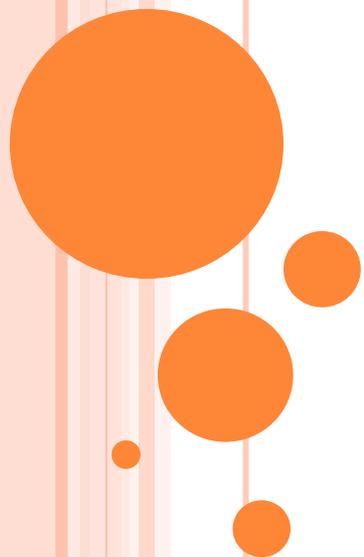


ТЕМА 5:

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ



ВОПРОСЫ:

1. Монополистическая конкуренция и ее основные черты.

Равновесие фирмы-монополистического конкурента в краткосрочном периоде.

2. Равновесие фирмы-монополистического конкурента в долгосрочном периоде.

3. Монополистическая конкуренция и экономическая эффективность.

Избыточные производственные мощности.

4. Неценовая конкуренция.

Дифференциация и усовершенствование продукта.

Издержки неценовой конкуренции.

Вопрос 1. Монополистическая конкуренция и ее основные черты.

Равновесие фирмы-монополистического конкурента в краткосрочном периоде.



Черты монополистической конкуренции

Дифференциация продукции

Качество, сопутствующие услуги, место, реклама

Возможность влияния на цену со стороны продавцов

Большое число продавцов и покупателей

Наличие небольших барьеров для входа на рынок новых фирм

Использование неценовой конкуренции



ПОЧЕМУ Монополистическая конкуренция?

Как у монополии:

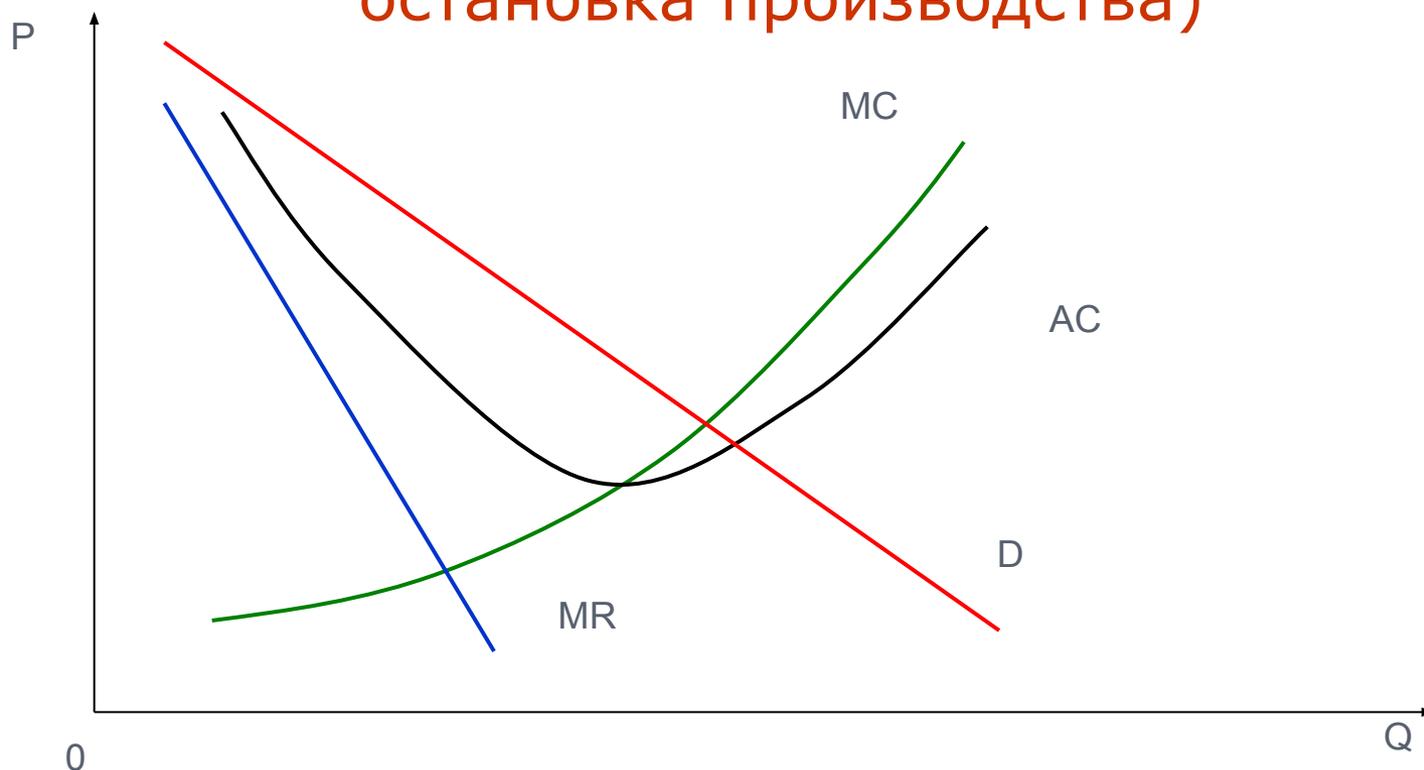
- Товар у каждой фирмы обладает уникальными признаками, которые его выделяют
- Может формироваться лояльность бренду
- У фирмы есть небольшая рыночная власть

