

Монополистическая конкуренция

1. Основные черты монополистической конкуренции. Дифференциация продукта.
2. Равновесие фирмы-монополистического конкурента в краткосрочном периоде (максимизация прибыли, минимизация убытков) и в долгосрочном периоде.
3. Монополистическая конкуренция и эффективность.

1. Основные черты монополистической конкуренции. Дифференциация продукта


- Монополистическая конкуренция, как и олигополия, является промежуточной рыночной структурой между двумя крайними случаями — совершенной конкуренцией и чистой монополией.
- *Монополистическая конкуренция* — это рыночная структура, при которой относительно большое число небольших производителей предлагает похожую, но не идентичную продукцию.

● Основными признаками монополистической конкуренции являются:

1. относительно небольшая доля всего рынка, приходящаяся на одну фирму, а следовательно, ограниченный контроль над ценой;
2. сравнительно большое число фирм гарантирует, что тайный сговор с целью ограничения объема выпуска и искусственного повышения (понижения) цены практически невозможен;
3. фирмы самостоятельны в выборе производственных решений и не учитывают возможную реакцию со стороны конкурентов;

4. дифференциация продукта в различных фирмах:

- по качеству — долговечность, дизайн, мощность и т.п.;
- по услугам и условиям, связанным с реализацией продукта — сервис, послепродажное обслуживание, доставка, сроки гарантии и т.п.;
- по размещению и доступности продукта — супермаркеты с более низкими ценами и небольшие магазины на оживленных улицах с более высокими ценами;
- по рекламе, упаковке, фирменным знакам, престижу;

- 
5. экономическое соперничество сосредоточивается не только на цене, но и на неценовых факторах;
 6. относительно легкое вступление в отрасль, так как необходимый для этого капитал невелик. Возможные финансовые барьеры связаны с необходимостью производства продукта, который отличается от продукта конкурента и рекламой.

2. Равновесие фирмы-монополистического конкурента в краткосрочном периоде (максимизация прибыли, минимизация убытков) и в долгосрочном периоде.

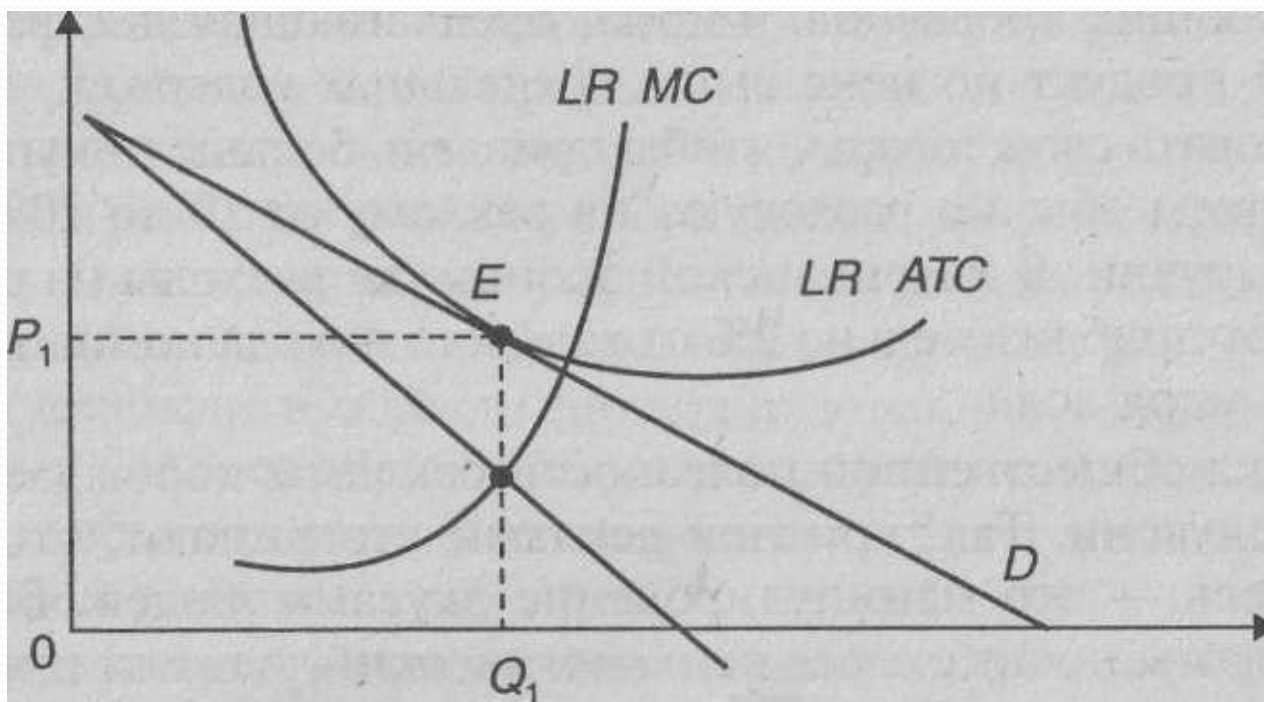
- Поведение монополистически конкурентной фирмы в краткосрочном периоде во многом подобно монополии. Так как ее продукция отличается от продукции, производимой другими фирмами, она сталкивается с убывающей кривой спроса. Однако ее кривые спроса и предельного дохода более эластичны по сравнению с монополией. Степень эластичности данных кривых зависит от числа конкурентов и степени дифференциации продукта. Чем больше конкурентов на рынке и чем выше дифференциация продукта, тем эластичнее спрос и предельный доход. В остальном — объем выпуска, максимизирующий прибыль или минимизирующий убытки, и цена определяются так же, как и при монополии.

