



Монополистическая конкуренция и олигополия

Адам Смит о конкуренции

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



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

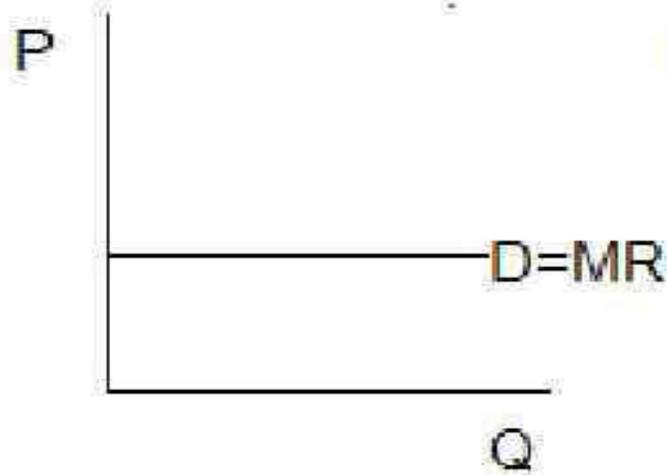
Фирма, максимизирующая прибыль, будет стремиться осуществлять производство при такой комбинации цены и объема выпуска, которая уравнивает предельные издержки и предельный доход



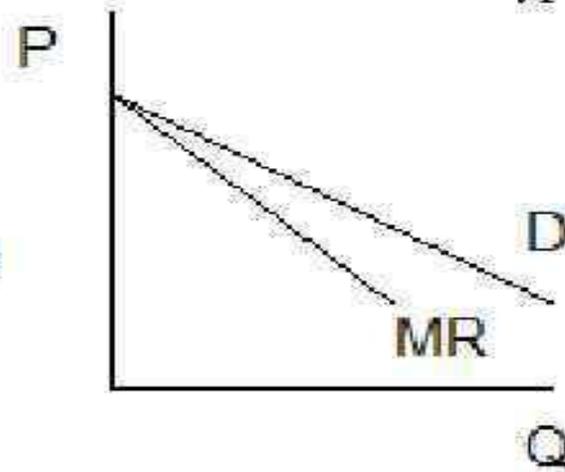
КРИВАЯ СПРОСА В УСЛОВИЯХ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

В условиях монополистической конкуренции отдельная фирма имеет дело с **убывающей кривой спроса** (в отличие от совершенной конкуренции), что объясняется дифференциацией продукции.