Как у совершенной конкуренции:

- Много фирм и покупателей
- Свобода в принятии решений, нет взаимозависимости
- Маленькие барьеры входа и выхода с рынка



Равновесие фирмы — монополистического конкурента в краткосрочном периоде
(максимизация прибыли,
минимизация убытков,
остановка производства)



**АНАЛОГИЧНО МОНОПОЛИИ –
Разобрать самостоятельно**



Вопрос 2.

**Равновесие фирмы-
монополистического
конкурента в
долгосрочном периоде.**



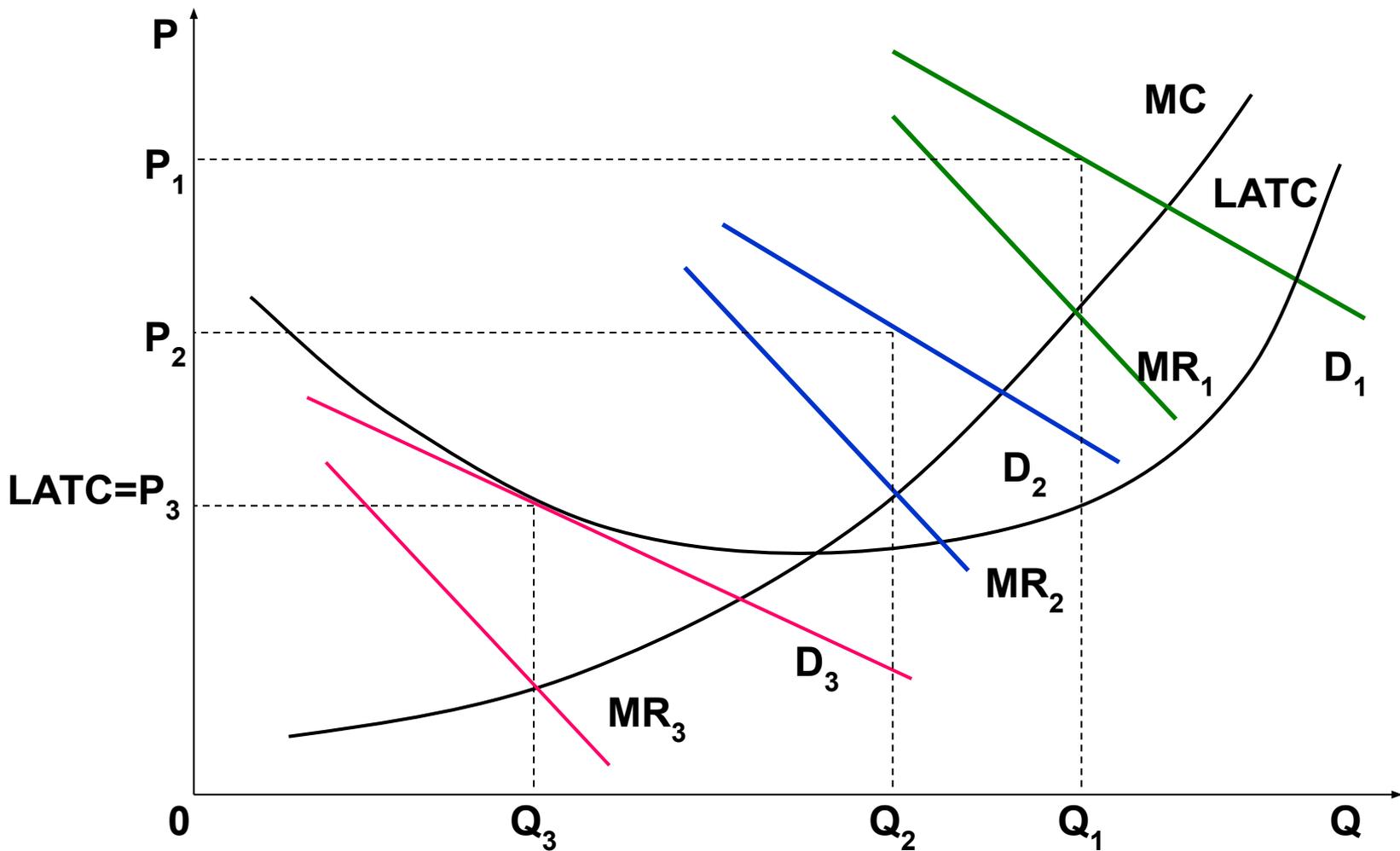
В краткосрочном периоде у фирмы $\pi > 0$

