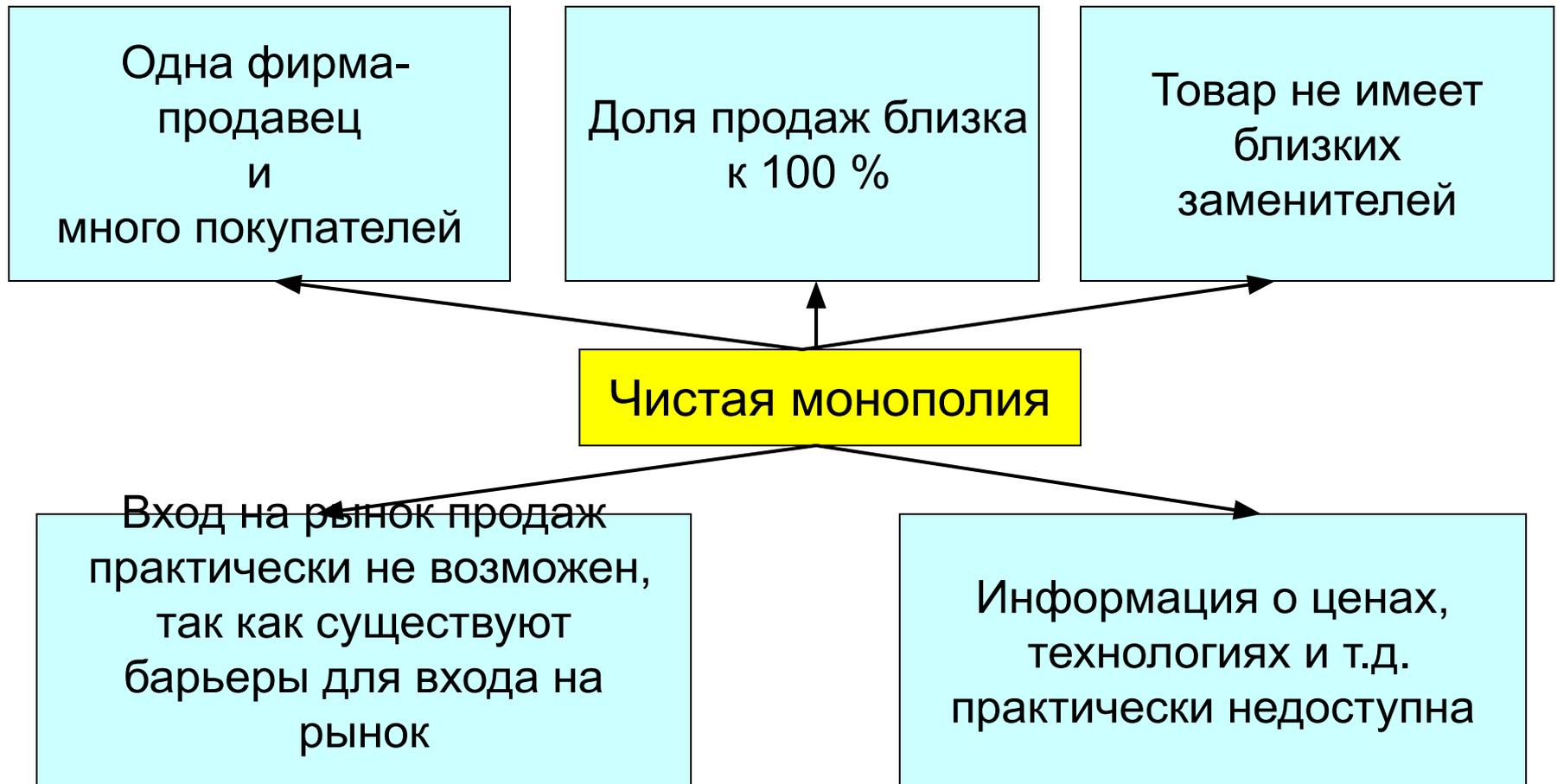


ЧИСТАЯ МОНОПОЛИЯ

ПОНЯТИЕ И УСЛОВИЯ ЧИСТОЙ МОНОПОЛИИ

Чистая монополия – это ситуация на рынке, когда существует единственный продавец товара, который не имеет близких заменителей



БАРЬЕРЫ ДЛЯ ВХОДА НА РЫНОК НА РЫНКЕ МОНОПОЛЬНОЙ ФИРМЫ

Основные типы барьеров:

