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://stuservis.ru/kurovaya-rabota/117318>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Микроэкономика

Введение 3

ГЛАВА 1 ТЕОРИЯ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ 5

1.1 История создания теории монополистической конкуренции Э. Чемберлина. Сущность монополистической конкуренции. Неравновесный рынок 5

1.2 Концепция «дифференциации продукта». Концепция неценовых факторов конкуренции. Теория стоимости и феномен избытка мощности 9

ГЛАВА 2 ИСТОРИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ТЕОРИИ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ. ТЕОРИЯ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ ДЖ. РОБИНСОН 21

2.1 Концепция издержек производства и сбыта. Историческое значение теории монополистической конкуренции 21

2.2 Экономическая теория несовершенной конкуренции Дж. Робинсон 25

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 28

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 32

ВВЕДЕНИЕ

В начале прошлого столетия модификация экономики свободной конкуренции в монополистическую теорию приобрела темпы ускорения в Европе, где идеи экономического либерализма, которые провозглашали свободу торговли и рынков и другие положения о невмешательстве государства в экономику, перестали, как и в Америке, соответствовать действительности.

Следствием усиления монополистической организации бизнеса и экономики стал продолжавшийся в течение 1929-1933 гг. кризис в экономике в мире.

В этих обстоятельствах всесильный «закон рынков» Ж. Б. Сэя, на который более века опирались представители «чистой экономической теории» - сначала классическая теория, а после - маржиналисты, перестал иметь приоритетное влияние. Несовершенная конкуренция, вслед за институционалистами, явилась предметом исследования и у неоклассической теории. И проблемы несовершенного рынка, который был представлен монополизированными структурами субъектов экономики, из числа представителей неоклассики почти сразу же стали рассматривать в своих работах профессор Гарвардского университета Э. Чемберлин и профессор Кембриджского университета Дж. Робинсон. Данные теории стали успехом ученых-экономистов прошлого столетия.

Итак, в 1933 г. американец Э. Чемберлин и англичанка Дж. Робинсон публикуют свои книги, назвав их «Теория монополистической конкуренции» и «Экономическая теория несовершенной конкуренции». Несмотря на то, что данные публикации были не схожи между собой, их объединяет глубокий анализ и понимание функционирования механизма рынка при условиях, которые нарушали обстоятельства свободной конкуренции. Например, оба автора исходят из того, что цена рынка формируется не при коллективном действии рыночных участников, поскольку неоднородность товаров лишает возможности полной информированности покупателей о ценах на нее, а компаний-производителей - конкурировать между собой из-за отсутствия выбора более эффективной деятельности.

Другими словами, неоклассики в лице Э. Чемберлина и Дж. Робинсон основную причину нарушения экономического равновесия описывают в терминах и принципах экономической среды, в то время как для институционалистов несовершенная конкуренция - это следствие влияния на рост экономики «человеческого фактора», который порождает социально-психологические, правовые и прочие проблемы развития социума, в том числе и в экономической сфере

Целью данной работы является рассмотрение теории несовершенной и монополистической конкуренции Дж. Робинсон и Э. Чемберлина.

Задачи:

- описать историю создания теории монополистической конкуренции Э. Чемберлина;
- рассмотреть специфику монополистической конкуренции, концепции «дифференциации» продукта;

- изучить теорию стоимости и феномен избытка мощности;
- охарактеризовать концепцию издержек производства и сбыта;
- описать экономическую теорию несовершенной конкуренции Дж. Робинсон.

Объектом исследования является теории несовершенной и монополистической конкуренции Дж. Робинсон и Э. Чемберлина.

Предмет исследования – специфика применения вышерассмотренных теорий в практике экономической теории.

ГЛАВА 1 ТЕОРИЯ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

1.1 История создания теории монополистической конкуренции Э. Чемберлина. Сущность монополистической конкуренции. Неравновесный рынок

Эдвард Хейстингс Чемберлин (1899—1967) являлся уроженцем штата Вашингтон (США), происходил из семьи протестантского пастора. В 1921 году Э. Чемберлин заканчивает университет Айовы. Спустя год в университете Мичигана он получает магистра, и спустя еще 5 лет, будучи докторантом в Гарварде, защищает диссертацию по проблематике монополистической конкуренции. Вся последующая деятельность с 1927 года и до 1967 года была связана у ученого с преподаванием в Гарвардском университете, не считая годичной работы в Бюро стратегической американской службы и специального в 1951 году турне в страны Западной Европы для объяснения положений своей теории.

