

Государственное казенное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«РОССИЙСКАЯ ТАМОЖЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

Кафедра экономической теории

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Экономическая теория»

на тему **«Поведение фирмы в условиях совершенной и
несовершенной конкуренции»**

Выполнила: П.М.Жарикова,
студентка 1- го курса очной формы
обучения экономического факультета,
группа М111б

План работы:

Введение

Глава1. Сущность и теоретические основы рынка совершенной конкуренции —

1.1 Сущность понятия «совершенная конкуренция»

1.2 Условия возникновения совершенной конкуренции

Глава2. Изучение поведения фирм в условиях совершенной конкуренции

2.1 Понятие фирмы в современном мире

2.2 Поведение фирмы в краткосрочном периоде и ее равновесие

2.3 Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

Глава3. Теория несовершенной конкуренции и поведение фирмы в ее условиях

3.1 Несовершенная конкуренция и её особенности

3.2 Общие черты моделей рынков несовершенной конкуренции

3.3 Виды рынков несовершенной конкуренции

3.4 Поведение фирмы в условиях несовершенной конкуренции

Заключение

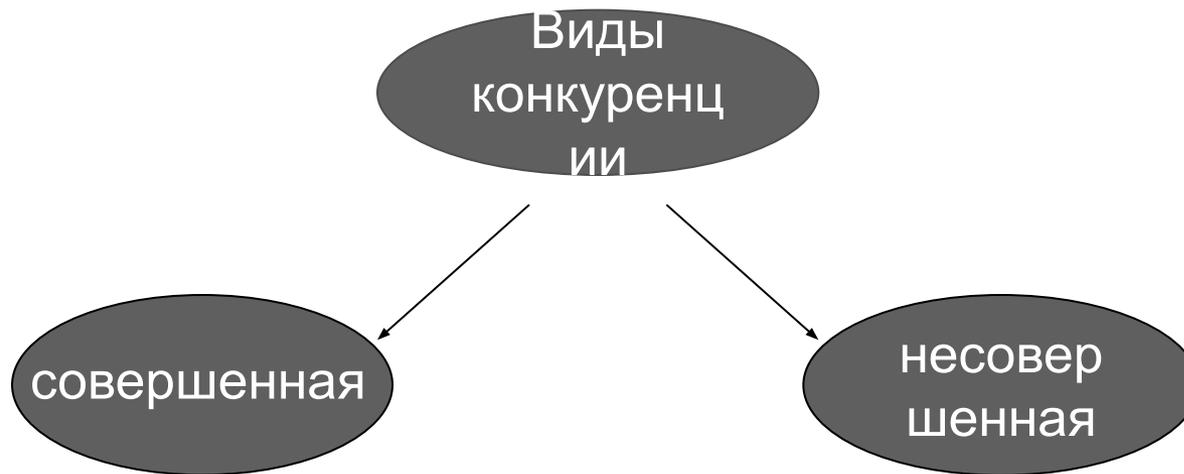
Список использованных источников

 —

ВВЕДЕНИЕ

На любом рынке любой его субъект действует в соответствии с правилами этого рынка.

Конкуренция (позднелат. *concurrentia* - сталкиваться) – это тип структуры рынка, обусловленный количеством независимо действующих на нём экономических агентов.



Цель:

изучение поведения фирмы
в условиях совершенной и
несовершенной конкуренции

Задачи

:

Рассмотреть понятие фирмы в
условиях современного мира

Изучить поведения фирм в
условиях совершенной
конкуренции

Изучить поведения фирм в
условиях совершенной
конкуренции

Фирма - это самостоятельно действующий субъект, созданный предпринимателем или объединением предпринимателей для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

ФИРМА = ПРЕДПРИЯТИЕ

по структуре производства
предприятия делятся на:

узкоспециализированные

многопрофильные

комбинированные

малые

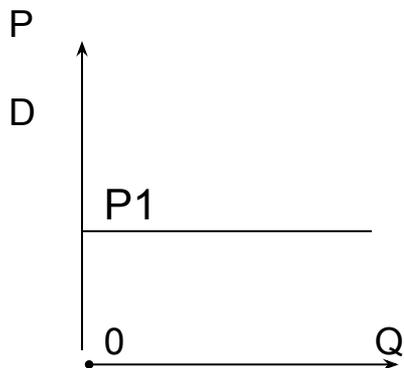
средние

крупные

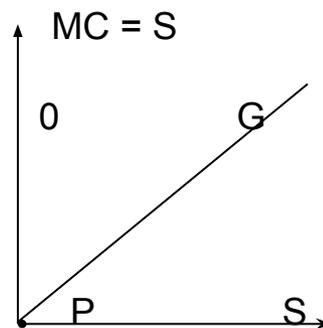
Также все предприятия
делятся
на три группы:

Рынок совершенной конкуренции

Поведение фирмы в краткосрочном периоде

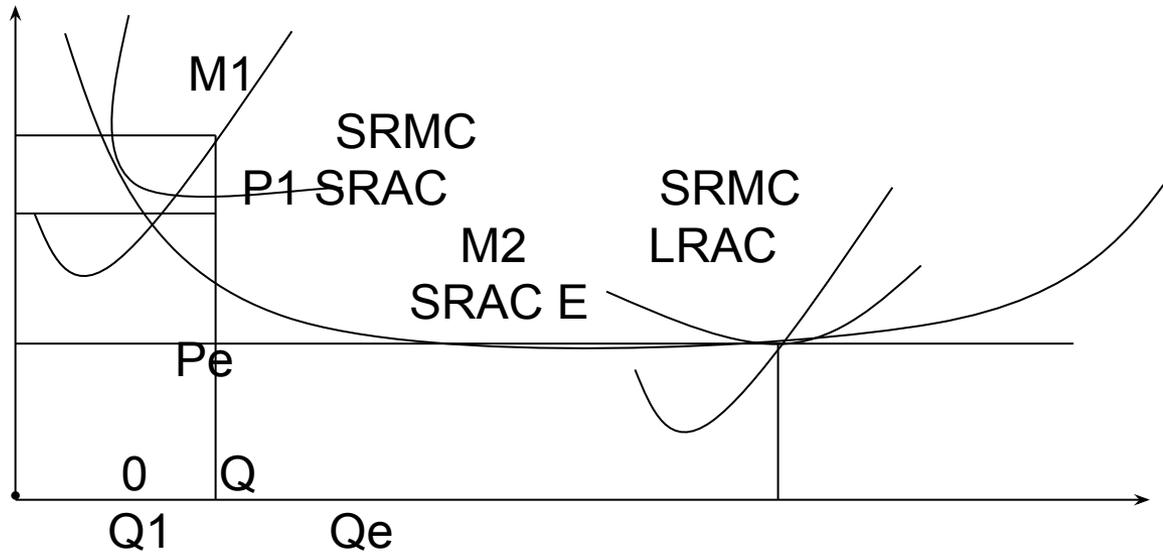


Кривая спроса на продукцию фирмы



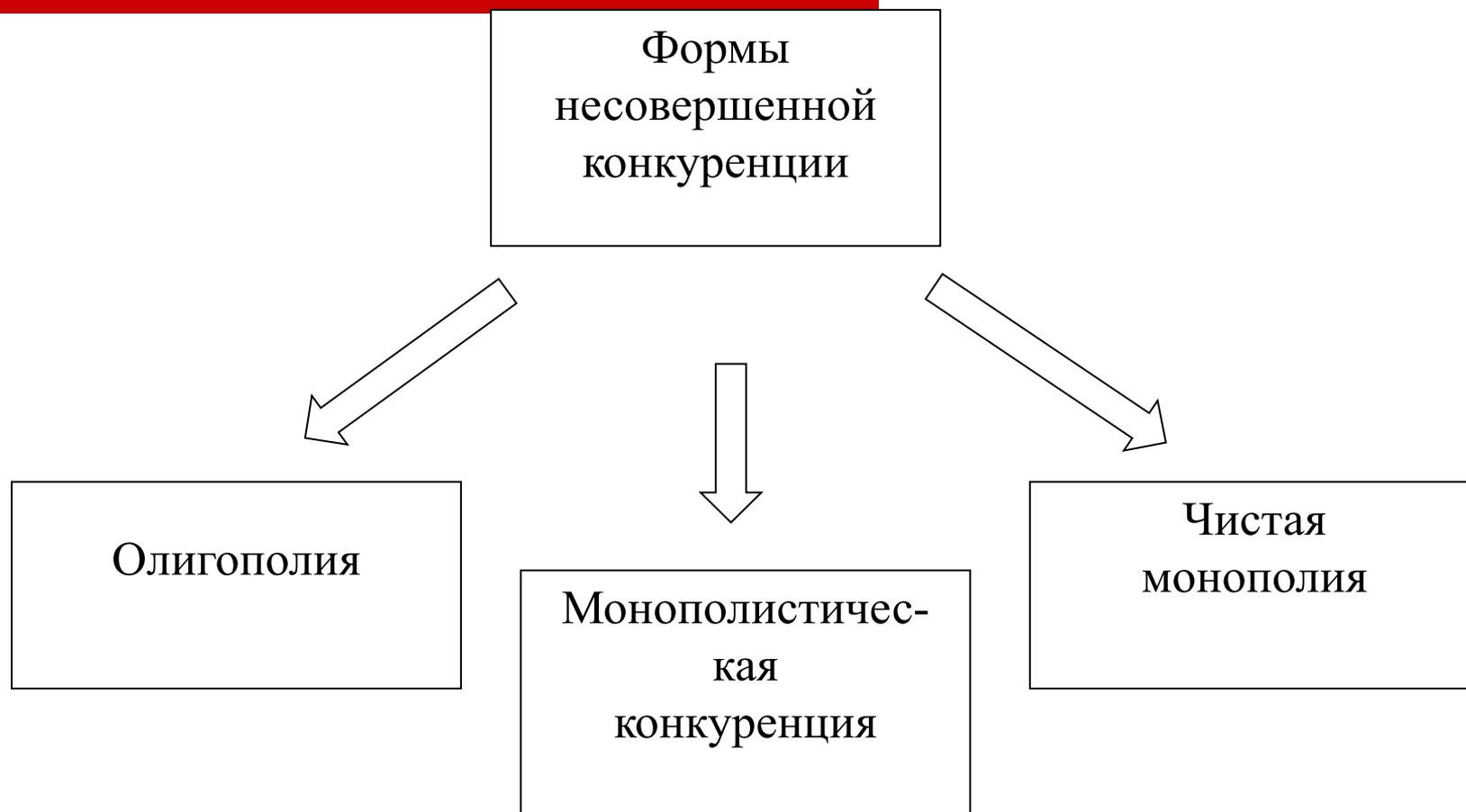
Кривая предложения фирмы

Равновесие фирмы в долгосрочном периоде



M1 – масштаб производства 1
M2 – масштаб производства 2
В точке E $P = LRAC = SRMC =$
SRAC

Рынок несовершенной конкуренции



Характеристика форм конкуренции

Табл.

1

	Чистая конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
число фирм	очень много	много	несколько	одна
Характер продукции	стандартная	дифференцированная	стандартная или дифференцированная	уникальная: нет близких заменителей
Условия вступления	Очень легкие, Препятствия отсутствуют	сравнительно легкие	наличие существенных препятствий	блокировано

Доступность экономической информации	Полная доступность	Некоторые ограничения	Существенные ограничения	Недоступна
контроль над ценой	отсутствует	некоторый, но в довольно узких рамках	ограниченный взаимной зависимостью, значительный при сговоре	Значительный
примеры	Сельское хозяйство	розничная торговля, производство одежды, обуви и т.д.	производство стали, автомобилей, многих бытовых электроприборов	местные предприятия общественного пользования

Поведение фирмы **В УСЛОВИЯХ** **МОНОПОЛИИ**

Модель монополии, предлагает действие одного дополнительного ограничения: монополист должен продавать свою продукцию по одинаковой цене всем потребителям. Монополия, при которой соблюдается это условие, называется простой монополией.

Монополия в чистом виде - явление крайне редкое. Как и совершенная конкуренция, она представляет собой скорее экономическую абстракцию.

Поведение фирмы в условиях монополистической конкуренции

На рынке действует множество фирм, причем среди них либо вообще нет крупных, либо они не имеют решающих преимуществ над мелкими и соседствуют с ними.



Поведение фирмы

В

УСЛОВИЯХ

ОЛИГОПОЛИИ

Олигополистическая взаимозависимость фирм поднимает соперничество между ними на качественно новый уровень, превращает конкуренцию в непрерывную борьбу “всех против всех”.