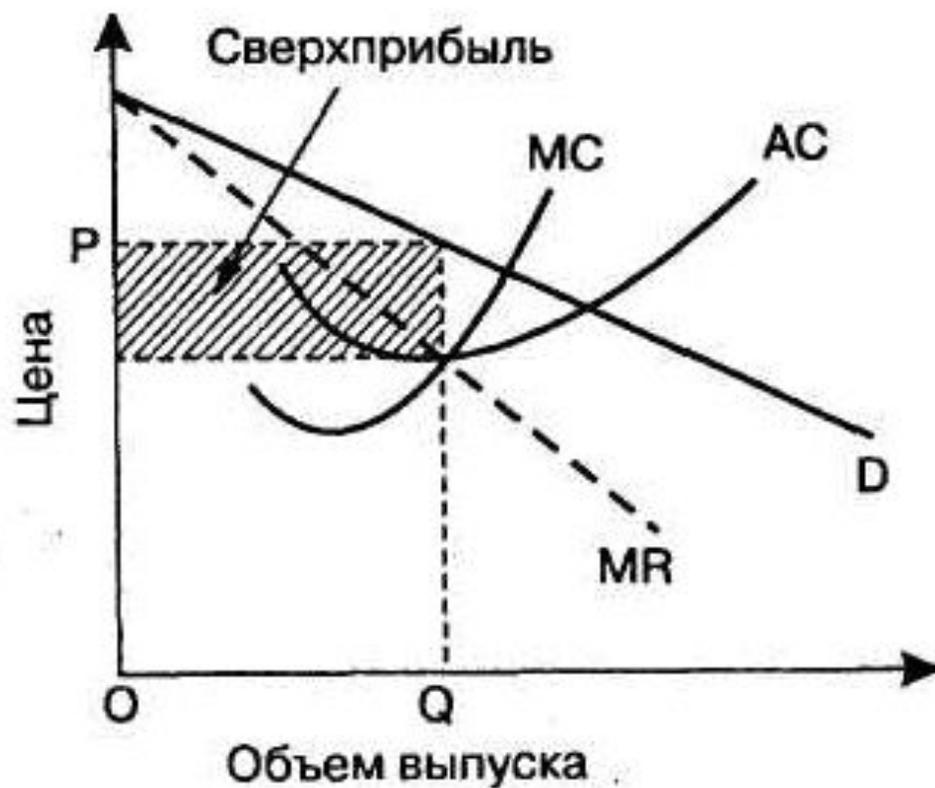
В условиях совершенной конкуренции



В условиях монополистической конкуренции

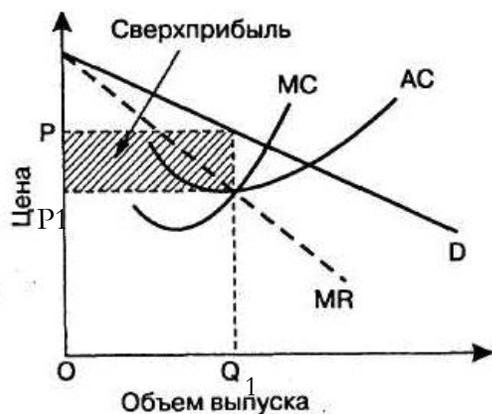


Краткосрочное равновесие фирмы в условиях монополистической конкуренции



Равновесие производителя в долгосрочном и краткосрочном периодах

- В краткосрочном периоде фирма будет максимизировать свои прибыли (или минимизировать убытки), производя объем продукции, обозначенный пересечением кривых предельных издержек и предельной выручки.
- Фирма, производя выпуск объема Q_1 и назначая цену P_1 способна получить монопольную прибыль, если конечно $P_1 > P^*$. В этом случае ее прибыль характеризуется закрашенным прямоугольником может нести убытки, которые она способно минимизировать. В этом случае $P_1 < P^*$.

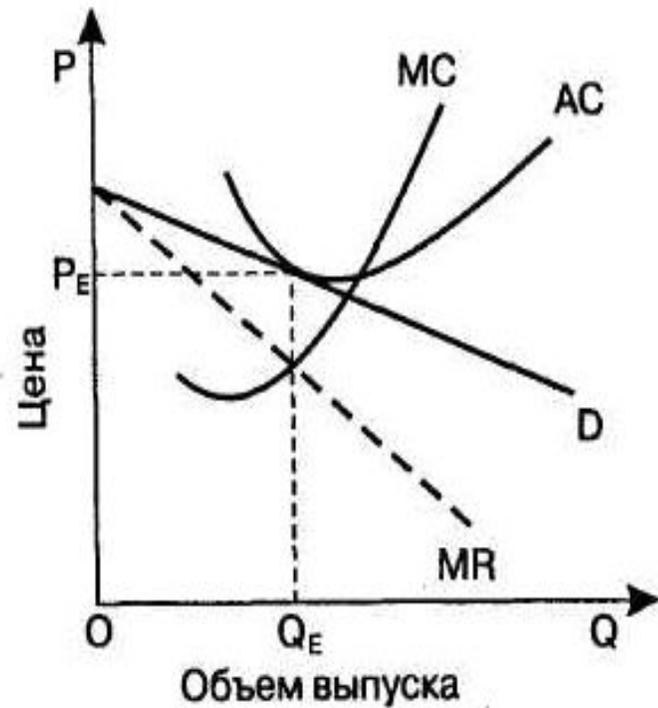


Оптимальный объем производства и цена в условиях монополистической конкуренции в длительном периоде

