

Termékdifferenciálás és monopolisztikus verseny

Carlton -Perloff
7. fejezet

2012.10.25.

Monopolisztikus verseny és jellemzői

- ❖ Chamberlin (1933) – valós piacokon:
 - ❖ „Monopolista elem” negatív lejtésű keresleti görbe ($p > MR$) $\Rightarrow$ a vállalatoknak van piaci ereje ($p > MC$, tehát $L > 0$) – differenciált termékek
 - ❖ „Versenyzői elem”: szabad a belépés $\Rightarrow \Pi = 0$
 - ❖ Vállalatok viselkedése: a többiek magatartását adottnak veszik (Cournot feltétel) – nem stratégiai viselkedés!

Helyettesíthetőség és verseny

Homogén termék:

- tökéletes helyettesítés
- reziduális keresleti görbe vízszintes
- ha a vállalat árat emel, összes vevőjét elveszti
- nem térhet el a versenytársak árától (árelfogadás)

Differenciált termék:

- tökéletlen helyettesítés
- reziduális kereslet negatív meredekségű
- ha saját árat a versenytárs ára fölé emeli, nem veszti el összes vevőjét

Differenciált termékek

- ❖ Termékek differenciáltak, mert a fogyasztók valamely tulajdonság alapján másnak ítélik a vállalat termékét az iparág többi vállalatának termékeihez képest
- ❖ Nem feltétlen a valós, fizikai jellemzők számítanak, hanem a szubjektív megítélés
 - ❖ Preferenciák az egyes termékekre vonatkoznak
 - ❖ Preferenciák a termékek egyes jellemzőire, bármilyen tulajdonságára vonatkozhatnak (karakterisztikai modell)
- ❖ Vertikális – horizontális differenciáltság



Modellek

- ❖ A reprezentatív fogyasztó modellje (Chamberlin):
 - A tipikus fogyasztó számára a termékek egyformán jó helyettesítők
 - szimmetrikus preferenciák - nagy és azonos kereszt-árrugalmasságok csoporton belül
 - minden vállalat minden fogyasztóért versenyez (a fogyasztók rendszerint bárhol vásárolhatnak)
- ❖ Elhelyezkedési modellek (térbeli modellek)
 - A fogyasztók preferálják azokat a termékeket, amelyek olyan tulajdonságokkal rendelkeznek, amelyeket ők szeretnek és emiatt hajlandók többet fizetni értük (ill. szeretnek a hozzájuk közelebb lévő boltokban vásárolni)
 - kereszt-árrugalmasságok nem egyformák
 - Vállalatok csak a hozzájuk közelebb eső (földrajzilag vagy ízlésviláguk alapján) fogyasztókért versenyeznek

Szabad belépés – homogén termék (Cournot modell szabad belépéssel)

- ❖ Belépés szabad: a vállalatok mindaddig belépnek, amíg az nem veszteséges $\rightarrow \pi = 0 \rightarrow p = AC$
 - ❖ Nem differenciált termékek $\rightarrow$ hány vállalat (n) lesz az iparágban? (Cournot feltétel, de n endogén!)
 - ❖ Belépés hatása: n változik – reziduális keresleti görbe eltolódik
 1. Egy vállalat outputja csökken, növekszik a költség
 2. az iparági output nő, csökken az ár (fogyasztói többlet nő)
- } Csökken a profit
- ❖ Egyensúly: q^C , ha
 1. $MR_r(q^C) = MC(q^C)$ (profitmaximalizálás a reziduális kereslet alapján)
 2. $\pi = 0 \Rightarrow P^C = AC(q^C)$ (hosszú távon nulla profit)

Szabad belépés – általános modell

- ❖ Piaci kereslet: $p=a-bQ$
- ❖ Egy vállalat költsége: $C(q)=cq+F$
(méretgazdaságosság!)

$$\pi(q) = \frac{1}{b} \left(\frac{a-c}{n+1} \right)^2 - F = 0 \quad \rightarrow \quad n = \frac{a-c}{\sqrt{bF}} - 1$$