Прибыль является стимулом для потенциальных конкурентов входить в отрасль

Вхождение новых фирм увеличивает **S**, снижает **P**.

D на продукцию 1 фирмы снижается, так как много конкурентов

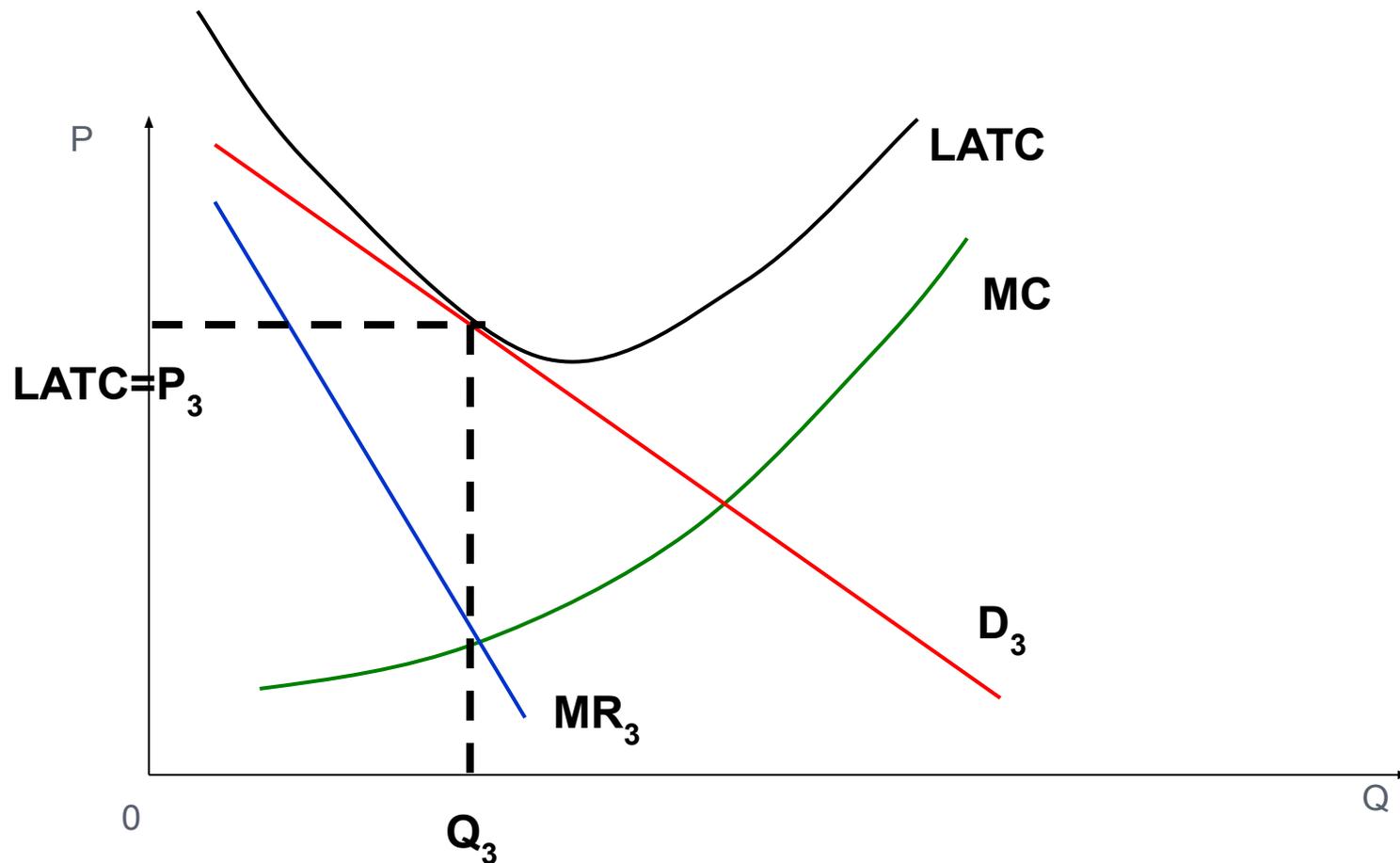
В результате в отрасли $\pi = 0$, новые фирмы перестанут пытаться войти на рынок

