

Monopolisztikus verseny.
Монополістична конкуренція.

Piaci modellek / Моделі ринку

A közgazdászok 4 egymástól különböző piaci szituációt (modellt) emelnek ki:

1. Tiszta (kompetitív) verseny
2. Tiszta monopólium
3. Monopolisztikus verseny
4. Oligopólium

Tökéletlen verseny

Економісти виділяють 4 моделі ринку, що містять певні відмінності:

1. Чиста конкуренція
2. Чиста монополія
3. Монополістична конкуренція
4. Олігополія

Недосконала конкуренція

Monopolisztikus piac jellemzői / Ознаки монополістичної конкуренції

1. Viszonylag sok eladó. A monopolisztikus versenyben nem vesz részt több száz vagy ezer vállalkozás, hanem csak kellően nagy számú résztvevő - 25, 35, 60 vagy 70.

- Kis piaci részesedés. Mindegyik cégnek kicsi a részesedése a teljes piacról, ezért a vállalatok korlátozottan befolyásolják az árat.

- Nincs összeesküvés. A viszonylag nagyszámú cég biztosítja, hogy az összeesküvés - a vállalkozások összehangolt fellépése a termelés korlátozása és az árak mesterséges emelése érdekében - lehetetlen.

- A cselekvések függetlensége. Az iparban nagyszámú cégnél nincs értelem kölcsönös függőségükről - mindegyik cég meghatározza politikáját, függetlenül a versenytársak lehetséges reakciójától.

1. Відносно велика кількість продавців. Монополістична конкуренція не передбачає сотень чи тисяч фірм, а тільки достатньо велику їх кількість – 25, 35, 60 чи 70.

- Невелика частка ринку. Кожна фірма володіє невеликою часткою всього ринку, тому фірми мають обмежений контроль над ціною.

- Відсутність змов. Відносно велика кількість фірм гарантує, що змова – погоджені дії фірм з метою обмеження обсягу виробництва і штучного підвищення ціни – неможлива.

- Незалежність дій. За великої кількості фірм у галузі нема відчуття їх взаємозалежності – кожна фірма визначає свою політику, не зважаючи на можливу реакцію конкурентів.

Monopolisztikus piac jellemzői / Ознаки монополістичної конкуренції

- 2. Termékdifferenciálás.** A tiszta versennyel ellentétben ezek az egyik fő jellemzője. A termékdifferenciálás eredményeként a gazdasági verseny nem árverseny formájában valósul meg - verseny a termék minőségében, az ügyfélszolgálatban, az eladó elhelyezkedésében, a rendelkezésre állásban és a reklámban.
- **Termékminőség.** A termékdifferenciálás a termékek fizikai vagy minőségi különbségeiben nyilvánulhat meg.
 - **Szolgáltatások.** Az áruk értékesítését kísérő szolgáltatások és feltételek a differenciálás formái.
 - **Elhelyezkedés.** A termékeket az értékesítés helye és a rendelkezésre állás szerint lehet differenciálni.
 - **Reklám és csomagolás.** A termékek megkülönböztetése a reklám, a védjegyek és márkánavek, valamint a csomagolás révén létrejött képzeletbeli különbségekből is fakadhat.

A termékek közeli, de nem tökéletes helyettesítők

2. Диференціація продукту. На відміну від чистої конкуренції, ці є однією з її основних ознак. Внаслідок диференціації продукту економічне суперництво набуває форми нецінової конкуренції – конкуренції у сфері якості продукту, обслуговування споживачів, місцезнаходження продавця, доступності і реклами.

- **Якість продукту.** Диференціація продукту може виявлятися у фізичних або якісних відмінностях самих виробів.
- **Послуги.** Послуги та умови, що супроводжують продаж товарів, є формами диференціації.
- **Місцезнаходження.** Продукти можуть диференціюватися за місцем їх продажу та доступністю.
- **Реклама та упаковка.** Диференціація продукту може також виникати з уявних відмінностей, створених за допомогою реклами, використання торгових знаків та торгових марок, а також упаковки.

Продукти є близькими, але не ідеальними замінниками

Monopolisztikus piac jellemzői / Ознаки монополістичної конкуренції

3. Könnyű belépés az iparágba.

Az a tény, hogy a monopolisztikus verseny körülményei között a termelők általában kisvállalkozások, ez a méretnagyság pozitív hatását váltja ki, valamint kis tőke mennyiség szükséges a kezdéshez. A reklám szükségessége miatt azonban további pénzügyi akadályok lehetnek. A versenyzők szabadalmi és szerzői jogai szintén megnehezítik és költségessé teszik a versenyt.

