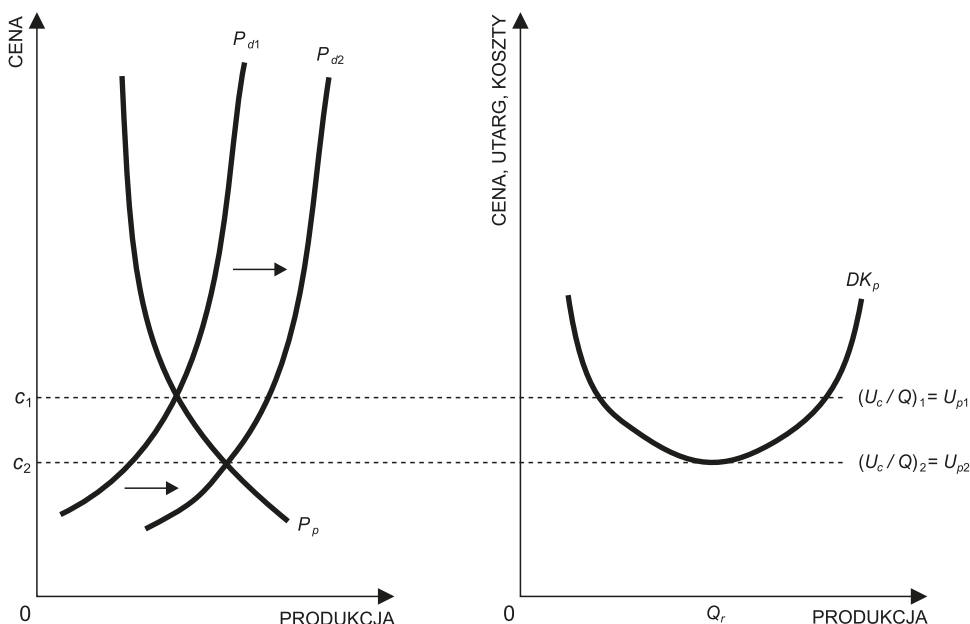


W okresie długim wszystkie czynniki produkcji są zmienne. W warunkach doskonałej konkurencji nie występują bariery wejścia na rynek. Zmienia się liczba przedsiębiorstw działających na rynku oraz ich potencjał produkcyjny. Na rynek wchodzi nowe przedsiębiorstwa, inne wycofują się z działalności gospodarczej. Także istniejące przedsiębiorstwa mogą zwiększać lub zmniejszać moce produkcyjne i wprowadzać zmiany techniczne wpływające na poziom kosztów. O kierunku tych zmian decydują zwłaszcza zyski osiągnięte przez przedsiębiorstwa.

Jeżeli typowe przedsiębiorstwo działające w gałęzi osiąga wysokie zyski zapewniające jej zyski nadzwyczajne, to nowe przedsiębiorstwa zaczną napływać do tej gałęzi. Również przedsiębiorstwa już istniejące w tej gałęzi, zachęczone wysokimi zyskami, zaczną rozszerzać działalność. Efektem wejścia nowych oraz rozbudowy już istniejących przedsiębiorstw będzie wzrost łącznej produkcji w gałęzi. Znajdzie to wyraz w przesunięciu gałęziowej krzywej podaży w prawo z P_{d1} do P_{d2} (rys. 7.7). Przy niezmiennym popycie będzie to prowadziło do spadku ceny. Podaż rynkowa będzie rosła, a cena będzie się obniżała aż do poziomu c_2 , eliminującego zysk nadzwyczajny. Stanie się to w punkcie zrównania się ceny z minimalnym poziomem długookresowego kosztu przeciętnego przedsiębiorstwa. Cena ta zapewni przedsiębiorstwu osiągnięcie jedynie zysku normalnego, który wystarczy jednakże do pozostania typowej firmy w danej gałęzi. W punkcie zrównania się ceny (równej utargowi krańcowemu) z minimum długookresowego kosztu przeciętnego ukształtuje się więc **długookresowa równowaga przedsiębiorstwa wolnokonkurencyjnego**.



Rysunek 7.7. Równowaga przedsiębiorstwa w okresie długim w warunkach konkurencji doskonałej

Źródło: opracowanie własne.

7.3. Równowaga przedsiębiorstwa monopolistycznego

Przejdźmy teraz do analizy zachowania się przedsiębiorstw zajmujących pozycję monopolistyczną. **Monopol pełny** występuje wówczas, gdy spełnione są następujące warunki:

1. Na rynku działa jeden producent (sprzedawca) i wielu kupujących.
2. Nie ma możliwości wejścia na rynek opanowany przez jedynego producenta – monopolistę, co może wynikać z przyczyn technicznych (wymagany patent), ekonomicznych (wysokie nakłady finansowe na budowę nowej firmy, np. fabryki samochodów) lub administracyjno-prawnych.
3. Produkty wytwarzane przez monopol nie mają bliskich substytutów.
4. Uczestnicy rynku dysponują doskonałą informacją oraz zachowują się racjonalnie.

Wiele przyczyn może sprawiać, że produkcją danego dobra zajmuje się tylko jeden producent, mający 100% udziału na danym rynku. Najczęściej występują następujące bariery wejścia na rynek opanowany przez monopol:

1. Rząd lub władze lokalne przyznają tylko jednemu przedsiębiorstwu prawo do wyłącznej produkcji danego produktu.
2. Przedsiębiorstwo może wejść w posiadanie patentu, praw autorskich lub znaków firmowych, uniemożliwiających powielanie technologii lub produktów przez innych producentów, dzięki czemu zdobywa monopolistyczną pozycję na rynku.
3. Monopol może wynikać z prawa własności do specyficznych, niepowtarzalnych, występujących w niewielkiej ilości zasobów naturalnych, potrzebnych do produkcji danego dobra. Specyficznymi monopolistami są też wybitni artyści, których dzieła są unikatowe, niepowtarzalne.
4. Monopol może być związany z rosnącymi korzyściami skali. Sytuacja taka występuje wówczas, gdy jeden producent, wytwarzając taniej (dzięki korzyściom skali) niż kilka mniejszych firm, jest w stanie zaspokoić całkowity popyt rynkowy. W tej sytuacji przedsiębiorstwo ma tak duże możliwości ekspansji, że przedsiębiorstwa konkurencyjne nie mogą się utrzymać. Na przykład nieopłacalne byłoby istnienie na jednym lokalnym rynku kilku zakładów energetycznych, gazowych, wodociągowo-kanalizacyjnych. Są to przykłady przedsiębiorstw, w których koszty stałe są bardzo wysokie, a przedsiębiorstwo może osiągać tak poważne korzyści skali, że długookresowe koszty przeciętne maleją wraz ze wzrostem rozmiarów produkcji. Z tego powodu działalność więcej niż jednego przedsiębiorstwa w gałęzi jest bardzo utrudniona i ekonomicznie nieuzasadniona. Bariery wejścia na rynek tworzą tu czynniki ekonomiczne wynikające z wysokich kosztów stałych, a nie administracyjno-prawne czy techniczne. Mówimy wówczas o występowaniu **monopolu naturalnego**.

Przedsiębiorstwa zajmujące pozycję monopolistyczną mają wpływ na podaż i ceny. Kontrolując sytuację na rynku, mogą one ograniczać rozmiary podaży i sprzedawać towary po wyższych cenach. Oznacza to jednak równocześnie, że przy podejmowaniu decyzji