és

$$p = c + \sqrt{bF}$$

- ❖ Vállalatok száma függ:
piac mérete (a, b)
határköltség (c),
fix költség (F)

Vállalatok száma és az állandó költség

- ❖ FC csökken, AC csökken, de MC változatlan $\rightarrow q^*$ változatlan $\rightarrow$ profit nő $\rightarrow$ új belépők $\rightarrow$ vállalatok száma nő
- ❖ Ha $FC=0 \rightarrow$ vállalatok száma korlátlan $\rightarrow$ tökéletes verseny

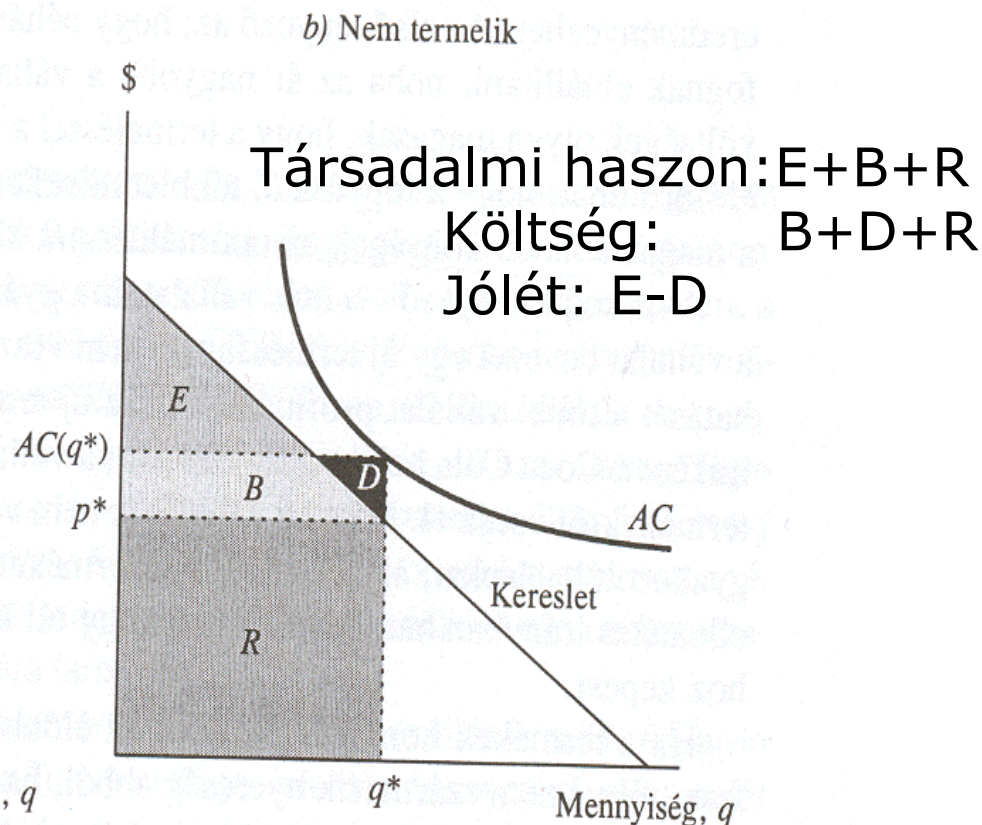
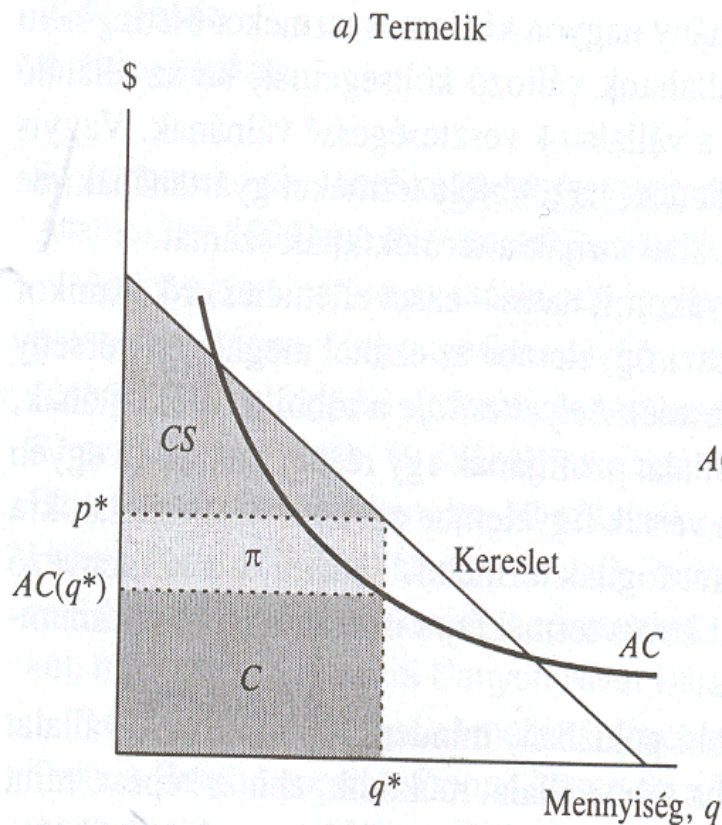
Hatékonyság és a vállalatok száma