3. Легке входження в галузь.

Той факт, що в умовах монополістичної конкуренції виробники зазвичай є невеликими за розмірами фірмами, це передбачає незначний позитивний ефект масштабу та невеликий обсяг потрібного капіталу. Однак можуть з'явитися додаткові фінансові перешкоди, зумовлені потребою у рекламію. Також наявність патентів та авторських прав у конкурентів також ускладнюють конкуренцію та потребують додаткових витрат.

Egyedi kereslet / Індивідуальний попит

- Negatív meredekségű $\rightarrow MR < P$, monopolhatalom
- Függ a versenytársak számától és a helyettesíthetőségtől

Nincs belépési korlát

Ha új vállalatok jelennek meg, (pozitív gazdasági profit) a piaci részesedés csökken

- A vállalatok keresleti görbéje **egyre** rugalmasabbá válik
- A keresleti görbék egyúttal az origó irányába tolódnak el = ugyanakkora áron csak kevesebb termék értékesíthető

Спадна крива $\rightarrow MR < P$, монопольна влада

Залежить від кількості конкурентів та замінників

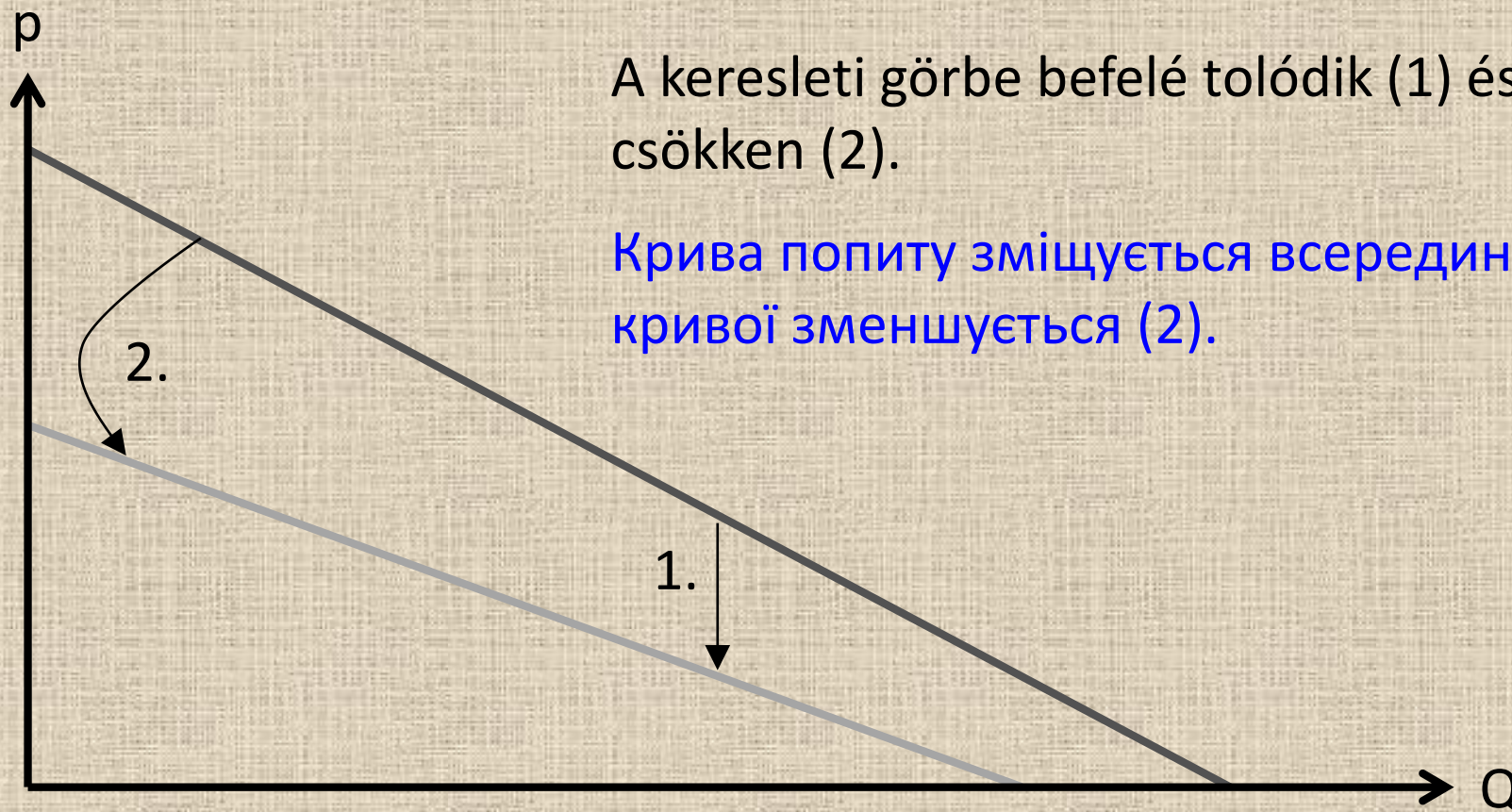
Нема обмежень на входження в галузь