Важным этапом в творческой и научной биографии Э. Чемберлина было избрание его руководителем отделения экономической теории Гарвардского университета (1939—1943), который включал тогда в свой состав известных ученых. Это были В. Леонтьев, Э. Хансен, И. Шумпетер и др., назначение на пост редактора гарвардского «Куортелли джорнел оф экономике» (1948—1958).

В 1965 г. Э. Чемберлин был избран заслуженным членом Американской экономической ассоциации.

В 1967 г. в память о нем был опубликован экономический труд «Теория монополистической конкуренции: исследования взаимодействия».

В 1933-1962 гг. труд Э. Чемберлина переиздавалось в Америке огромное количество раз. И сейчас публикации Э. Чемберлина являются одними из популярных учебных пособий в преподавании курса теории экономики многих государств. В нем есть всесторонняя характеристика сущности монополии, приводится убедительный анализ образования монопольной цены и монопольной прибыли.

Одним из основных теоретических положений теории Э. Чемберлина является то, что основным фактор овладения рынка, или сущностью монополии является контроль над предложением, и ценой. Это достигается при помощи усиления взаимозаменяемости соперничающих товаров, то есть «дифференциацией продукта». Автор пишет, что вместе с дифференциацией создается и собственно монополия. По мере усиления дифференциации части монополии приобретают все большее значение. Везде, где в какой-либо степени есть дифференциация, каждый продавец характеризуется абсолютной монополией на свой продукт или товар, но, вместе с этим, он подвергается конкуренции со стороны более или менее несовершенных заменителей. Значит, положения всех продавцов правомерно трактовать как «конкурирующие монополисты» в условиях действия сил монополистической конкуренции.

Итак, монополистической конкуренцией называется «тип рыночной структуры несовершенной конкуренции». Это распространённый вид рынка, наиболее приближенный к совершенной конкуренции. 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.

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.

- 1) Авдашева С. Б. Конкурентная политика: состав, структура, система / С. Б. Авдашева, А. Е. Шаститко // Современная конкуренция. – 2018. – №1. – с. 5-202.
- 2) Бакальская Е. В. Несовершенная конкуренция в торговле // Казанская наука. 2017. №7. С. 51-53.
- 3) Басовский Л. Е. Микроэкономика. — М.: Инфра-М, 2017. — 224 с.
- 4) Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М.: «Дело Лтд», 1994.
- 5) Воцанова Г. П., Экономическая история. — М.: ИНФРА-М, 2016. — 253 с.
- 6) Джуха В. М. Микроэкономика. — Москва. — Ростов-на-Дону: МарТ, 2016. — 254 с.
- 7) Карамова О. В. Микроэкономика: теория и российская практика. — М.: КноРус, 2017. — 624 с.
- 8) Макализ Д. Экономика бизнеса: конкуренция, макростабильность и глобализация [Рыночная система и конкуренция. Правила максимизации прибыли. Проблема миграции рабочей силы. Политика фирм во внешней торговле. Правительство и частный бизнес] / Д. Макализ; пер. с англ. О.А.Самошкиной.–М.: Бином Лаборатория знаний, 2016.–695 с.
- 9) Милль Дж.С. Основы политической экономии. Т.1.М.: Прогресс. Москва, 1980.-394 с.
- 10) Носова Н.С. Конкурентная стратегия компании или маркетинговые методы конкурентной борьбы / Н.С.Носова.–М.: Дашков и К°, 2016.–254 с.
- 11) Портер М.Е. Конкуренция. Пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. - 608 с.
- 12) Портер М.Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 450 с.
- 13) Портер М.Е. Международная конкуренция. - М.: Международные отношения, 1993.
- 14) Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М.: Прогресс, 1986.
- 15) Розанова Н. М. Экономические основы конкурентной политики / Н. М. Розанова //TerraEconomicus. – 2016. -№4. – с. 141- 148.
- 16) Самуэльсон П. Экономика/ П. Самуэльсон. – Москва : Вильямс, 2015.-740 с.
- 17) Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. М., 2003.
- 18) Селигмен Б. Основные течения современной экономической мысли. М.: Прогресс, 1968.
- 19) Серяков С. Г. Микроэкономика. — М.: Магистр, 2016. — 416 с.
- 20) Тарануха Ю. В. Микроэкономика. — М.: Дело и Сервис, 2017. — 640 с.
- 21) Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции (Реориентация теории стоимости). М.: Экономика, 1996.

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://stuservis.ru/kursovaya-rabota/117318>