Исключительные права,
получаемые от
правительства

Патенты и авторские
права

Собственность на все
предложение какого-
либо
ресурса

Уникальные
способности
и знания

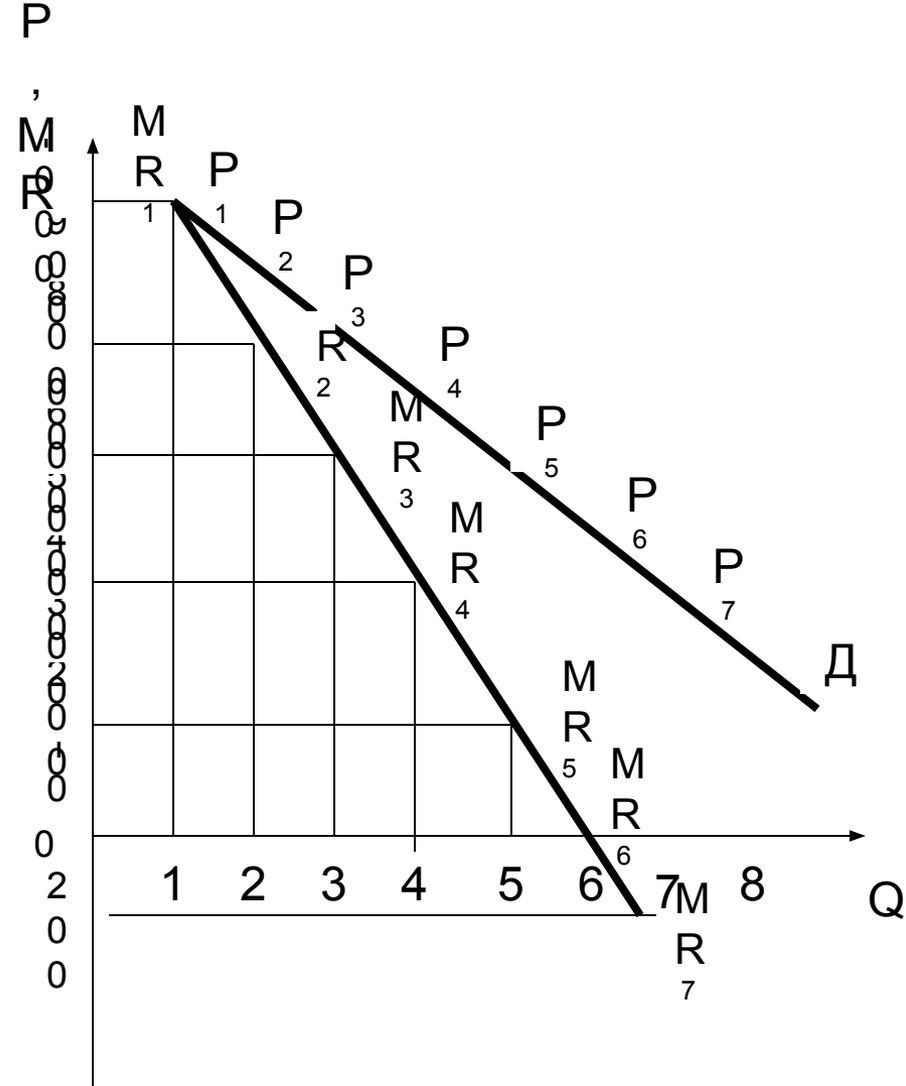
Преимущество низких
издержек крупного
производства

Издержки и определение величины товарного выпуска монополии, максимизирующей прибыль

Цена (в долл.)	Выпуск (число представ- лений в год)	Совокуп- ные издержки за год (в долл.)	Средние издержки на представ- ление (в долл.)	Предель- ные издержки (МС) (долл. За представ- ление)	Предель- ный доход (MR) (долл. за представ- ление)	Совокупн- ый доход (TR)	Предель- ная прибыль (MR-МС) (в долл.)	Общая прибыль (TR-ТС) (в долл.)
Более 1000000	0	100000	-	-	-	0	-	-100000
1000000	1	500000	500000	400000	1000000	1000000	600000	500000
900000	2	1000000	500000	500000	800000	1800000	300000	800000
800000	3	1550000	516666	550000	600000	2400000	50000	850000
700000	4	2250000	562500	700000	400000	2800000	-300000	550000
600000	5	3150000	630000	900000	200000	3000000	-700000	-150000
500000	6	4150000	691666	1000000	0	3000000	-1000000	-1150000
400000	7	5550000	795857	1400000	-200000	2800000	-1600000	2750000
300000	8	7550000	943750	2000000	-400000	2400000	-2400000	-5150000

