

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/esse/76815>

**Тип работы:** Эссе

**Предмет:** Микроэкономика

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Введение.....                       | 3  |
| Основная часть.....                 | 4  |
| Выводы.....                         | 9  |
| Список используемой литературы..... | 11 |

## Введение

Монополистической конкуренцией называется «тип рыночной структуры несовершенной конкуренции» [2, с. 167]. Это распространённый вид рынка, наиболее приближенный к совершенной конкуренции.

Целью данной работы является рассмотрение особенностей монополистической конкуренции и ее проявления в российской экономике.

Понятие конкуренции отлично от понятия монополии. Часто под этими понятиями понимают прямо противоположные термины. Каждый производитель желает быть монополистом в своей нише, но это возможно только единицам. Экономическая структура стран различна, но, в то же время, обладает схожими характеристиками.

Если говорить про совершенную конкуренцию, то она представляет собой идеальную модель рынка. В совершенной конкуренции нет монополии. На рынке есть много схожих по характеристикам товаров от разных фирм-производителей. Покупатели, выбирая товар или услугу, смотрят на их цену. И спрос практически всегда соответствует уровню цен. Конкуренция в рыночной системе достаточно высокого уровня, при этом многочисленные участники могут без огромных вложений заходить на рынок. Также достаточно выйти с рынка. Есть равенство между производителями, поскольку совершенный рынок предполагает, что нет марок и брендов. Но такой вид конкуренции невозможен в современных условиях. Монополистическая конкуренция – это ситуация на рынке, когда наблюдается огромное число производителей, которые предлагают похожий, но не идентичный товар. В таких условиях достаточно только несколько компаний, которые будут производить продукцию дифференцированного плана. Отличие будет в качестве, цене, послепродажном обслуживании, интенсивности рекламных кампаний, близости к клиентам и пр. В монополистической конкуренции от монополии есть то, что каждая компания имеет относительную власть устанавливать на свой товар или услугу стоимость. Есть при этом крупные, средние и мелкие предприятия-игроки.

Благодаря рынку монополистической конкуренции возможно применение компаниям двух главных стратегий неценового влияния на продажи:

- 1) Через усиление дифференциации;
- 2) Трансформация рекламной стратегии и стимулирования сбыта.

Значит, монополистическая конкуренция – это наиболее реалистичный концепт для различных отраслей, в том числе и для розницы, автомобильного рынка, бытовой техники, услуг косметологии и парикмахерских услуг и пр.

## Основная часть

При монополистической конкуренции существует большое количество продавцов, которые продают дифференциальный продукт. Это дает возможность продавцам контролировать продажную цену товара или услуги.

Рассматриваемый вид конкуренции – не только самый распространенный, но и наиболее трудно изучаемый среди форм отраслевых структур.

На рисунках 1 и 2 мы показали особенности рынка монополистической конкуренции.

Рисунок 1- Основные характеристики модели монополистической конкуренции [9]

Рисунок 2 – Особенности монополистической конкуренции [9]

В рыночной сфере существует множество предприятий, причем среди них или вообще нет крупных, или они не обладают приоритетными преимуществами над мелкими.

Чтобы проникнуть на такой рынок, не нужны большие вложения. Например, можно просто открыть компанию по выпуску мягкой мебели или небольшой салон красоты. И конкуренты точно не будут против. Также легко с такого рынка уйти, поскольку всегда находятся покупатели, которые готовы купить уже готовое дело.

Максимизация прибыли при несовершенной конкуренции.

В условиях несовершенной конкуренции критерий максимизации прибыли отличается от максимизации прибыли совершенным конкурентом, так как фирма может влиять на рыночную цену.

Для того чтобы продать дополнительную единицу продукции, фирма снижает цену. Это, как правило, дает некоторый эффект увеличения продаж, но одновременно фирма несет и потери из-за того, что все покупатели платят теперь более низкую цену. Этот относительный убыток снижает предельный доход MR, и поэтому он не совпадает с рыночной ценой, т. е. MR не равно P.

Вместе с тем условия максимизации при совершенной и несовершенной конкуренции имеют и общее между собой:

$MC = MR$ , так как фирмы при  $q$  любых условиях производят дополнительную единицу продукции, если получают дополнительный доход, превышающий дополнительные издержки (рис. 3).

Рисунок 3- Прибыль неконкурентной фирмы. С – издержки; P – цена [9]

В общем виде максимизация прибыли в условиях несовершенной конкуренции представляет собой:

$$MC = MR = P = ATC$$

где

MC – предельные издержки;

MR – предельный доход;

ATC – средние общие издержки;

P – цена.

Рассмотрим подробно особенности монополистической конкуренции.

Черты монополистической конкуренции

На рисунке 4 мы показали черты монополистической конкуренции.

Рисунок 4 – Черты монополистической конкуренции [9]

1) Басовский Л. Е. Микроэкономика. — М.: Инфра-М, 2011. — 224 с.

2) Воцанова Г. П., Экономическая история. — М.: ИНФРА-М, 2011. — 253 с.

3) Джуха В. М. Микроэкономика. — Москва. — Ростов-на-Дону: MapT, 2004. — 254 с.

4) Карамова О. В. Микроэкономика: теория и российская практика. — М.: КноРус, 2006. — 624 с.

5) КОНКУРЕНЦИЯ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ РЫНКАХ РОССИИ: ПРОГНОЗ ДО 2020 ГОДА// <https://simple-analytics.com/simple-fresh/competition/>

6) Петрищев М.В. Монополистическая конкуренция «как антиномия-проблема» // Проблемы современной экономики, 2012. No2 (42). С. 62-65.

7) Серяков С. Г. Микроэкономика. — М.: Магистр, 2011. — 416 с.

8) Тарануха Ю. В. Микроэкономика. — М.: Дело и Сервис, 2006. — 640 с.

9) Чалова Л. Г., Пашковская М. В. Интернет-курс по дисциплине «Экономика». - Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014// [http://e-biblio.ru/book/bib/09\\_ekonomika/economica/sg.html#\\_Toc433614801](http://e-biblio.ru/book/bib/09_ekonomika/economica/sg.html#_Toc433614801)

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/esse/76815>