

ПОВЕДЕНИЕ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

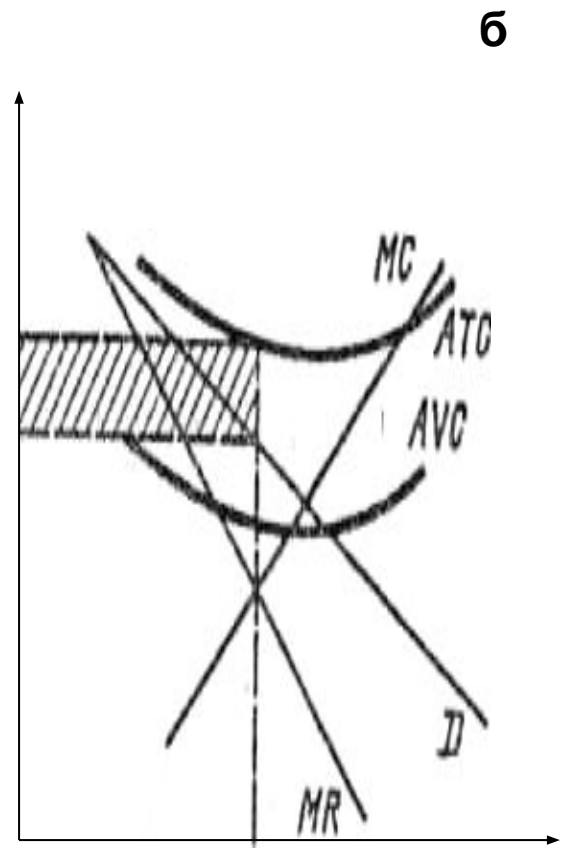
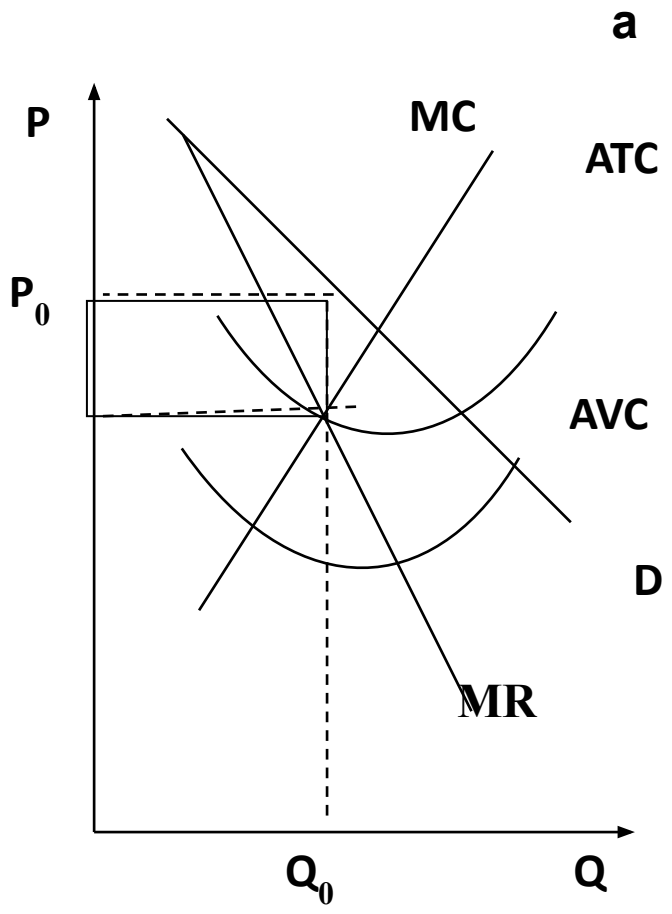
Это тип рыночной структуры близок к совершенной конкуренции. Ей свойственны черты чистой монополии и совершенной конкуренции: по существу это совершенная конкуренция плюс дифференциация продукции. Фирмы, производящие похожие, но различные с точки зрения покупателей товары, действуют в условиях монополистической конкуренции.