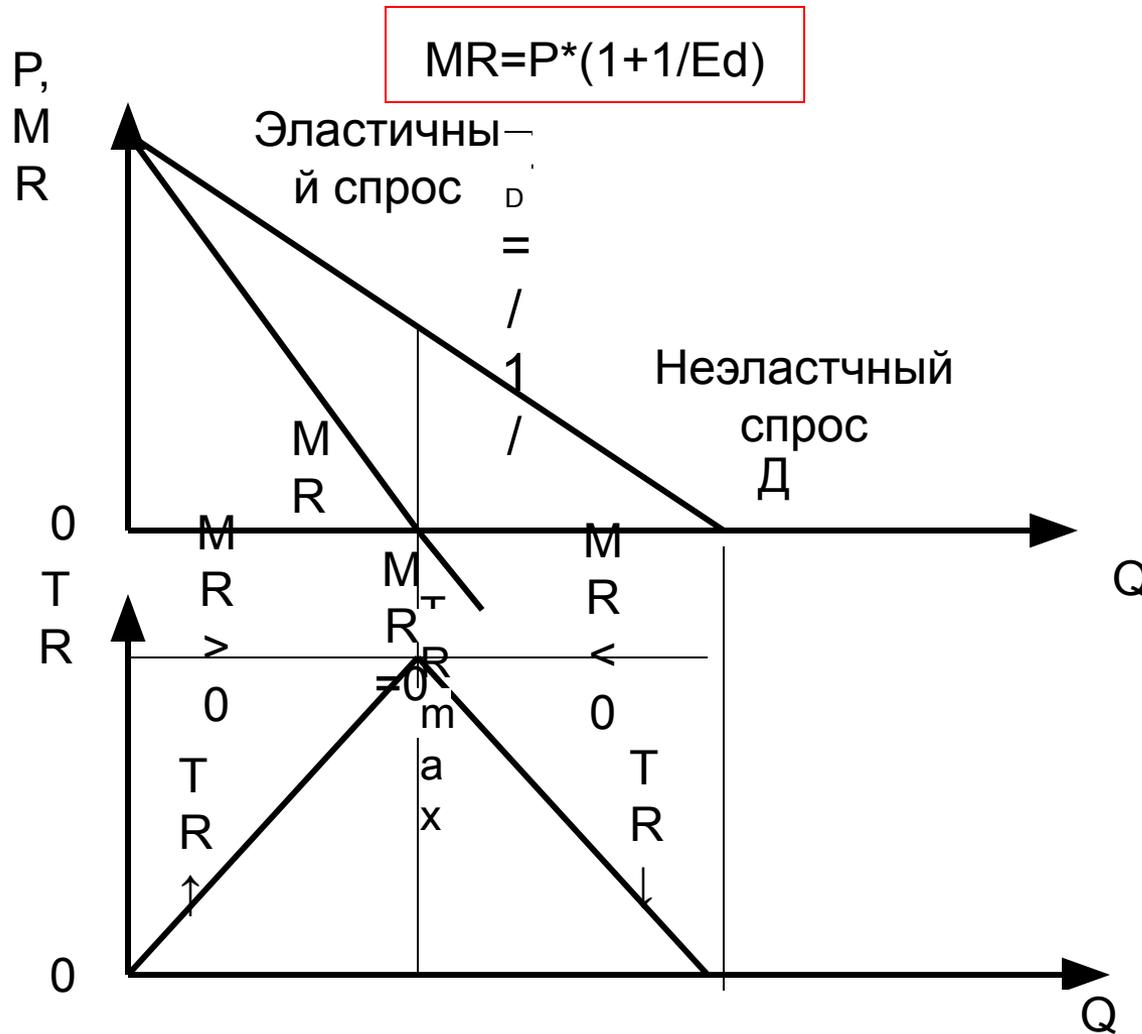
СПРОС И ПРЕДЕЛЬНЫЙ ДОХОД МОНОПОЛИСТА

Q	P (\$)	Общий доход TR (\$)	Предельный доход (MR) = $\Delta TR / \Delta Q$
0	Более 1.000.000	0	-
1	1.000.000	1.000.000	1.000.000
2	900.000	1.800.000	800.000
3	800.000	2.400.000	600.000
4	700.000	2.800.000	400.000
5	600.000	3.000.000	200.000
6	500.000	3.000.000	0
7	400.000	2.800.000	-200.000