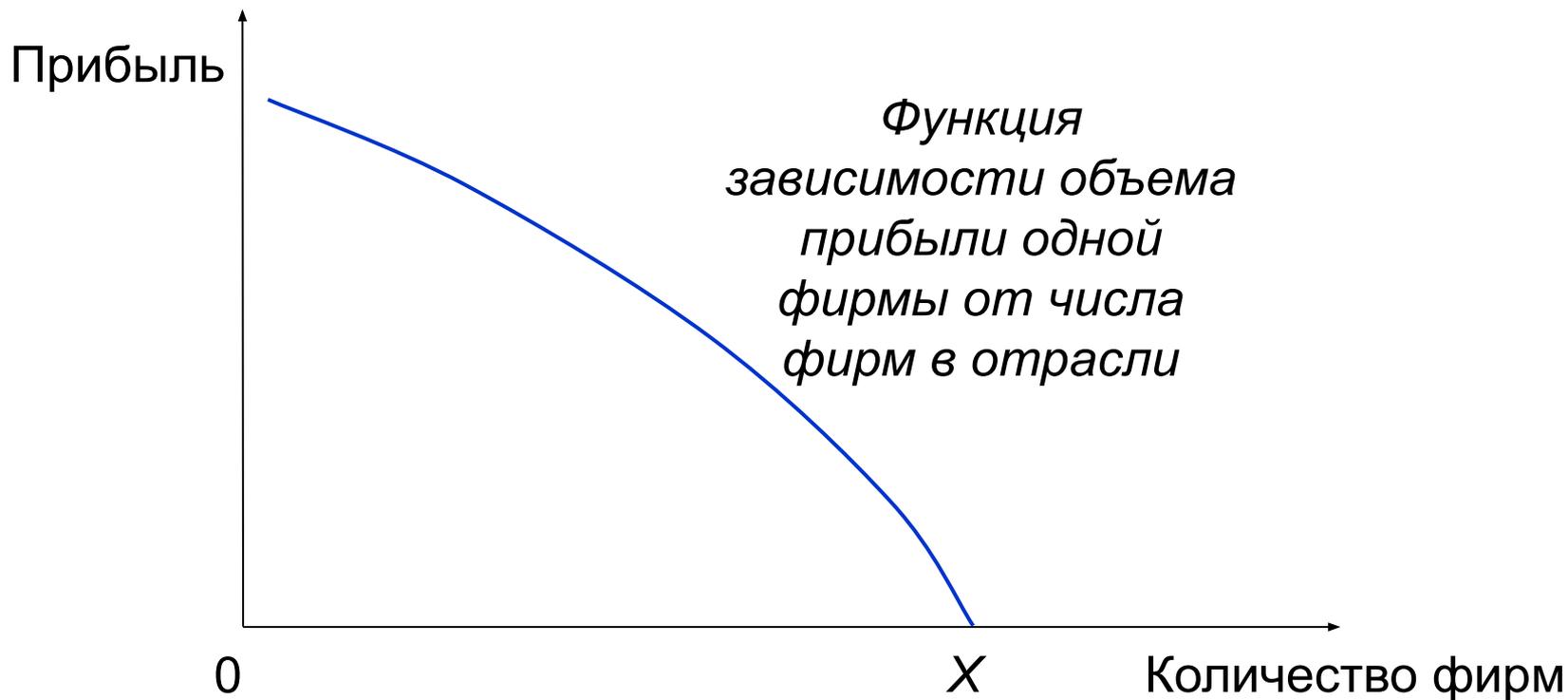


Q_3 - Безубыточность фирм:
 состояние устойчивого
 долгосрочного равновесия, когда
 экономическая прибыль равна нулю



Упрощенно безубыточность





Равновесное число фирм в отрасли в условиях монополистической конкуренции.

Каждый новый конкурент уменьшает объем спроса и прибыли для всех фирм. При определенном (равновесном) числе фирм (X) объем экономической прибыли снизится до нуля.

