

ТЕМА 10

ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ МОНОПОЛІСТИЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

ОПРАЦЮВАВШИ ЦЮ ТЕМУ, ВИ З'ЯСУЄТЕ:

- *характерні риси монополістичної конкуренції;*
- *правило максимізації прибутку фірми;*
- *особливості конкурентної боротьби в умовах монополістичної конкуренції.*

Розібравшись в особливостях найнедосконалішої форми конкуренції, якою є монополія, слід з'ясувати специфіку тих ринкових структур, які займають проміжне положення між досконалою конкуренцією та монополією.

Найбільш близькою до досконалої конкуренції є **монополістична конкуренція**. Вона, як і чиста, охоплює багатьох продавців і покупців. Але купівля і продаж уже не здійснюється за єдиною ринковою ціною, а існує широкий діапазон цін.

Надання товару унікальних якостей (реальних чи уявних) називають **товарною диференціацією**. Коли цей процес успішний, він дає змогу фірмі створити постійний круг покупців, які надають перевагу її товарам, а не аналогам конкурентів.

Таким чином, **монополістична конкуренція** — це ринкова структура, що складається з *великої кількості фірм*, які випускають *неоднорідну продукцію*.

Попит на продукцію в умовах монополістичної конкуренції відображає крива попиту, яка показує сумарний обсяг продукції, що постачається фірмою за кожного значення ціни.

Як і **крива попиту** фірми-монополіста, крива попиту на продукцію в умовах монополістичної конкуренції є також *спадною*. Але вона значно **еластичніша**, ніж крива попиту виробника-монополіста, оскільки продавець в умовах монополістичної конкуренції стикається з відносно більшою кількістю конкурентів, що виробляють взаємозамінні товари. Чим більше конкурентів і слабша диференціація продукту, тим більш еластичною буде крива попиту в умовах монополістичної конкуренції. Що ж стосується **кривої граничного доходу** в цих умовах, вона лежить **нижче від кривої попиту виробника** і її нахил також буде складати половину кута нахилу останньої за умови її лінійності.

У короткостроковому часовому інтервалі в умовах монополістичної конкуренції фірми будуть вибирати ціну і обсяг випуску, максимізуючі прибуток або мінімізуючі збитки, також виходячи з уже відомого принципу **рівності граничного доходу і граничних витрат**.

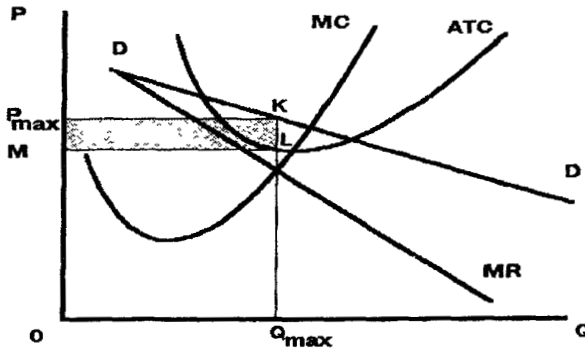


Рис. 10.1. Максимізація прибутку на ринку монополістичної конкуренції

Поведінка фірми в умовах монополістичної конкуренції характеризується такими важливими рисами.

По-перше, лінія попиту на продукцію виробника буде мати від'ємний нахил, оскільки на ринку продаються товари-замінники, що дає можливість отримувати *монопольний прибуток у короткостроковому періоді*. Своєї рівноваги фірма досягає за умови $MC = MR$.

По-друге, при монополістичній конкуренції відсутні будь-які обмеження на вхід у галузь інших виробників і вихід з неї, у результаті чого *в довгостроковому періоді економічний прибуток усіх фірм галузі стає рівним нулю*.

Поява нових фірм у галузі, яких привабили надприбутки, призведе до скорочення ринкового попиту на продукцію окремої фірми, тому що сукупний попит покупців стане тепер розподілятися на все більшу кількість виробників.

По-третє, кожна фірма, знаходячись у ситуації монополістичної конкуренції, *проводить власну цінову політику*, не враховуючи відповідну реакцію конкурентів. Це означає, що у рамках даної ринкової структури *випускається менший обсяг виробництва, ніж за досконалої конкуренції, але з більш високими витратами на одиницю продукції*.

Тобто, якби фірма діяла в умовах вільної конкуренції, вона обов'язково збільшила б свій випуск за більш низької ціни.

Подібна ситуація має місце і в довгостроковому часовому інтервалі.

Максимізація прибутку у цьому періоді в умовах монополістичної конкуренції передбачає обсяг випуску, при якому **граничний дохід дорівнює довгостроковим граничним витратам**.