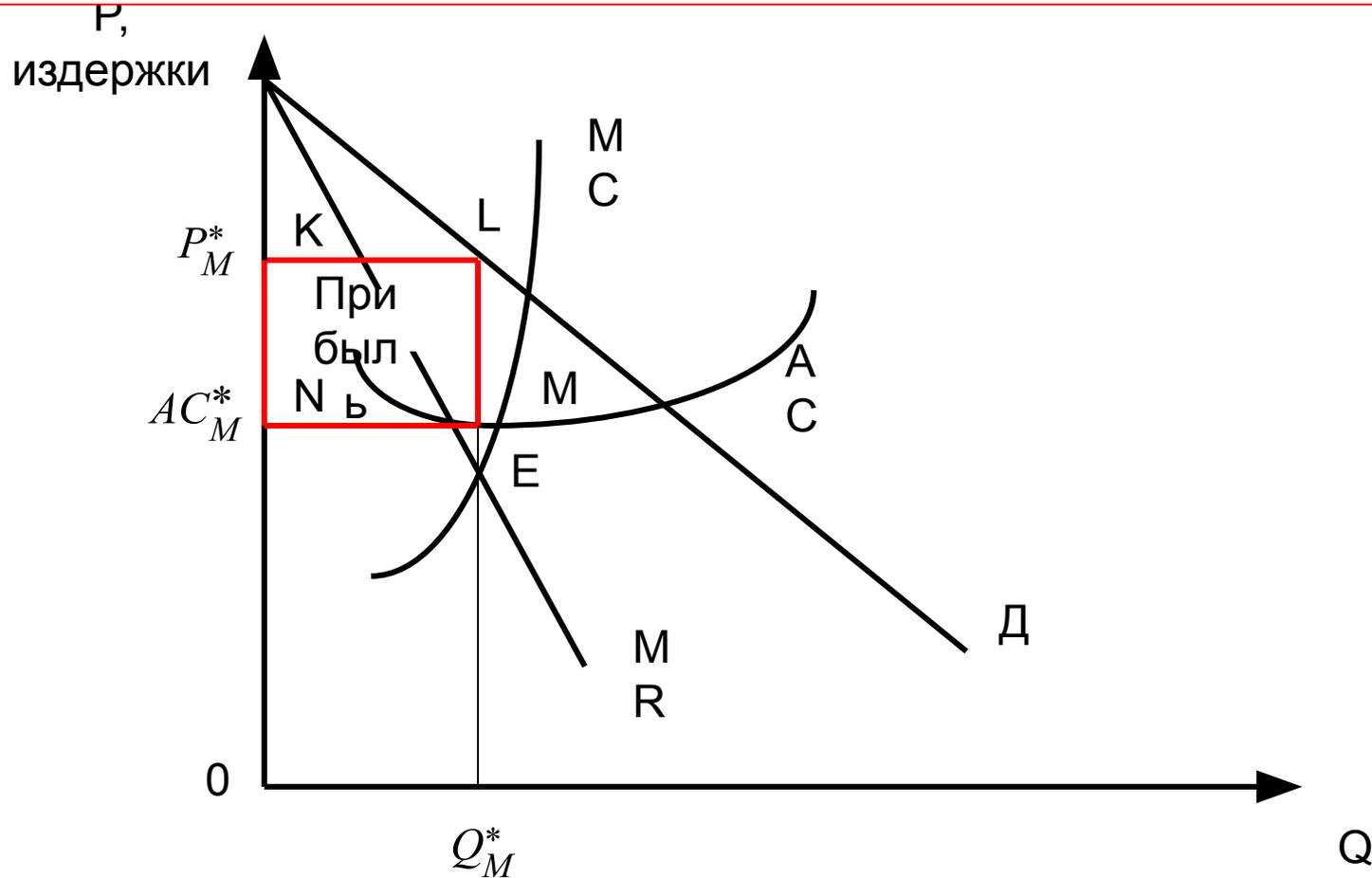
ЦЕНА, ПРЕДЕЛЬНЫЙ ДОХОД И ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ

Между ценой, предельным доходом и эластичностью спроса по цене в условиях монополии существует зависимость:



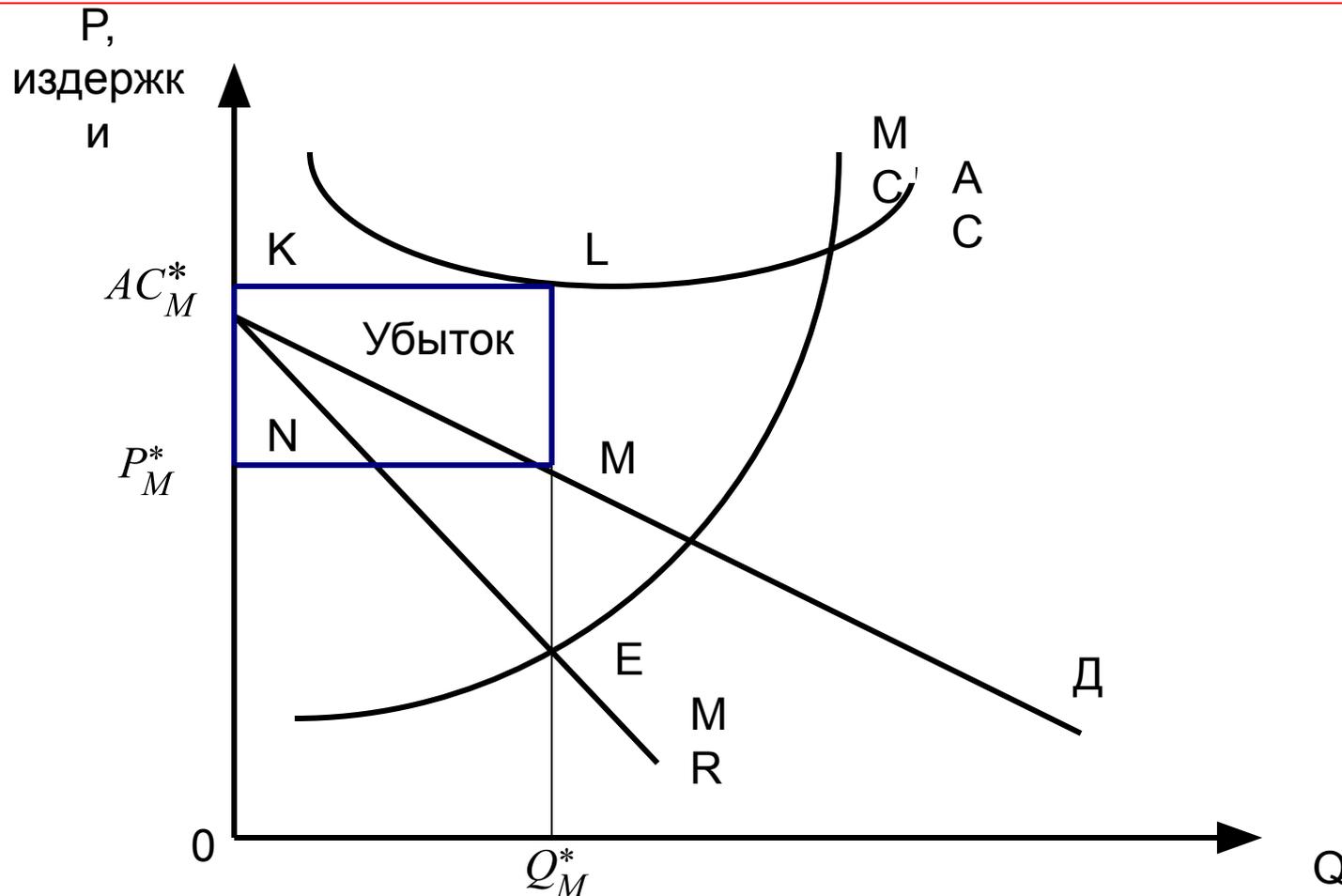
ГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КРАТКОСРОЧНОГО МОНОПОЛЬНОГО РАВНОВЕСИЯ