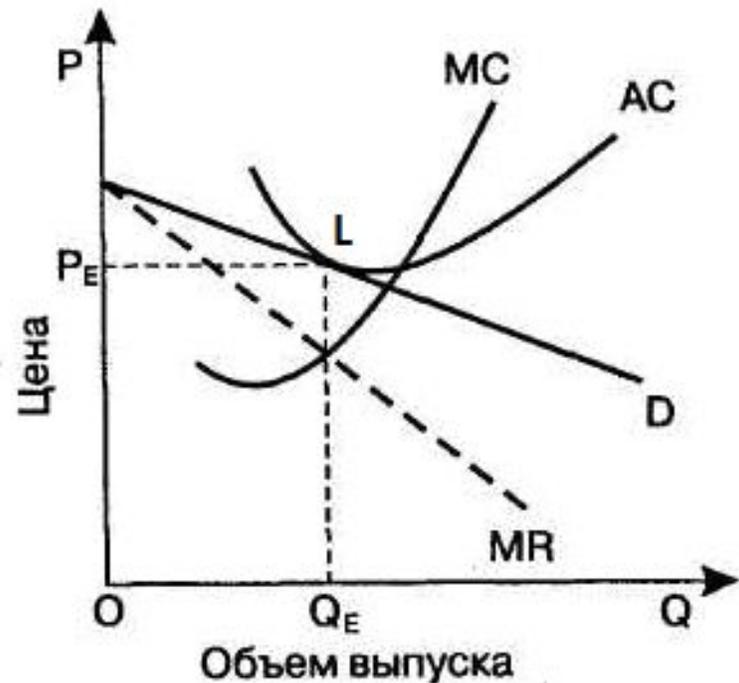
- фирмы могут свободно покидать отрасль и входить в нее;
- наблюдается тенденция к безубыточной деятельности;
- величина экономической прибыли равна нулю.



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.



РАСЧЁТ ЦЕНЫ И ОБЪЁМА ВЫПУСКА НА РЫНКЕ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

- На рынке монополистической конкуренции действует фирма, которая имеет функцию затрат
- $TC = Q^3 - a \times Q^2 + 91 \times Q$.
- Функция рыночного спроса
- $Q = 75 - 2 \times P$.
- Определите, при каком значении переменной a данная фирма будет находиться в состоянии долгосрочного равновесия. Какой уровень цены и объёма выпуска она при этом установит?



Решение:

Условие равновесия в долгосрочном периоде на рынке монополистической конкуренции:

$$AC = P,$$

а также общее для всех рыночных структур равенство предельных издержек и предельной выручки:

$$MC = MR.$$

Средние издержки фирмы определим по формуле:

$$AC = \frac{TC(Q)}{Q} = \frac{Q^3 - aQ^2 + 91Q}{Q} = Q^2 - aQ + 91$$

Обратная функция спроса имеет вид:

$$P = 37,5 - 0,5 \times Q$$

Найдём функцию предельных издержек как производную от общих издержек:

$$MC = (TC)' = 3 \times Q^2 - 2 \times a \times Q + 91$$

И наконец, предельная выручка будет равна:

$$MR = (TR)' = (P \times Q)' = (37,5 \times Q - 0,5 \times Q^2)' = 37,5 - Q$$

Решим систему из двух уравнений:

$$\begin{cases} AC = P \\ MC = MR. \end{cases}$$

$$\begin{cases} Q^2 - a * Q + 91 = 37,5 - 0,5 * Q, \\ 3 * Q^2 - 2 * a * Q + 91 = 37,5 - Q. \end{cases}$$

$$Q^2 = 53,5 \Rightarrow Q = \pm 7,314$$

Умножим первое уравнение системы на 2 и вычтем из второго уравнения первое.

Берём ответ с положительным знаком, так как отрицательное значение Q экономического смысла не имеет.

Тогда переменная a будет равна:

$$a = 15,13$$

При этом установится цена:

$$P = 37,5 - 0,5 \times 7,314 = 33,84$$

Итак, при $a = 15,13$ фирма будет находиться в состоянии долгосрочного равновесия. При этом установится цена $P = 33,84$ и объём выпуска $Q = 7,314$.

РАСЧЁТ ЦЕНЫ, ПРИ КОТОРОЙ ФИРМА МАКСИМИЗИРУЕТ ПРИБЫЛЬ

- Функция общих затрат монополии имеет вид
- $TC = 200 + 30Q$,
- функция спроса на её продукцию
- $P = 60 - 0,2Q$.
- Определить цену, при которой фирма максимизирует прибыль.



