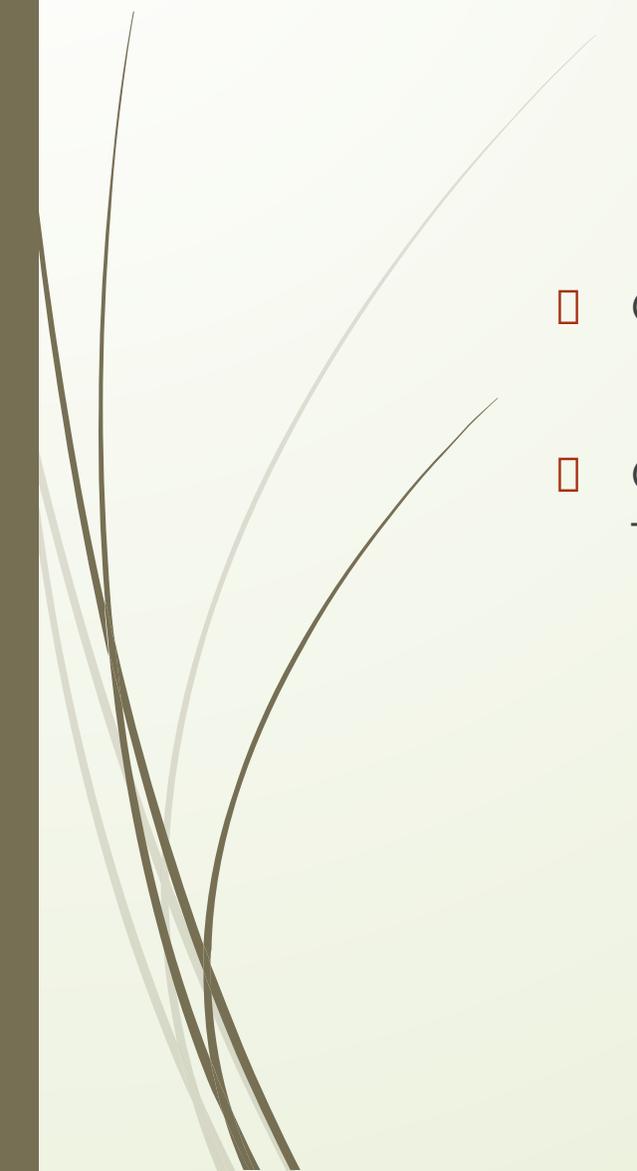


Роль монополии в экономике. Положительные стороны.

- Продукция монополистических компаний отличается высоким качеством;
- Крупные масштабы производства позволяют снижать издержки и экономить ресурсы.

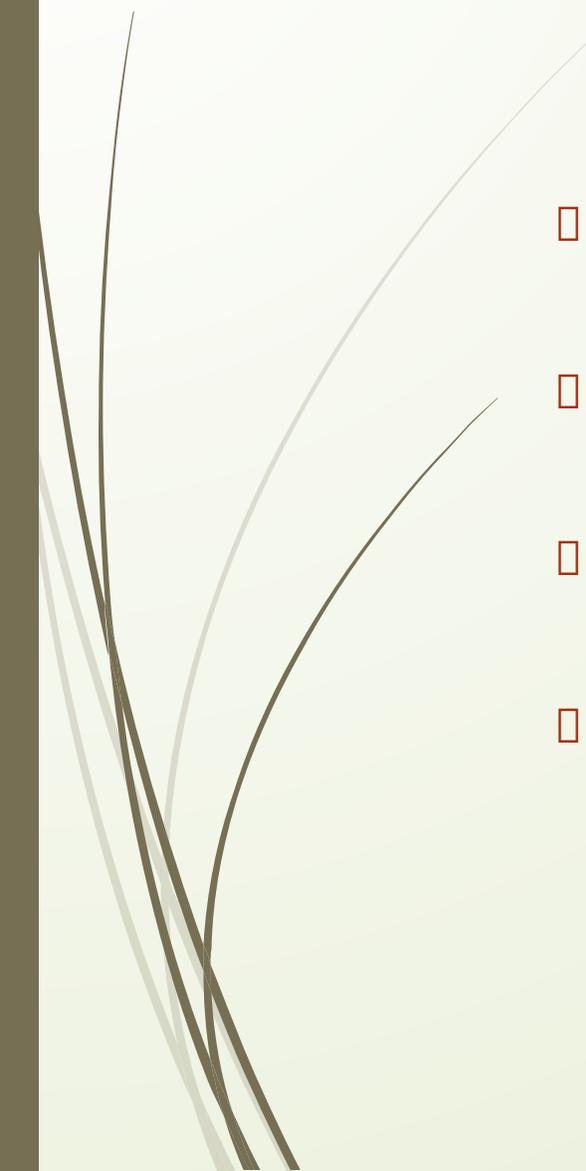


Роль монополии в экономике. Отрицательные стороны.

- Ограничение выпуска продукции;
 - Отсутствует стимул для повышения эффективности за счет технического прогресса.
- 



Аспекты, с которых рассматривается конкуренция:

- как способ координации хозяйственной деятельности;
 - как механизм взаимодействия агентов рынка;
 - как способ достижения экономических целей;
 - как способ завоевания конкурентных преимуществ.
- 



Список использованной литературы

1. Мокронос А. Г. , Маврина И. Н. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие – Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194, [2] с.
2. Рубин Ю. Б. Теория и практика конкуренции. Учебник для студентов 3 курса экономических специальностей - Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М., 2001 – 428 с.
3. Гукасян Г. В. Экономическая теория – М., 2009 – 267 с.
4. Борисов Е. Ф. Экономическая теория: Учебник. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮрайтИздат, 2005. — 399 с.
5. Смит А. Исследование о богатствах народов. — М.: Ось-89, 1997. С. 58.
6. Маршалл А. Принципы экономической науки: В 3 т. — М.: Прогресс, 1993. Т. 1. 415 с.
7. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): пер. с англ. – М.: Прогресс, 1982. 455 с.