Если цена, соответствующая выпуску, при котором $MR=MC$, будет выше средних издержек (AC), монополия будет получать прибыль



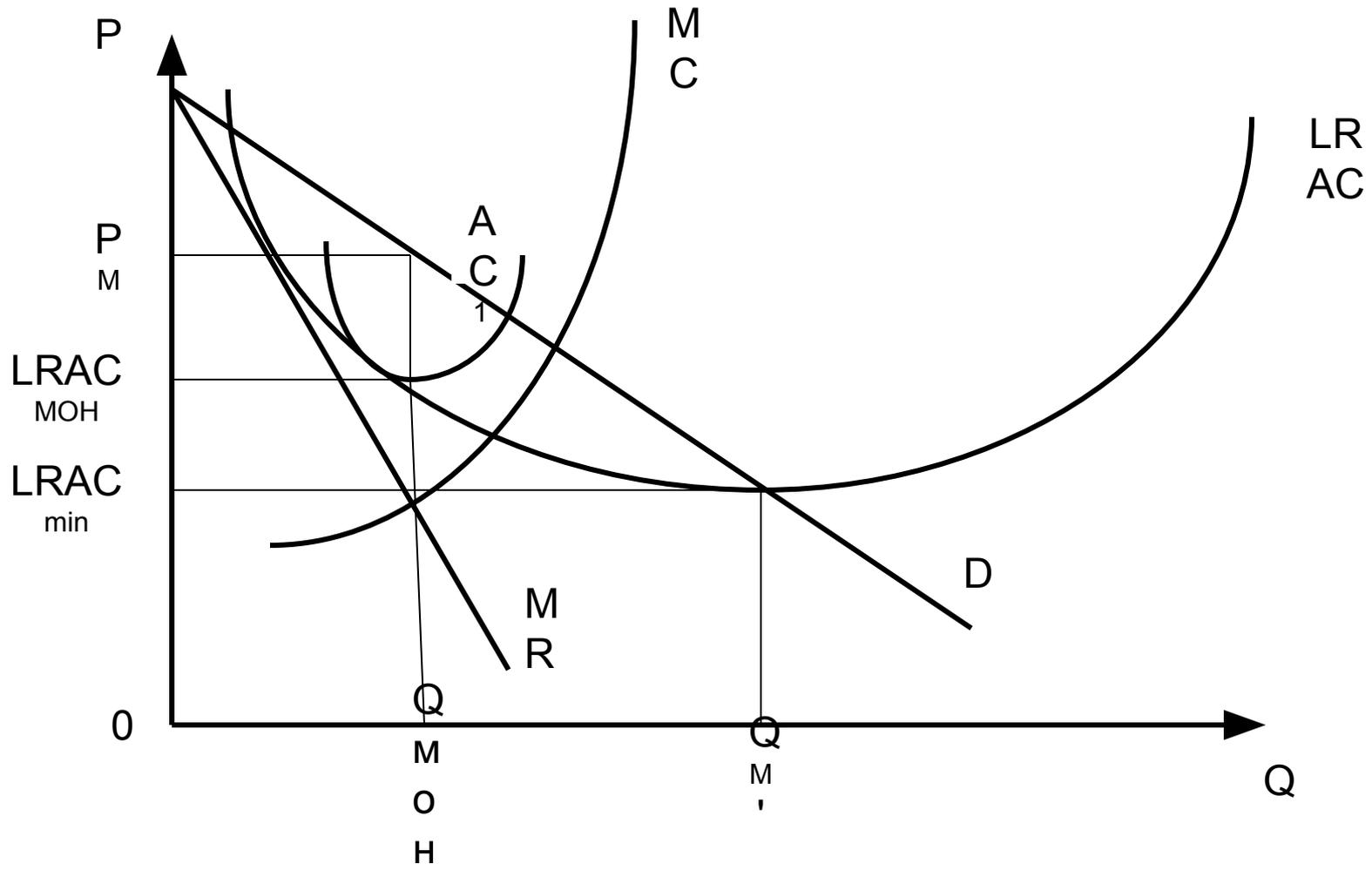
ГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КРАТКОСРОЧНОГО МОНОПОЛЬНОГО РАВНОВЕСИЯ