Таким чином, зменшення обсягу продаж і підвищення витрат на одиницю продукції – все це своєрідна плата за більшу різноманітність товарів, що виробляються.

Практичні завдання

10.1. Відома функція попиту на продукцію монополістичного конкурента:

$$Q_a = 30 - 5P_a + 2P_b$$

і функція його сукупних витрат:

$$TC_a = 24 + 3Q_a.$$

Після встановлення галузевої рівноваги фірма А стала випускати 8 од. продукції. Визначити P_a і P_b .

Коментар розв'язку

Галузева рівновага означає встановлення нульового економічного прибутку. Тобто, ціна повинна дорівнювати середнім

змінним витратам. Підставивши в обидва рівняння значення кількості випуску фірми А, складіть і вирішіть систему.

10.2. У галузі діє 10 однакових фірм із постійними у довгостроковому періоді витратами. Довгострокові і короткострокові середні сукупні витрати кожної фірми задаються рівнянням:

$ATC = 40 - 12Q + Q^2$, де Q – випуск продукції даною фірмою.

Довгострокові середні витрати кожної фірми мінімізуються при випуску $Q = 12$ одиниць, а короткострокові – при випуску 9 одиниць.

Ринковий попит як у короткостроковому, так і в довгостроковому періодах задається рівнянням:

$P = 160 - Q$, де Q – галузевий випуск; P – ціна одиниці продукції.

а) Використовуючи наведену інформацію, відповісти на запитання: «Чи знаходиться ця галузь у стані довгострокової рівноваги?» Поясніть, чому.

б) Чи будуть місцеві фірми у короткостроковому періоді припиняти виробництво, якщо політика вільної торгівлі призвела до того, що іноземні виробники отримали доступ до ринку і можуть тепер продавати будь-яку кількість олії за ціною 20 гр.од. за одиницю?

Коментар розв'язку

а) Коли галузь знаходиться у стані рівноваги у довгостроковий період, то ціна повинна дорівнювати мінімуму $LATC$.

б) Фірми припинять свою діяльність, якщо не зможуть покривати свої витрати у короткостроковий період. Підставивши $Q = 9$ у рівняння ATC , знайдіть ціну, нижче якої фірми почнуть закриватися.

10.3. Кожна з 20 фірм галузі монополістичної конкуренції має криву dd , задану рівнянням: $P = 10 - 0,001 Q$. Якою буде крива dd для кожної фірми після входження в галузь 5 нових фірм?

Коментар розв'язку

Слід пам'ятати, що фірми ділять ринок порівну.

Тестові завдання

1. Вказати спільну рису ринків досконалої та монополістичної конкуренції:

- а) виробляються однорідні товари;*
- б) відсутній контроль над ціною;*
- в) на ринку діє багато продавців і покупців;*
- г) відсутня нецінова конкуренція.*

2. Модель монополістичної конкуренції у довгостроковому періоді передбачає, що фірма:

- а) здійснює “цінову війну”;*
- б) задіює всі наявні потужності;*
- в) має серйозні бар’єри для входження у галузь;*
- г) проводить власну цінову політику, не враховуючи відповідну реакцію конкурентів.*

3. Монополістична конкуренція – це:

- а) ринок, де багато фірм продають абсолютно однакові товари, і жодна з фірм не володіє достатньо великою долею ринку, щоб впливати на ринкову ціну товарів;*
- б) два або більше продавців, кожен з яких має деякий контроль над ціною, конкурують на ринку;*
- в) тип ринку, на якому оперує невелика кількість крупних фірм;*
- г) ринкова структура, за якої багато фірм конкурують, продаючи на ринку диференційований товар.*

4. Прибічники точки зору, що монополістична конкуренція досить ефективна і вигідна споживачам, стверджують, що:

- а) диференціація продукту сприяє кращій реалізації різноманітних смаків споживачів;*
- б) в умовах монополістичної конкуренції фірми виробляють ефективний, з точки зору ринку, обсяг продукції;*
- в) досконала конкуренція призводить до цінової війни між фірмами;*
- г) в умовах монополістичної конкуренції досягається ефективне, з точки зору суспільства, використання ресурсів.*

5. Ринки досконалої і монополістичної конкуренції мають спільну рису:

- а) випускаються диференційовані товари;*
- б) на ринку оперує багато покупців і продавців;*
- в) кожна фірма стикається із горизонтальною кривою попиту на свій продукт;*
- г) випускаються однорідні товари.*

Відповіді до тестів

1) в; 2) г; 3) г; 4) а; 5) б.

Література: [1, с.191-199; 2, гл.27; 3, с.270-272; 4, с.240-243; 5, с.386-391; 6, с.258-261; 7, с.498-504].