

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/referat/92699>

Тип работы: Реферат

Предмет: Микроэкономика

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Моделирование рынка и решение вопросов об оптимальной 5
стратегии фирмы на рынке 5
2. Характеристика рынка совершенной конкуренции 6
3. Поведение конкурентной фирмы на краткосрочном временном 9
интервале 9
4. Долгосрочный период и оптимизация объема производства 11
5. Положительные и отрицательные черты совершенной конкуренции 13

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 15

ЗАДАЧА 9. 17

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 18

ВВЕДЕНИЕ

Рынок характеризуется стихийным принятием экономических решений субъектами экономических отношений, каждый из которых действует в соответствии с экономическими стимулами. Поведение фирмы на рынке и достижение ею своих целей определяется не только внутренними условиями (издержки производства), но и внешними, к которым, прежде всего, можно отнести наличие тех или иных условий конкуренции на рынке.

Конкуренция имманентно присуща рыночному хозяйству. Под термином «конкуренция» (competition) понимается ситуация, в которой любой субъект экономических отношений, выступающий в качестве покупателя или продавца может свободно выбирать между различными поставщиками или покупателями. В условиях ограниченного доступа к благам возникает конкурентная борьба за получение фирмами большей прибыли.

В зависимости от того, в рамках какой рыночной структуры осуществляется функционирование фирмы, она будет разрабатывать ту или иную стратегию своего поведения. Позиция той или иной фирмы на рынке проявляется как в достижении определенного уровня прибыли, так и в других показателях, например, доля рынка, объем продаж и т.д. Одной из важнейших проблем является построение модели рынка, исследования его структуры, моделирования и принятие оптимального решения по его развитию. Не в любых условиях фирма имеет возможность воздействовать на свою долю на рынке или цену на продукции. Важным является установление модели, которая в максимальной степени соответствует сложившейся ситуации на рынке. Рыночная структура «совершенная конкуренция», которую также называют чистой конкуренцией, рассматривают как идеальную модель, по которой определяется уровень конкурентной борьбы на конкретном рынке. Подробный анализ модели совершенной конкуренции позволяет понять те преимущества и недостатки, которые ей присущи, оценить необходимость разработки стратегии поведения фирмы. В этом и заключается актуальность рассматриваемой темы. Цель настоящей работы – провести анализ модели совершенной конкуренции. Достижение этой цели требует решение следующих задач:

- рассмотреть основные характеристики рынка, лежащие в основе выделения рыночных структур;
- проанализировать отличительные черты рынка совершенной конкуренции;
- выявить специфику поведения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде;
- проанализировать стратегические направления деятельности фирмы в долгосрочный период;
- определить позитивные и отрицательные черты модели совершенной конкуренции.

Объектом исследования является совершенная конкуренция как рыночная структура. Предмет исследования – поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции.

Для написания работы были изучены учебники и учебно-методические пособия, а также работы авторов в

периодических научных изданиях, которые отражают современный взгляд на модель чистой конкуренции.

1. Моделирование рынка и решение вопросов об оптимальной стратегии фирмы на рынке

Модели рынка или рыночные структуры представляют информацию об условиях протекания рыночной конкуренции. Информация об этих условиях позволяет в наибольшей степени адекватно оценить ситуацию, которая складывается на определенном рынке и выработать ту стратегию, которая в наибольшей степени будет соответствовать достижению целей фирмы.

Наиболее сложным вопросом является определение к какой рыночной структуре относится тот или иной рынок, какие ограничения возникают у фирмы на пути достижения цели. Совокупность элементов, определяющих функционирование рынка и определяет его структуру. В это понятие входят различные показатели в т.ч. технологические и стоимостные показатели, условия спроса и предложения.

Основные параметры, на которые ориентируется фирма при анализе своей позиции на фирме сводится к следующим основным:

- число и масштабы фирм;
- характер выпускаемой продукции;
- доступность информации как для продавцов, производителей (о технологиях, ресурсах), так и для покупателей (о ценах на товары и их параметрах)
- свобода входа и выхода в рыночную структуру. (равенство условий для входящих и уже действующих фирм, отсутствие юридических барьеров, отражается на объеме безвозвратных издержек).

Помимо этого, рыночная структура также определяется числом покупателей на рынке и возможностью применения неценового воздействия на покупателей путём рекламы и других маркетинговых инструментов.

Первый параметр – число и размеры фирм на рынке определяют ту долю рынка, которую контролирует или потенциально может контролировать фирма. Это, в свою очередь, определяет, в какой степени фирма может оказывать воздействие на цену. Чем меньше фирм на рынке, тем выше потенциальная возможность некоторых из них воздействовать на рынок. Естественно, что возможность оказания давления на рынок или отдельные фирмы будет напрямую зависеть от размера фирмы. Множество мелких фирм вряд ли способны проводить собственную ценовую политику, т.к. подавляющее большинство покупателей просто не прореагируют на незначительные ценовые изменения на искомый ими товар.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ашинова М.К., Чиназирова С.К. Модель рынка совершенной конкуренции/В сборнике: Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 39-43.
2. Балабекова Ш.М., Якунина З.В. Эра наивных оптимистов: Бернар Герриен о развитии макроэкономики в 70-е годы 20-го века//Бюллетень науки и практики. 2016. № 12 (13). С. 190-193.
3. Елисеев А.С. Экономика: Учебник для бакалавров / А.С. Елисеев. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. – 528с.
4. Куртсеитова С.Х. Моделирование рынка совершенной конкуренции/В сборнике: Учетно-аналитическое обеспечение стратегии устойчивого развития предприятия Сборник научных трудов. Под общей редакцией Р.А. Абдуллаева. – 2018. – С. 325-329
5. Машунин Ю.К. Теория и моделирование рынка на основе векторной оптимизации. Москва, Университетская книга. – 2010. 352 с.
6. Машунин Ю.К. Теория, математическое моделирование и прогнозирование развития рынка(2. Структура рынка) // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2017. – № 3 (83). С. 3-21.
7. Сафонова О.В. Отсутствие транзакционных издержек в теории совершенной конкуренции//Научный поиск. –2016. – № 3. – С. 69-72.
8. Тарануха Ю.В. Микроэкономика: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям - М.: Изд-во "Дело и Сервис" – 2006 - 640 с.
9. Чепига К.А., Грицунова С.В. Развитие рынка совершенной конкуренции в России: преимущества и

недостатки//Интеграция наук. – 2016. – № 2 (2). – С. 27-28.

10. Экономический словарь. http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/7782

11. Юдина П.А. Несовершенство конкуренции в Российской Федерации/В сборнике: Теоретические и практические аспекты развития современной науки. Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 195-202.

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/referat/92699>