- Монопольно конкурентная фирма следует правилу максимизации прибыли монополистом: она выбирает объем выпуска, при котором предельный доход равняется предельным издержкам, а затем использует кривую спроса, чтобы установить цену, соответствующую этому объему.
- В краткосрочном периоде фирмы при МК могут получать экономическую прибыль или нести убытки. Однако в ходе конкуренции экономические прибыли и убытки устраняются и в длительном периоде существует тенденция к получению нормальной прибыли.

Долгосрочное равновесие

- В долгосрочном периоде любая фирма, производящая товар на рынке МК, может расширяться. Кроме того, в отрасли могут появиться новые фирмы.
- Ситуация получения экономической прибыли является кратковременной, так как экономическая прибыль будет привлекать в отрасль конкурентов, что приведет к увеличению ассортимента предлагаемой продукции и снижению спроса для всех соперничающих компаний. По мере того как спрос на продукцию присутствующих на рынке фирм падает, начинается снижение уровня прибыли.

Долгосрочное равновесие фирмы при МК



- Таким образом, долгосрочное равновесие на рынке МК характеризуется двумя свойствами:
- 1. Подобно монопольному рынку цена товара при МК превышает предельные издержки фирмы, что следует из правила максимизации прибыли, требующего равенства предельного дохода предельным издержкам. Вследствие отрицательного наклона кривой спроса предельный доход меньше цены.
- Как и на конкурентном рынке, $P=ATC$, так как свободный вход и выход фирм с рынка приводит к нулевой экономической прибыли. Это свойство одновременно демонстрирует отличие МК от монополии, которая имеет возможность получения экономической прибыли в долгосрочном периоде.

3. Монополистическая конкуренция и эффективность

- в долгосрочном периоде при совершенной конкуренции производство фирм находится на уровне эффективного, в то время как объем выпуска монополюс конкурирующих фирм ниже этого уровня;
- для монополюс конкурирующей фирмы — цена превышает предельные издержки, так как она обладает некоторой властью над рынком. Это приводит к тому, что некоторые потребители воздерживаются от приобретения данного товара. Таким образом, при МК, как и при монополии, существует безвозвратная потеря части продукта и недораспределение ресурсов с точки зрения общества;

- При МК потребители платят более высокие цены за дифференцированный продукт по сравнению с совершенной конкуренцией, когда продукт стандартизирован, и более низкие цены по сравнению с монополией и ее уникальным продуктом;
- вступление новых фирм на рынок при МК связано с двумя внешними эффектами: а) эффект увеличения разнообразия продукции, который является положительным, так как при росте числа фирм и появлении новой продукции возникает дополнительный потребительский излишек; б) эффект «перехвата» покупателей, который можно отнести к отрицательным эффектам, так как появление конкурентов означает утрату фирмами отрасли части потребителей и снижение прибыли. В зависимости от суммарного воздействия этих двух эффектов на рынках МК предлагается либо слишком мало, либо слишком много видов товаров.