Якщо з'являються нові учасники (позитивний економічний прибуток), ринкова частка скорочується

Крива попиту стає **більш еластичною**.

Криві попиту одночасно зміщуються до центру осей, адже при такій же самій ціні може бути реалізовано лише менша кількість товару.

Új belépők / Нові учасники



A keresleti görbe befelé tolódik (1) és a meredeksége csökken (2).

Крива попиту зміщується всередину (1), а нахил кривої зменшується (2).

Következtetések / Висновки

A belépések addig folytatódnak, amíg a gazdasági profit zérusra csökken.

- **Hosszútávú egyensúlyban**

- Mindegyik vállalat az egyedi keresletnek megfelelő ár-mennyiség kombinációt állítja elő

- Az optimális pont a keresleti görbén található

- Az adott keresleti feltételek mellett mindegyik vállalat profitmaximalizáló magatartást folytat
- A belépések miatt a hosszú távú profit zérus.
- Az optimális pont az átlagköltség-görbén található

- Вхідження триватиме доти, поки економічний прибуток не впаде до нуля.

- **У довгостроковій рівновазі**

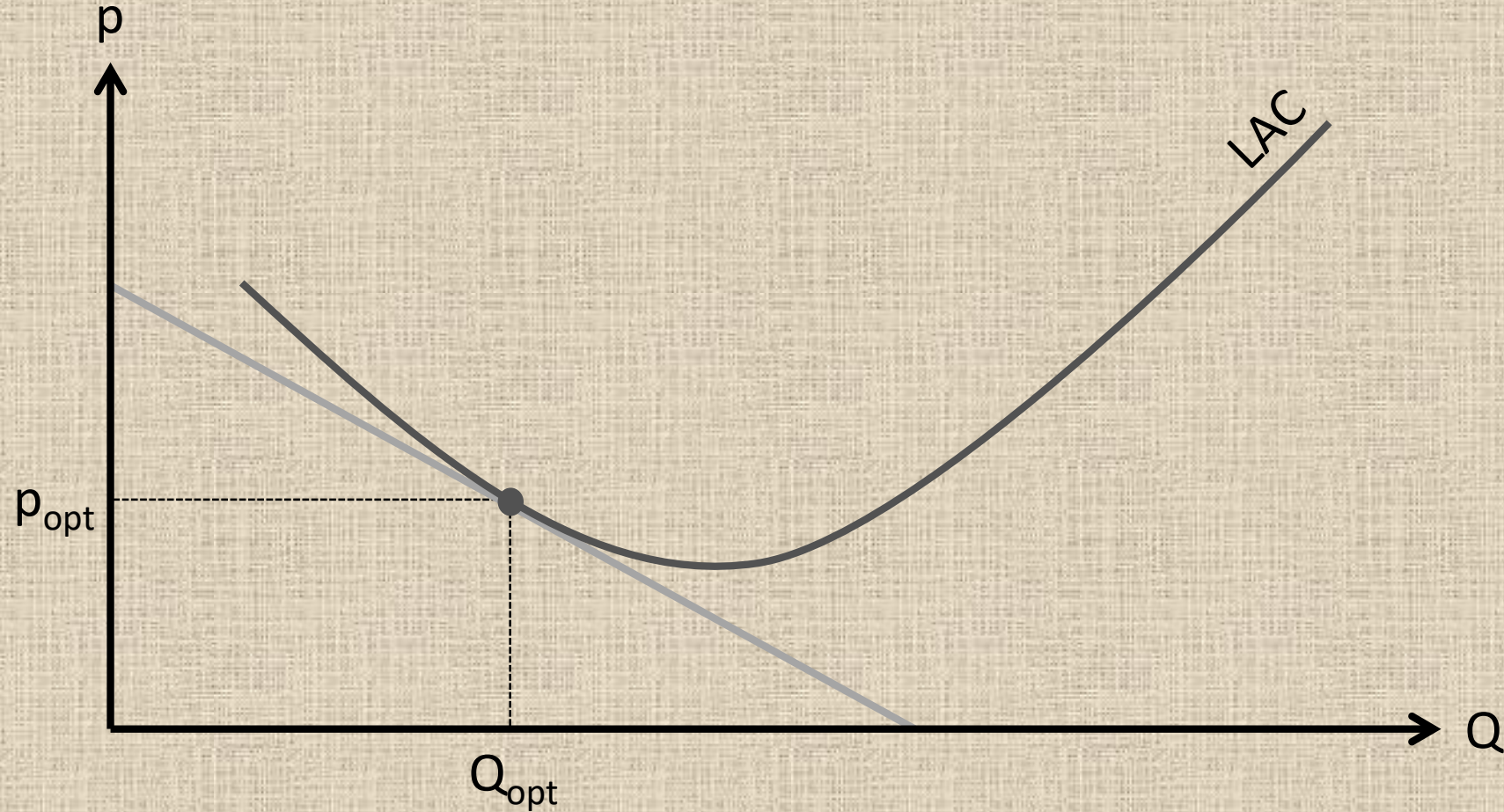
- Кожна компанія виробляє комбінацію ціна-кількість, яка відповідає індивідуальному попиту