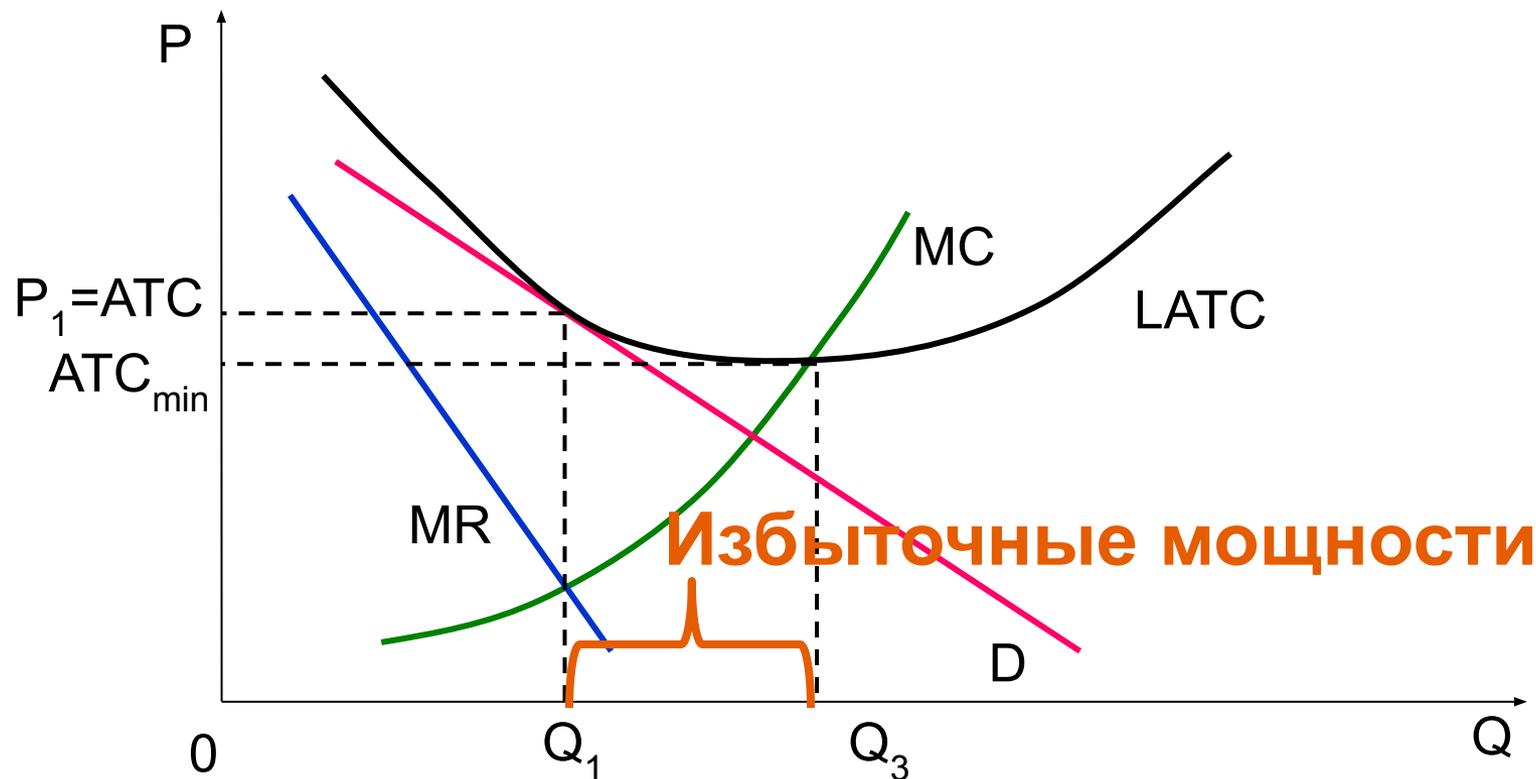


Вопрос 3.