- ❖ $P > MC$ (mert $AC > MC$, F miatt!) $\rightarrow$
 $Q < \text{optimális}$: iparági output túl kevés
- ❖ túl sok vállalat, költség magas ($n \cdot FC$) –
túl sokat költenek állandó költségekre –
„felesleges kapacitás”
- ❖ ÖF: A vállalatoknak nincs profitja, de
mégsem az átlagköltség minimumában
termelnek!

Állami szabályozás lehetőségei

- ❖ Első legjobb megoldás: a jólét a lehetséges legmagasabb szintet éri el $\Rightarrow$ szabályozott természetes monopólium ($n=1$, $p=c$, támogatás: $s=F$)
- ❖ Második legjobb megoldás
 - Korlátozott lehetőség: csak n szabályozható + nincs támogatás (strukturális szabályozás):
 - **átváltás** a vállalatok száma és költségek ill jólét között
 - Hány vállalat esetén lesz a jólét maximális? -ez az optimális vállalatszám: n^* (TK:7.3 táblázat)
 - a jólét = fogyasztói többlet + bevétel-költség (azaz a profit) minél nagyobb legyen
 - de a vállalatok ne legyenek veszteségesek.

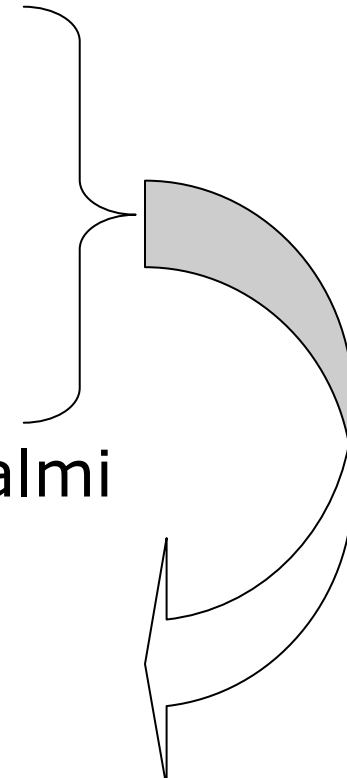
Az optimálisnál kisebb választék



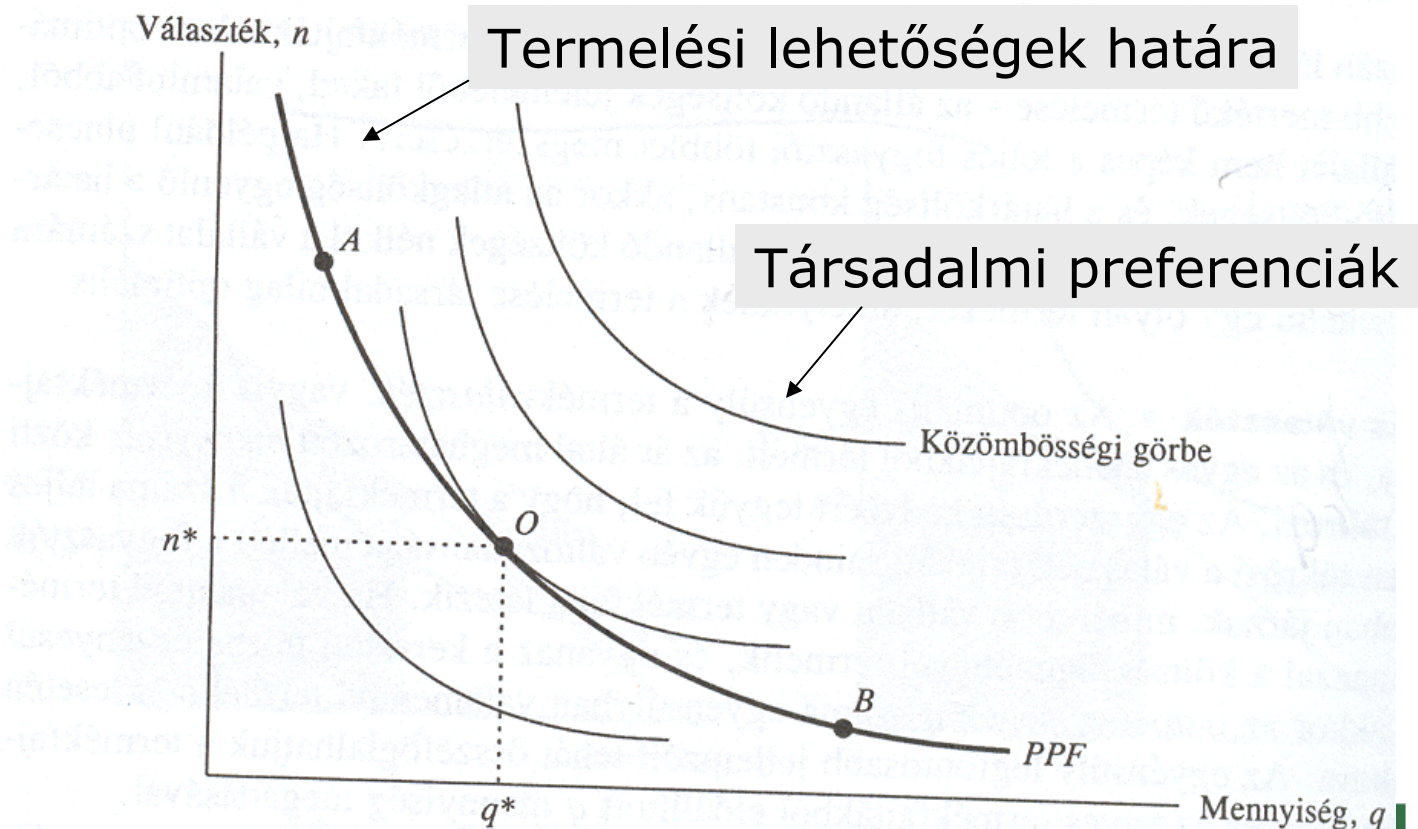
Ha $E-D > 0$, de a termelés veszteséges: nem termelik meg a terméket, pedig az növelné a társadalom jólétét.

Optimális választék

- ❖ Termelési lehetőségek határa
 $T = n(cq + F) \Rightarrow n(q) = T / (cq + F)$, ahol
T: társadalom rendelkezésére álló összes forrás
n: a vállalatok (termékek) száma
q: egy vállalat által termelt mennyiség
- ❖ n és q közti választásra vonatkozó társadalmi preferenciák
érintési pont: optimális q, n



A mennyiség(q) és a választék (n) közötti átváltás monopolisztikus versenyben



Reprezentatív fogyasztói modell differenciált termékkel

Választék optimális-e?