- РЕШЕНИЕ:
- Условие максимизации прибыли на рынке монополии имеет вид:
- $MC = MR$.
- Определив точку пересечения кривой предельных издержек и кривой предельного дохода, найдём объём выпуска, который является для монополии оптимальным.
- Найдём величину предельных издержек по формуле:
- $MC = TC' = 30$
- Функция предельного дохода равна производной от функции общего дохода:
- $MR = TR' = (PQ)' = ((60 - 0,2Q)Q)' = (60Q - 0,2Q^2)' = 60 - 0,4Q$
- Вернёмся к условию максимизации прибыли:
- $MC = MR$
- $30 = 60 - 0,4Q$
- $Q = 75$ - оптимальный объём выпуска фирмы.
- Подставив полученное значение в функцию спроса, получим цену, при которой фирма максимизирует прибыль:
- $P = 60 - 0,2 \times 75 = 45$.



1. Человек, который надеется вскоре снова получить работу:

- относится к безработным;
 - относится к разряду занятых;
 - не учитывается в составе рабочей силы;
 - рассматривается как неполный занятый;
 - самозанятый.
-

2. Потерявший работу из-за спада в экономике попадает в категорию безработных ,охваченных:–

- фрикционной формой безработицы;
- циклической формой безработицы;
- структурной формой безработицы;
- перманентной формой безработицы;
- добровольной формой безработицы.

3. В качестве показателя темпа инфляции в стране используется:

- паритет покупательной способности валют;
- номинальный обменный курс;
- индекс внешней торговли;
- индекс потребительских цен;
- индекс дискриминации.

4. Трудовые ресурсы включают:

- экономически активное население, занятое приносящей доход деятельностью, и безработные, находящиеся в поисках оплачиваемой работы;
 - все трудоспособное население;
 - пенсионеров;
 - население страны;
 - только занятых в производстве.
-

5. Причиной инфляции предложения является:

- Избыток денежной массы в обращении
- дефицит госбюджета
- товарный дефицит
- монопольное положение отдельных товаропроизводителей, позволяющее им необоснованно повышать цены на свою продукцию
- спад производства

6. Какая из целей деятельности фирмы является наиболее важной:

- получение прибыли;
- максимизация продаж;
- повышение качества продукции;
- увеличение заработной платы работников;
- удовлетворение потребностей людей.

7. Самый низкий уровень процента наблюдается в фазе промышленного цикла:

- кризис;
 - депрессия;
 - оживление;
 - подъем;
 - нет верного ответ
-

8. Физический износ основного капитала связан с:

- открытием новых запасов сырья;
- производством дополнительного оборудования;
- его материальным старением и естественным выбытием;
- выпуском продукции нового ассортимента;
- понижением его стоимости по сравнению с новыми орудиями труд

10. Амортизация - это:

- временно не используемые средства предприятия;
- накопления, связанные с демонстрацией музейных ценностей;
- отчисления от накоплений в результате коммерческой деятельности;
- ежегодные отчисления, равные стоимости потребленного за этот период основного капитала;
- плата за рискованное использование денежных средств

11. Средний доход – это доход:

- получаемый в результате изменения продаж на единицу продукции;
 - получаемый в случае продажи всей произведенной продукции;
 - получаемый от реализации части продукции;
 - получаемый как результат деления валового дохода на объем реализованной продукции;
 - получаемый в результате прироста денег.
-

Список используемой литературы

- 1) Мэнкью Н.Г. Принципы экономикс. 2-е изд./Пер. с англ.-Спб: Питер, 2016, гл. 18
- 2) Курс экономической теории: учебник/Под редакцией Чепурина М.Н., Киселевой Е. А.-5-е издание-Киров: «Аса», 2015, глава 10
- 3) Макконелл К.Б., Брю С.Л.: Экономикс: Принципы, проблемы и политика: Пер. с англ. Издания.-М.: Инфра-М, 2012, глава 27
- 4) Сторчева М.А. Основы экономики, 2018
- 5) Сборник задач по экономической теории/Чепурин М.Н.-Киров, ООО «АСА», 2017
- 6) Экономическая теория: практикум/Корниенко О.В., 2015