- **Характерные черты рынка:**
- Значительное число мелких фирм-производителей
- Продукция фирм дифференцирована
- Высокая степень конкуренции
- Неценовая конкуренция
- Нет барьеров для входа и выхода из отрасли
- Некоторые ограничения в доступе к информации
- Ограниченный (в узких пределах) контроль над ценой

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

- Фирма обладает небольшой долей рынка, поэтому имеет очень ограниченный контроль над ценой. Невозможен тайный сговор с целью искусственного повышения цен или ограничения производства. Можно не учитывать реакцию конкурентов, так как влияние действий одной фирмы на всех остальных очень незначительно.

- **Поведение фирмы** в условиях монополистической конкуренции характеризуется следующими важными чертами.
- **Во-первых**, спрос на продукцию фирм, действующих в условиях монополистической конкуренции, не является абсолютно эластичным, однако его эластичность высока. Линия спроса на продукцию производителя будет иметь отрицательный наклон, поскольку на рынке продаются товары-заменители, что дает возможность получать монопольную прибыль в краткосрочном периоде. На рисунке изображены кривые цены (спроса), предельного дохода, средних валовых и предельных издержек двух фирм, одна из которых максимизирует прибыль (а), а другая минимизирует убытки (б). Заштрихованными прямоугольниками показаны соответственно прибыль и убытки этих фирм.



- Ситуация во многом сходна с совершенной конкуренцией. Разница состоит в том, что спрос на продукцию фирм не является абсолютно эластичным, и поэтому график предельного дохода проходит ниже графика спроса. Наибольшую прибыль фирма получит при цене P_0 и объеме производства Q_0 , а минимальные убытки — при цене P_1 и выпуске Q_1 . Таким образом в краткосрочном периоде на рынке монополистической конкуренции ситуация максимизации прибыли будет достигнута в точке, где $MC=MR=P > \min AC$, а минимизации убытков — в точке, где $MC=MR=P (\min AVC < P < \min AC)$.

- **Во-вторых**, при монополистической конкуренции отсутствуют какие-либо значительные ограничения на вход в отрасль других производителей и выход из нее. Поэтому на этих рынках экономическая прибыль и убытки не могут существовать долго. В долгосрочном периоде фирмы, терпящие убытки, предпочтут уйти из отрасли, а высокие экономические прибыли станут стимулом вступлений новых фирм в отрасль. Новые фирмы, производя близкую по характеру продукцию, получают свою долю рынка, и спрос на товары фирмы, получавшей экономическую прибыль, снизится (график спроса сместится влево). Сокращение спроса снизит экономическую прибыль всех фирм отрасли до нуля. Уравнение равновесия фирмы в долгосрочном периоде может быть записано следующим образом: $MR=LMC=P>\min LATC$. Ситуация долгосрочного равновесия показана на рисунке .

- Рисунок 6.36. Долгосрочное равновесие фирмы в условиях монополистической конкуренции: D — спрос, MR — предельный доход, MC — предельные издержки, ATC — средние валовые издержки

- **В-третьих**, каждая фирма находясь в ситуации монополистической конкуренции проводит собственную ценовую политику, не учитывая ответную реакцию конкурентов. Отсюда следует, что в рамках данной рыночной структуры выпускается меньший объем производства, чем при совершенной конкуренции, но с более высокими затратами на единицу продукции. Точка K находится левее минимума средних общих затрат АТС, где бы фирма получала максимальную прибыль. То есть действующая фирма в условиях свободной конкуренции, она обязательно увеличила бы свой выпуск до объема Q_3 по более низкой цене.

- Таким образом, снижение объема продаж и повышение затрат на единицу продукции – все это своеобразная плата за большое разнообразие производимых товаров. Поэтому с точки зрения использования ресурсов механизм монополистической конкуренции неэффективен, поскольку производство осуществляется не с минимальными издержками: производство Q_0 не достигает величины, где средние валовые издержки фирмы минимальны, Q_1 . Однако если оценивать эффективность с точки зрения удовлетворения интересов потребителей, то многообразие товаров, отражающее индивидуальные запросы людей, является для них более предпочтительным, нежели однообразная продукция по более низким ценам и в большем объеме.