- Választék lehet **kisebb** az optimálisnál:
ha az új választék termelésének nagy a fix költsége $\Rightarrow$ túl kicsi lehet a választék: néhány terméket nem termelnek, mert veszteséges, bár a társadalmi haszon nagyobb, mint a társadalmi költség

Ok:

- magas fix költség
- a vállalat nem képes a teljes fogyasztói többlet megszerzésére
- Választék lehet **nagyobb** az optimálisnál: mivel az új termék **helyettesíti** a többit, akkor az új belépő profitja más vállalatok profitját csökkenti (nem veszi figyelembe a megnövekedett verseny hatását a többi vállalatra!)

Chamberlin modell(reprezentatív fogyasztó)- ÖF

- ❖ Ár „túl” magas ($P > MC$)
- ❖ Homogén termék: túl sok vállalat
- ❖ Differenciált termék: vállalatok száma (választék) lehet túl sok, de túl kevés is!
- ❖ Probléma: egyéni (vállalati) $\Leftrightarrow$ társadalmi haszon
 - fix költség (túl sok vállalat ill. választék)
 - Fogyasztói többletet a vállalat nem tudja teljesen megszerezni (túl kevés választék)

Elhelyezkedési (térbeli) és karakterisztikai modellek

- ❖ Térbeli differenciáltság:
 - **fizikai térben** (a vásárlók szeretnek a közelebbi boltban vásárolni)
 - **termékjellemzők terében** (a vásárlók előnyben részesítik azokat a termékeket, melyek elképzeléseikhez közelebbi tulajdonságokkal bírnak)
- ❖ Minden boltnak van egy kis piaci ereje, mivel a közvetlen környezetében *helyi* monopolista erejével rendelkeznek ↔ a fogyasztóknak költségesebb távolabbi boltban vásárolni vagy kisebb élvezetet ad olyan termékek fogyasztása, amelyek kevésbé ideális tulajdonságokkal rendelkeznek
- ❖ Modellek: Hotelling, Salop

Egyenes város modell: Hotelling modellje

- ❖ a fogyasztók eloszlása egyenletes
- ❖ a fogyasztók egyformák, kivéve az elhelyezkedésüket
- ❖ minden fogyasztó csak egy terméket vásárol
- ❖ a termékek csak egy tulajdonság mentén különböznek

földrajzi vagy tulajdonság (termék) tér értelmezés



Egyenes város modell: rögzített ár – elhelyezkedés

- ❖ Két egymás után nyíló, helyhez kötött bolt
 - Hol kell B -nek kinyitnia, ha A már megnyílt és nem lehet áthelyezni?



- ❖ Két egymás után nyíló és költségmentesen elköltöztethető bolt (szimultán elhelyezkedési döntés)
 - Hol helyezkedjenek el a boltok?
 - Nash egyensúly – társadalmi költség

Hotelling modell -ÖF

NE jellemzői:

- Mindkét cég közén, egymás mellett helyezkedik el
- Minimális differenciálás elve ($n=2$)
„Buyers are confronted everywhere with an excessive sameness” (H. Hotelling)
- Társadalmilag nem hatékony (költség!)

Egyszerű körmodell

- ❖ Boltok száma: n , fogyasztók száma: L
- ❖ Termelési költség:
egy vállalat: $TC_i = F + c \cdot q_i$
összes: $TC_p = n \cdot TC_i = nF + cnq_i = nF + cL$
- ❖ Közlekedési költség:
 t : egységnyi távolság ktg-e (oda-vissza)
boltok távolsága: $1/n \rightarrow TC_t = L \cdot t / 4n$
- ❖ Társadalmi optimum: $dTC_p/dn = dTC_t/dn \rightarrow$
 $F = Lt/4n^2 \rightarrow n = \sqrt{\frac{Lt}{4F}}$

Hatékonyság

- ❖ Szabad belépés: csökkenti az árat (hasonlóan az oligopol modellekhez: ha a vállalatok száma nő, csökken az ár)
- ❖ a termék differenciálódás szélesíti az árukínálatot
- ❖ De: az átváltás (*trade-off*) : a változatosság költséges és esetenként magasabb árakhoz vezethet

Feladatok

Tesztek:

7.fejezet 39. 41-49.

Számítási feladatok:

7. Fejezet 37. 38. 45.