**Совершенная и несовершенная конкуренции.**

На рынке совершенной конкуренции разделение экономической власти максимально и механизм конкуренции работает в полную силу. Здесь действует множество производителей, лишенных каких-либо рычагов навязывания своей воли потребителям. При несовершенной конкуренции разделение экономической власти ослаблено или вовсе отсутствует, поэтому производитель-продавец приобретает известную степень влияния на рынок.

Для рынка совершенной конкуренции характерны следующие черты:

1. Многочисленность субъектов рынка, характеризующихся малыми размерами деятельности, небольшими объемами спроса и предложения и имеющими небольшую долю на рынке.

2. На рынке производится и обращается однородная (стандартизированная) продукция. Продукты разных предприятий взаимозаменяемы. В этих условиях ни один покупатель не будет платить фирме цену большую, чем он заплатит ее конкурентам. Субъекты имеют полную информацию о рыночной ситуации и по своему усмотрению выбирают контрагента.

3. Субъекты рынка не в состоянии оказывать влияние на рыночную цену. Каждая фирма производит настолько небольшую часть от общего объема производства определенной продукции, что увеличение или снижение выпуска данной фирмой не будет оказывать влияние на общее предложение или цену продукта. Поведение каждого субъекта спроса на данном рынке также не повлияет на параметры рыночной цены в силу малой доли в общих масштабах рыночного спроса. Поэтому рыночные цены на продукцию формируются под воздействием общего спроса и предложения. Хотя каждый продавец волен устанавливать свою цену на продаваемый товар или даже отдать товар даром, стремление рыночного агента к получению выгоды от своей деятельности заставляет его ориентироваться на рыночную цену. В результате невозможности единоличного влияния на параметры рыночной цены спрос на продукцию конкурентной фирмы является абсолютно эластичным (то есть рыночная цена не изменится, даже если объем спроса со стороны отдельного субъекта будет изменяться существенным образом).

4. Отсутствие барьеров при входе на рынок и выходе из него. Для вхождения на данный рынок нет ограничений ни для продавцов, ни для покупателей. Доступ на рынок свободен из-за малых объемов необходимых капиталов и денежных средств. Нет трудностей и с прекращением деятельности на рынке. Условия не вынуждают никого оставаться в отрасли, если это не соответствует его интересам.

Такого рода конкуренция имеет место на рынке сельскохозяйственной продукции, рынке ряда потребительских услуг. Совершенная конкуренция на практике довольно редка, но эта модель имеет весомое аналитическое значение.

В целом, чем меньше воздействие отдельных субъектов на рыночную ситуацию, в том числе на рыночную цену, тем более конкурентным считается рынок.

Подавляющее большинство реальных рынков в современных условиях - это рынки несовершенной конкуренции. Свое название они получили в связи с тем, что конкуренция, а значит, и механизмы саморегуляции («невидимая рука» рынка) действуют на них несовершенно. Рынок несовершенной конкуренции имеет место тогда, когда не соблюдается хотя бы одно из условий совершенной конкуренции. Рынок несовершенной конкуренции характеризуется, как правило, следующими чертами:

- функционирует одна или небольшое количество по преимуществу крупных фирм;

- существуют значительные ограничения для входа на рынок и выхода с него; эти ограничения возникают либо из-за необходимости иметь большие размеры капиталов, либо из-за отсутствия информации о том, как изготовить определенный товар, и отсутствия необходимой технологии для его производства;

- фирмы, функционирующие на этом рынке, могут оказывать существенное влияние на рыночное предложение и (или) на рыночный спрос, а следовательно, и на условия продаж, в том числе манипулируя объемами производства и диктуя цены на рынке;

- в силу узкого круга функционирующих субъектов продавцы очень строго следят за поведением своих конкурентов и могут вступать в сговор с ними.

Когда на рынке имеет место несовершенная конкуренция, то те или иные субъекты рынка занимают монопольное положение.

Источник: <http://studopedia.net/14_69425_rinok-sovershennoy-i-nesovershennoy-konkurentsii.html>

**Тема: Рыночное равновесие и равновесная цена**

 **Глава 1. Понятие рыночного равновесия и равновесной цены**

Рыночное равновесие – ситуация на рынке, когда спрос (D) и предложение (S) находятся в состоянии равновесия, которое характеризуется равновесной ценой (Pe) и равновесным объемом. Т.е. объем спроса (QD) равен объему предложения (QS) при данной равновесной цене (Pe) (рис. 1).

.

Равновесная цена – единая цена, по которой продается и покупается равновесное количество товара.



Рис. 1. Рыночное равновесие

Но состояние равновесия на рынке неустойчиво, т.к. изменения рыночного спроса и рыночного предложения вызывают изменение рыночного равновесия.

Если реальная рыночная цена (Р1) выше Ре, то объем спроса (QD) будет меньше объема предложения (QS), т.е. возникает избыток товара (DQS). Избыток предложения всегда действует в сторону понижения цены, т.к. продавцы будут стремиться избежать затоваривания.

Чтобы избежать изменения цены, производители могут сократить предложение (S,S1), что приведет к сокращению объема до QD (рис. 1,а).

Если реальная рыночная цена (P1) оказывается ниже цены равновесия Pe, то объем спроса (QD) превышает объем предложения QS, возникает дефицит товара (DQD). Дефицит товара действует в сторону повышения его цены. В этой ситуации покупатели готовы заплатить и более высокую цену за товар. Давление со стороны спроса будет продолжаться до тех пор, пока не установится равновесие, т.е. пока дефицит не станет нулевым (DQD=0).

Закон убывающей предельной полезности (последовательное увеличение потребляемого блага ведет к снижению полезности от него) объясняет отрицательный наклон кривой спроса (D). То есть каждый потребитель в соответствии со снижающейся полезностью товара покупает его большее количество только при условии снижения цены.

С помощью кривой спроса можно определить выигрыш (излишек) потребителя – это разность между максимальной ценой, которую может заплатить потребитель за товар (цена спроса), и реальной (рыночной) ценой данного товара.

Цена спроса на товар (РD) определяется предельной полезностью каждой единицы товара, а рыночная цена товара – взаимодействием спроса (D) и предложения (S). В результате этого взаимодействия товар продается по рыночной цене (Рe) (рис. .2).

Рис. .2. Излишек потребителя и производителя

Поэтому потребитель выигрывает, покупая товар дешевле, чем он мог за него заплатить. Этот выигрыш равен площади заштрихованного треугольника РDЕРe (рис. 2).

Знание предельных издержек (МС) позволяет определить выигрыш производителя. Дело в том, что минимальная цена, по которой фирма может без потерь продавать единицу продукции, не должна быть ниже предельных издержек (МС) (прирост затрат, связанный с производством каждой последующей единицы продукции) (рис. 2). Любое превышение рыночной цены единицы продукции над ее МС будет означать рост прибыли фирмы. Таким образом, выигрыш производителя – это величина превышения цены реализации (рыночная цена) над предельными издержками производства. Такой излишек фирма получает от каждой продаваемой единицы товара по рыночной цене (Рe), превышающей предельные издержки (МС) производства данной единицы. Таким образом, продавая объем товара (Qe) (при разных МС на каждую единицу продукции от 0 до QЕ) по РЕ, фирма получит выигрыш, равный заштрихованной площади РeЕРS.

Источник: <http://www.be5.biz/ekonomika/e007/03.htm>