- Оптимальна точка знаходиться на кривій попиту
- За даних умов попиту кожна компанія займається поведінкою, що максимізує прибуток
- Через заявки довгостроковий прибуток дорівнює нулю.
- Оптимальна точка - на кривій середніх витрат

Érintési feltétel / Умова дотичної

- Előbbiek szerint a mind keresleti görbe, mind az átlagköltség-görbe tartalmazza az optimális ár-mennyiség kombinációt
 - Ez azonban **nem** lehet metszéspont
 - Ekkor az AC-görbének lenne a keresleti görbe alatt futó szakasza, amely azonban pozitív profitot jelez
 - Ez ellentmond az új belépőkre vonatkozó feltételezésnek
 - Egyetlen lehetséges megoldás a **keresleti-görbe és az átlagköltség-görbe érintési pontja**
 - A fedezeti ár egyben a profitmaximalizáló ár is
- Згідно з попередніми твердженнями, і крива попиту, і крива середніх витрат містять оптимальне поєднання ціна-кількість
 - Однак це **не може** бути перетином
 - Тоді крива середніх змінних витрат мала б ділянку, що знаходиться нижче кривої попиту, що, однак, свідчило б про позитивний прибуток
 - Це суперечить припущенню щодо нових учасників
 - Єдиним можливим рішенням є точка дотику між **кривою попиту та кривою середніх витрат**
 - Точка **беззбитковості** - це також ціна, що максимізує прибуток

Monopolisztikus verseny hosszú távú egyensúly / Довгострокова рівновага у монополістичній конкуренції



Következtetések / Висновки

- A monopolisztikusan versenyző vállalat az AC-görbe minimumpontjától balra termel
 - **Kapacitásfelesleg**
 - = Az üzemméret nagyobb, mint az optimális
 - **Iparági szinten nincs méretgazdaságosság**
- A profit zérus, az eloszlás mégsem Pareto-hatékony
 1. Mert a profitnak nincs köze a hatékonysághoz
 2. A határköltség és az ár viszonya a meghatározó
 3. Az optimumban a határköltség alacsonyabb a piaci árnál
 4. A veszteség a kapacitásfeleslegből származik
- Монополістично конкурентоспроможна компанія виробляє ліворуч від мінімальної точки кривої змінного струму
 - **Надмірна потужність**
 - = Розмір рослини перевищує оптимальний
 - **Економія від масштабу на галузевому рівні відсутня**
- Прибуток дорівнює нулю, проте розподіл не є ефективним за Парето
 1. Тому що прибуток не має нічого спільного з ефективністю
 2. Співвідношення між граничними витратами та ціною є визначальним
 3. В оптимальному варіанті граничні витрати нижче ринкової ціни
 4. Втрати походять від надмірної потужності

A reklám hatása / Вплив реклами