Если цена, соответствующая выпуску, при котором $MR=MC$, упадёт ниже средних издержек (AC), монополия понесёт убытки



ДОЛГОСРОЧНОЕ МОНОПОЛЬНОЕ РАВНОВЕСИЕ

$$Q^*_{ML} \rightarrow MR = LRMC$$
$$LRMC < LRAC_{min}$$



МОНОПОЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Кривая предложения показывает взаимоотношения между ценой и количеством товара, предлагаемого фирмой. Монополия устанавливает цену. Она может выбрать цену, которая максимизирует её прибыль и предоставить потребителям возможность решать, сколько товара купить по этой цене. Поэтому **нельзя дать определения кривой предложения для монополии.**

Особенности монопольного предложения

Рост спроса не обязательно увеличивает предлагаемое количество товара. Вместо этого монополист часто отвечает на увеличение спроса увеличением цены.

Монопольная фирма на информацию о спросе на продукцию фирмы— монополиста может отреагировать увеличением объема предложения не изменяя цены.

ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ

Продажа товара или услуг данного количества и при данных затратах по различным ценам различным покупателям называется **ценовой дискриминацией**.

Виды ценовой дискриминации

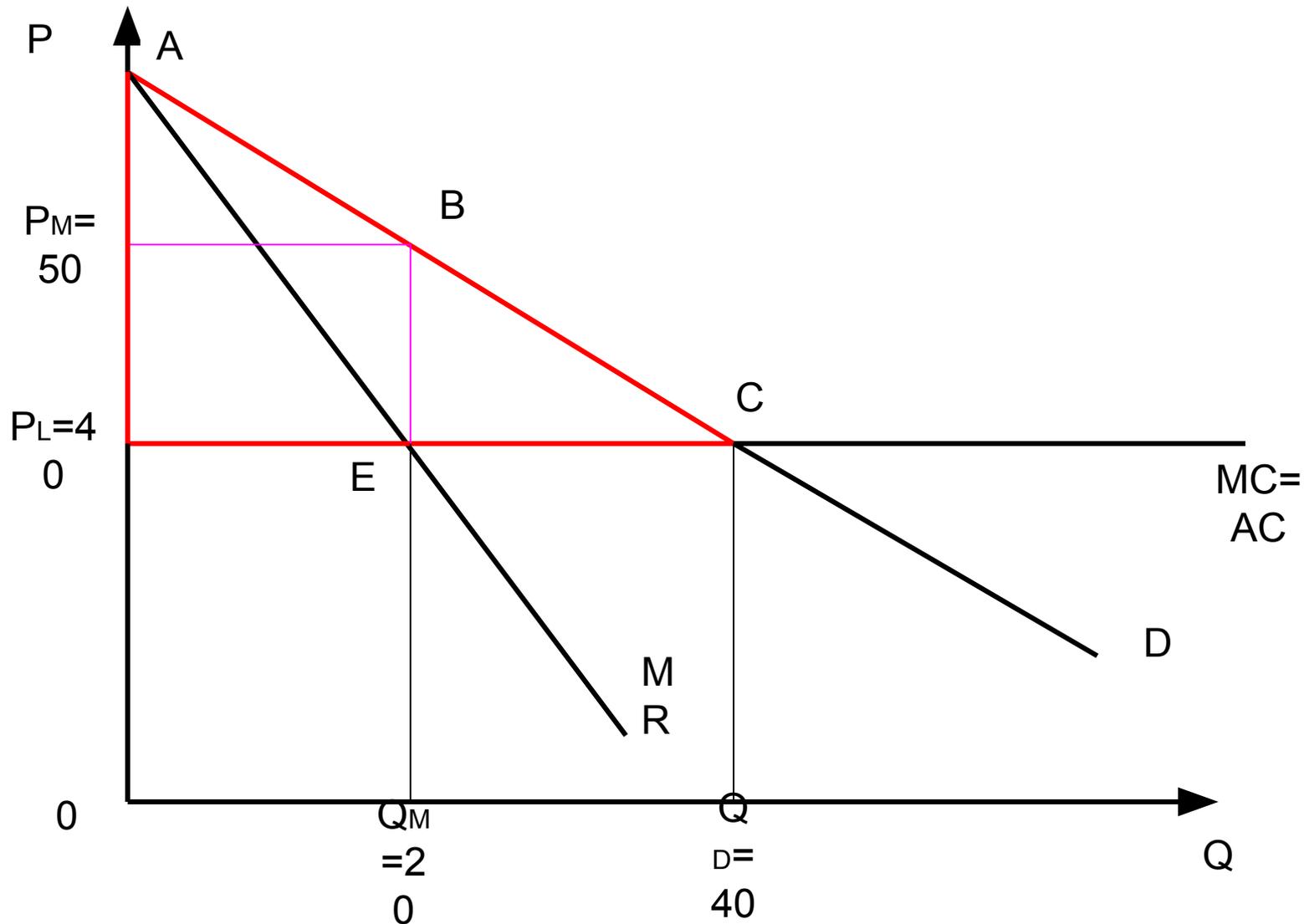
Совершенная ценовая дискриминация.