Чаще всего конкурентная борьба между фирмами приводит к принятию ими решений, основанных на учете возможного поведения своих соперников. В этом случае каждая из фирм ставит себя на место конкурентов и анализирует, какова была бы их реакция.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы рассмотрели такую обширную тему как «Фирма в условиях несовершенной конкуренции».

Большинство рыночных ситуаций в реальном мире занимают промежуточное положение между крайними случаями совершенной конкуренции и монополии.





На несовершенно конкурентных рынках продавцы могут повышать цену на свои продукты, ограничивая свой выпуск.

Монополия представляет собой крайний случай несовершенной конкуренции, где имеется один единственный продавец и отсутствует возможность для вхождения других.



Другими важными типами несовершенно конкурентных рынков являются монополистическая конкуренция (множество продавцов, легкость вхождения и дифференциация продукции) и олигополия (мало продавцов, возможна дифференциация продукции существуют барьеры для вхождения).

При несовершенной конкуренции фирма обладает известным контролем.



Рынок совершенной конкуренции состоит из большого числа продавцов, конкурирующих между собой. Каждый из них предлагает стандартную однородную продукцию многим покупателям.



Выбор конкурентной стратегии для фирмы, работающей на рынке совершенной конкуренции (или близком к нему) должен проводиться с учётом основных характеристик этого рынка, выбирая в основном из двух видов конкуренции – ценовой и неценовой.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Журавлева Г.П. Экономика: учебник/ Г.П. Журавлева.- М.: Экономистъ, -2011.
2. Конкуренция и антимонопольное регулирование / Авдашева С.Б., Аронин В.А., Ахполов И.К. и др. – М.: Логос, 2009. – 368 с.
3. Курс экономической теории / Под ред. Чепурина М.Н., Киселевой Е.А. – Киров: АСА, - 2009. – 752 с.
4. Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник для студентов вузов/ под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова, 2-е изд.- М.: ИТД «КноРус». « Издательство ГНОМ и Д», – 2010.
5. Микроэкономика. Учебники МГУ им. М. В. Ломоносова / Под ред. А. В. Сидоровича. – М.: ДИС, 2011.