**Монополистическая
конкуренция и экономическая
эффективность.**

**Избыточные производственные
мощности.**





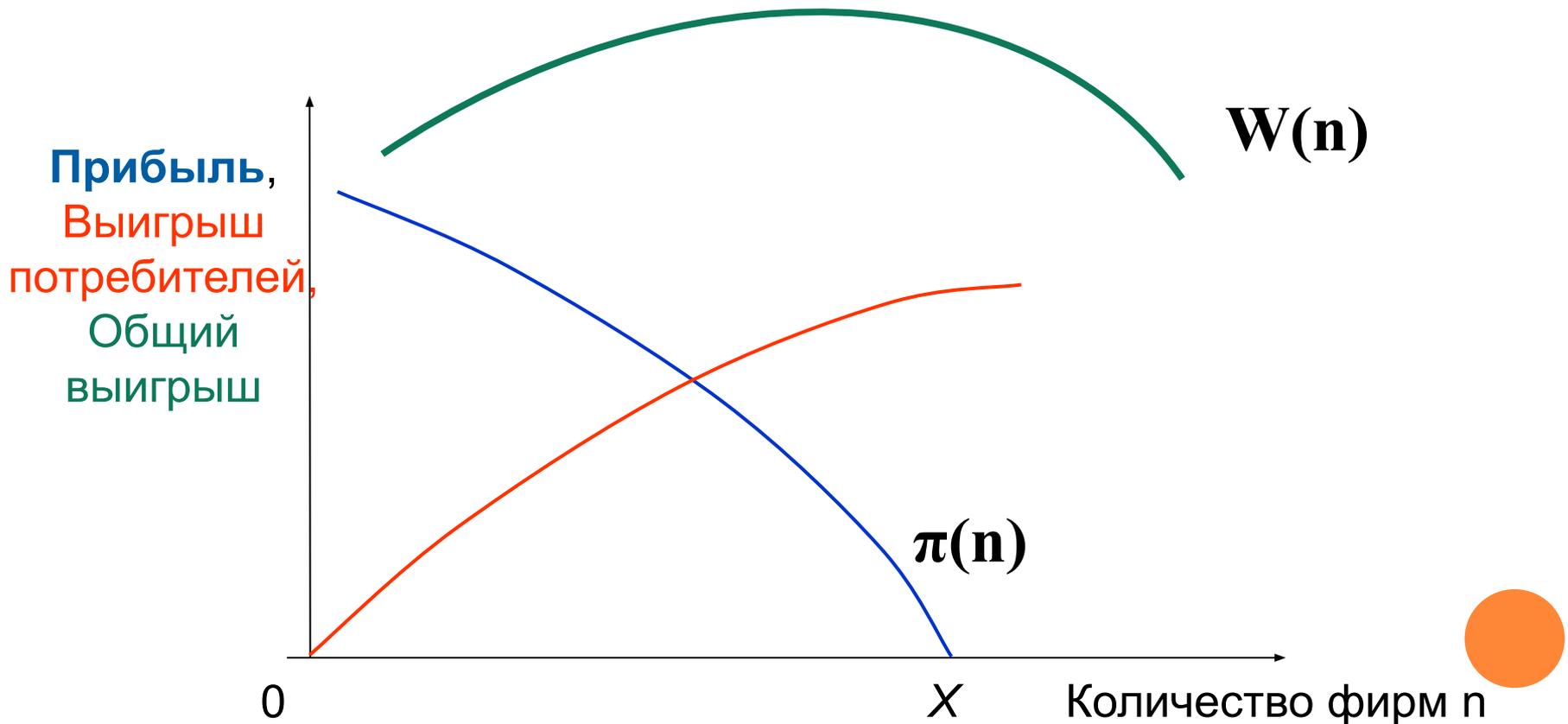
Фирма выберет Q_1 по цене $P_1 = ATC$. Выполняется 1 условие производственной эффективности: товары продаются по минимально возможным ценам.

2 условие производственной эффективности не выполняется: ATC_{min} не достигается. Избыточные мощности.

Аллокативная эффективность не достигается: P не равно MC . Неоптимальность распределения ресурсов и желательность увеличения объема выпуска.

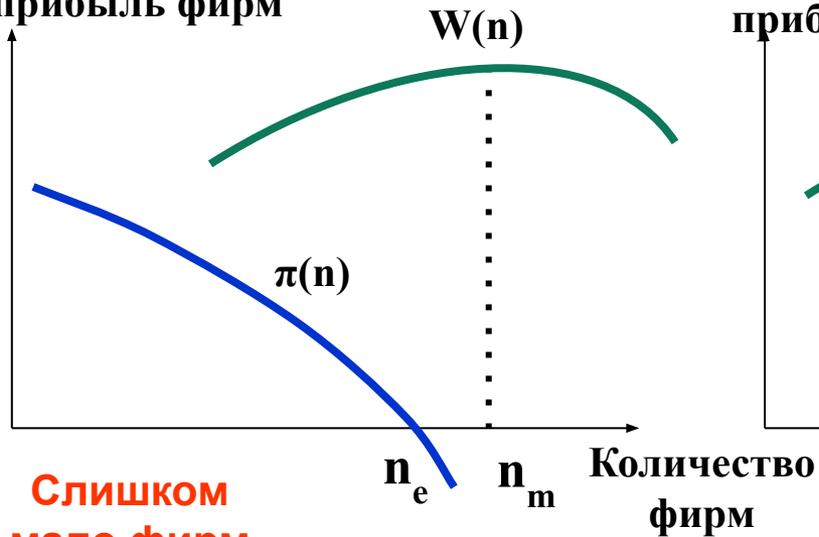


▣ **Эффективное количество фирм** – такое количество фирм на рынке, при котором общий выигрыш (сумма прибыли фирм+выигрыш потребителей) максимален.