Монополия устанавливает каждому покупателю свою цену. Излишек потребителя равен нулю и присваивается фирмой монополистом.

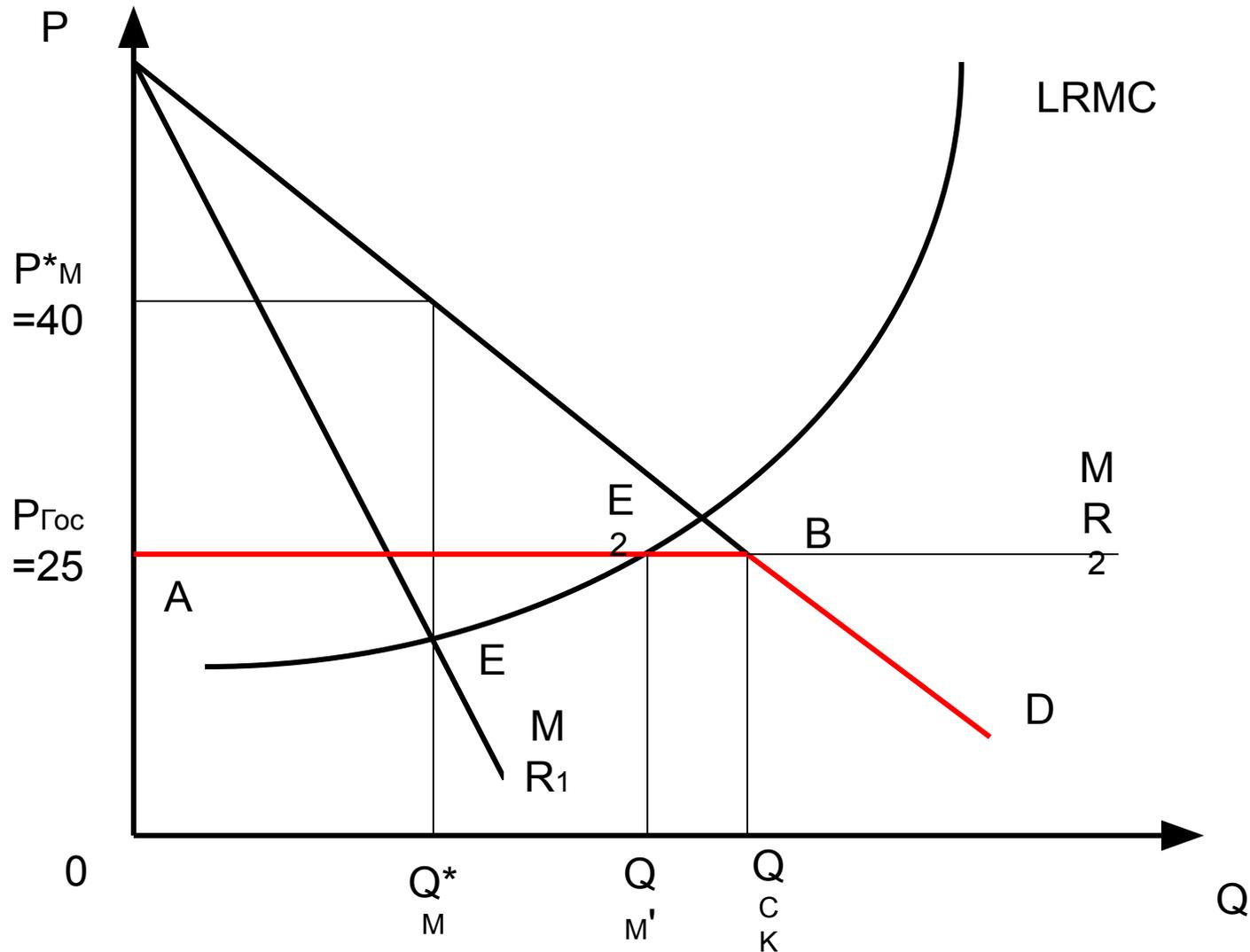
Ценовая дискриминация по объему покупки. Связь между выручкой монополиста и расходами покупателей становится нелинейной.

Ценовая дискриминация на сегментированных рынках. Такая дискриминация выгодна продавцу, а для покупателя возможны и выгоды и потери.

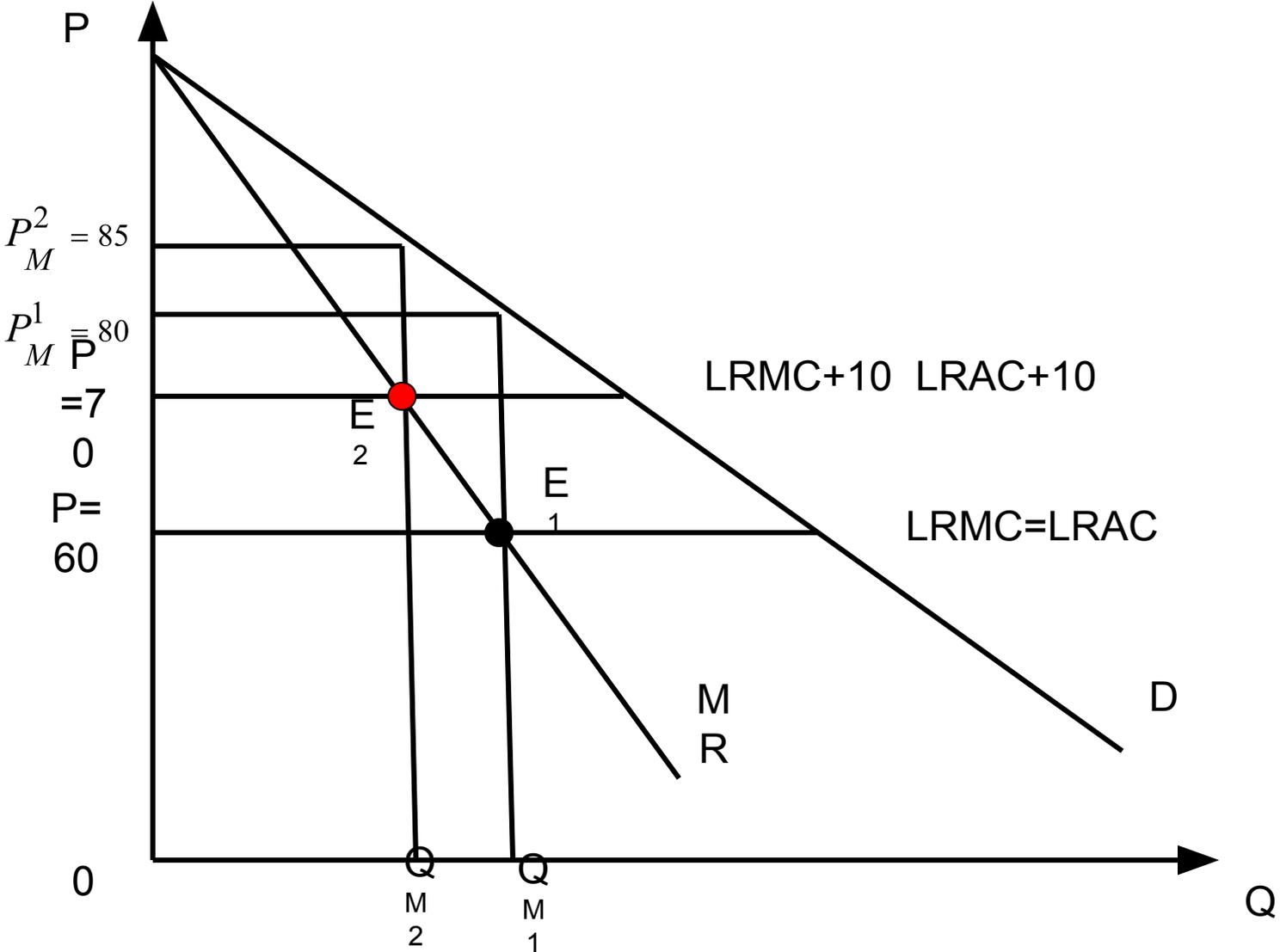
СОВЕРШЕННАЯ ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ



РЕАКЦИЯ МОНОПОЛИИ НА УСТАНОВЛЕНИЕ ВЕРХНЕГО УРОВНЯ ПРЕДЕЛА ЦЕНЫ



РЕАКЦИЯ МОНОПОЛИИ НА НАЛОГИ, КОТОРЫМИ ОБЛАГАЕТСЯ ЕЁ ПРОДУКЦИЯ



РЕАКЦИЯ МОНОПОЛИИ НА СУБСИДИИ