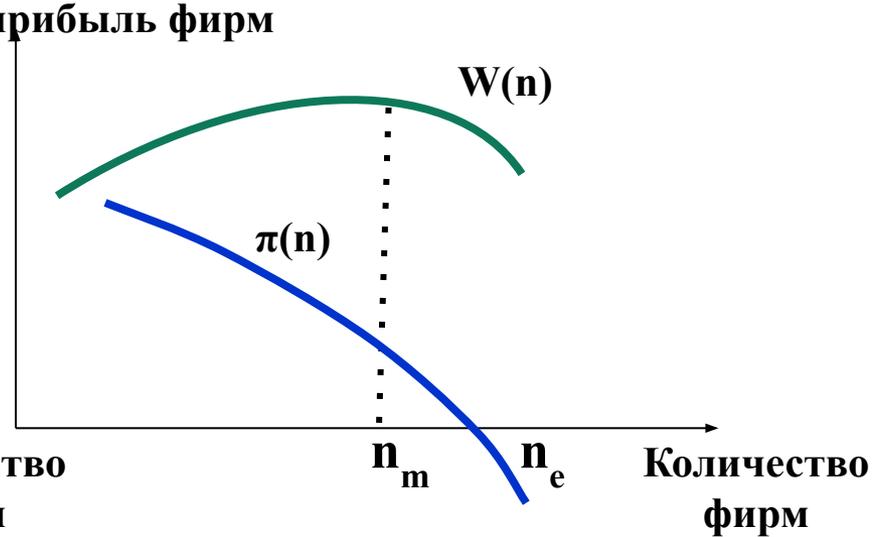
Эффективное количество фирм в отрасли

Общий выигрыш,
прибыль фирм



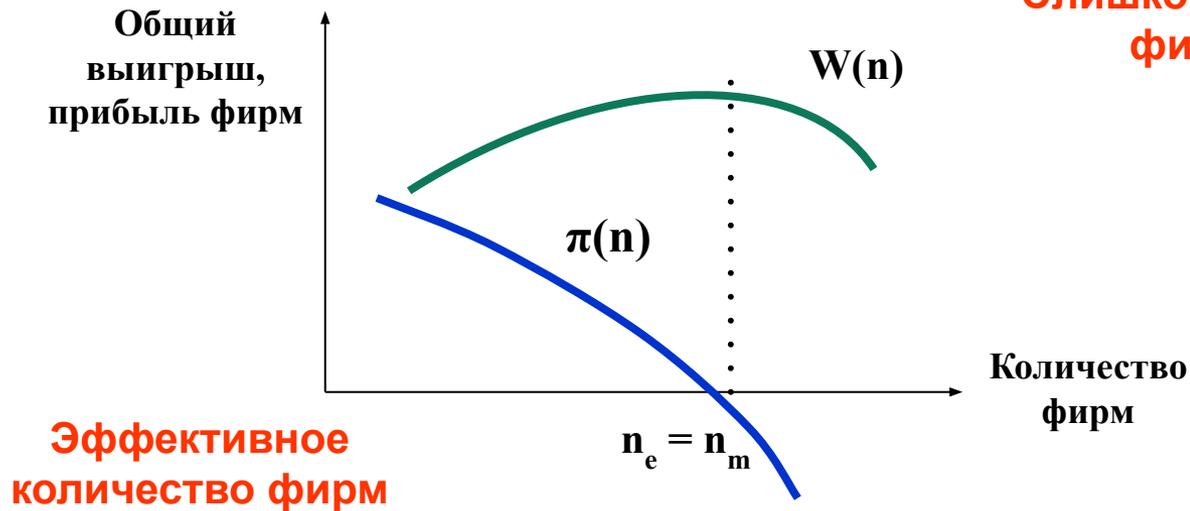
Слишком
мало фирм

Общий выигрыш,
прибыль фирм



Слишком много
фирм

Общий
выигрыш,
прибыль фирм



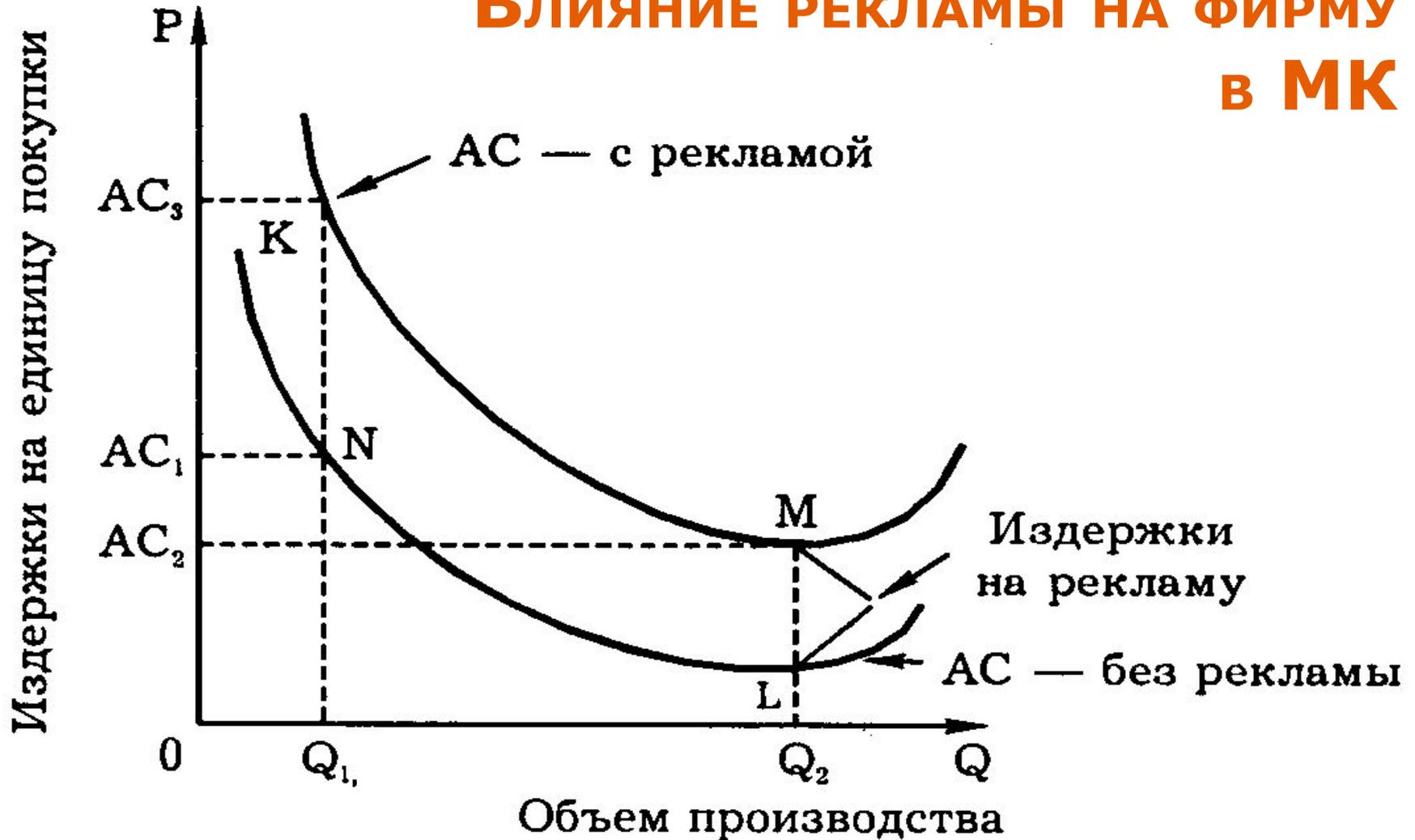
Эффективное
количество фирм



**Вопрос 4. Неценовая конкуренция.
Дифференциация и
усовершенствование продукта.
Издержки неценовой
конкуренции.**



Влияние рекламы на фирму в МК



- Q_1, AC_1 – начальный объем производства и издержки без рекламы
- Q_2, AC_2 – объем и издержки при успешной рекламной кампании
- Q_3, AC_3 – объем и издержки при неудачной рекламе

САМОСТОЯТЕЛЬНО:

- Виды конкуренции (ценовой и неценовой) и ее инструменты
- Виды рекламы
- Положительные и отрицательные стороны рекламы
- Современные формы рекламы

