

# РЫНОК МОНОПОЛИИ



# План

1. Характерные черты монополии.
2. Три следствия нисходящей кривой спроса на продукцию монополиста.
3. Ценообразование на рынке чистой монополии.
4. Виды монополии.
5. Показатели степени монопольной власти.
6. Достоинства и недостатки рынка чистой монополии.
7. Ценовая дискриминация.
8. Регулирование деятельности монополий:  
антимонопольное законодательство, регулирование цены монополиста.

# МОНОПОЛИЯ

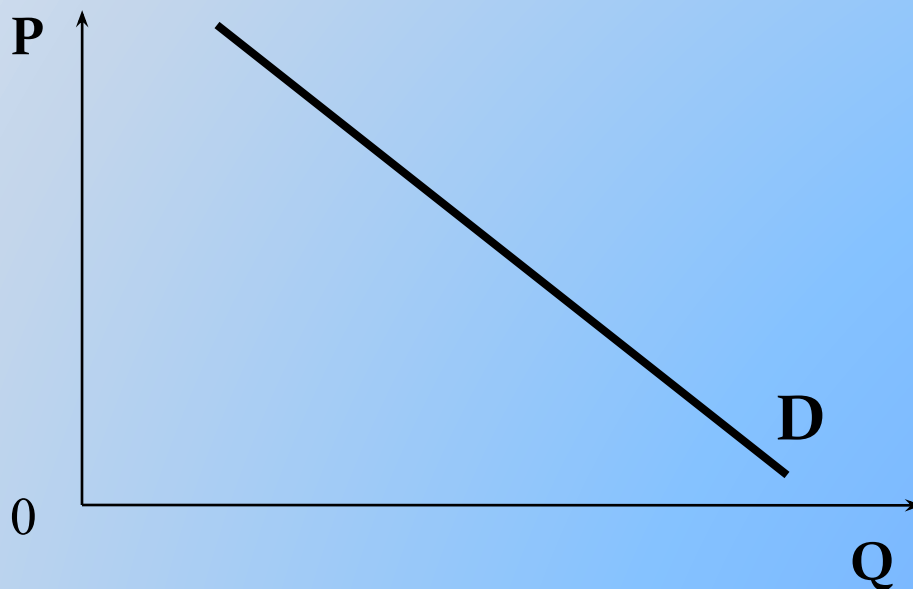


Это крупное хозяйственное объединение, находящееся в частной собственности и осуществляющее контроль над отраслью, рынком и экономикой на основе высокой степени концентрации производства и капитала с целью установления монопольных цен и извлечения монопольных прибылей.

# ЧЕРТЫ МОНОПОЛИИ

1. Товар на рынке продает единственный продавец, отрасль представлена одной фирмой.
2. Товар уникален и не имеет близких заменителей, для покупателя отсутствует альтернатива выбора.
3. Продавец торгует только своим товаром.
4. Продавец диктует цену рынку в силу полного контроля над ним.
5. Вступление в отрасль заблокировано: непреодолимые барьеры для входа и выхода на рынке.

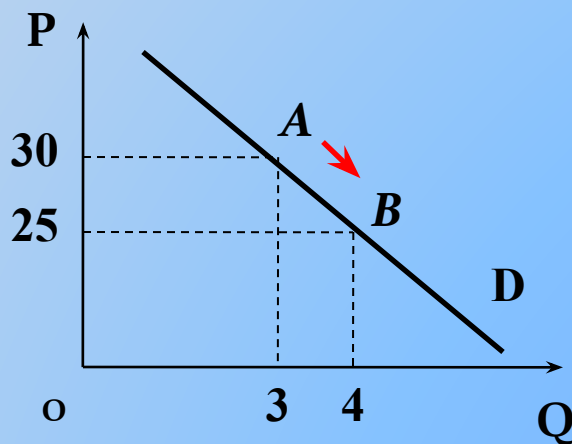
# Кривая спроса на продукцию монополиста



Отраслевая кривая спроса совпадает с кривой спроса на продукцию монополиста; отрицательный наклон спроса свидетельствует о наличии монопольной власти у продавца: способность влиять на уровень цены, варьируя объём производства (продаж).

# СЛЕДСТВИЯ НИСХОДЯЩЕЙ КРИВОЙ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ МОНОПОЛИСТА

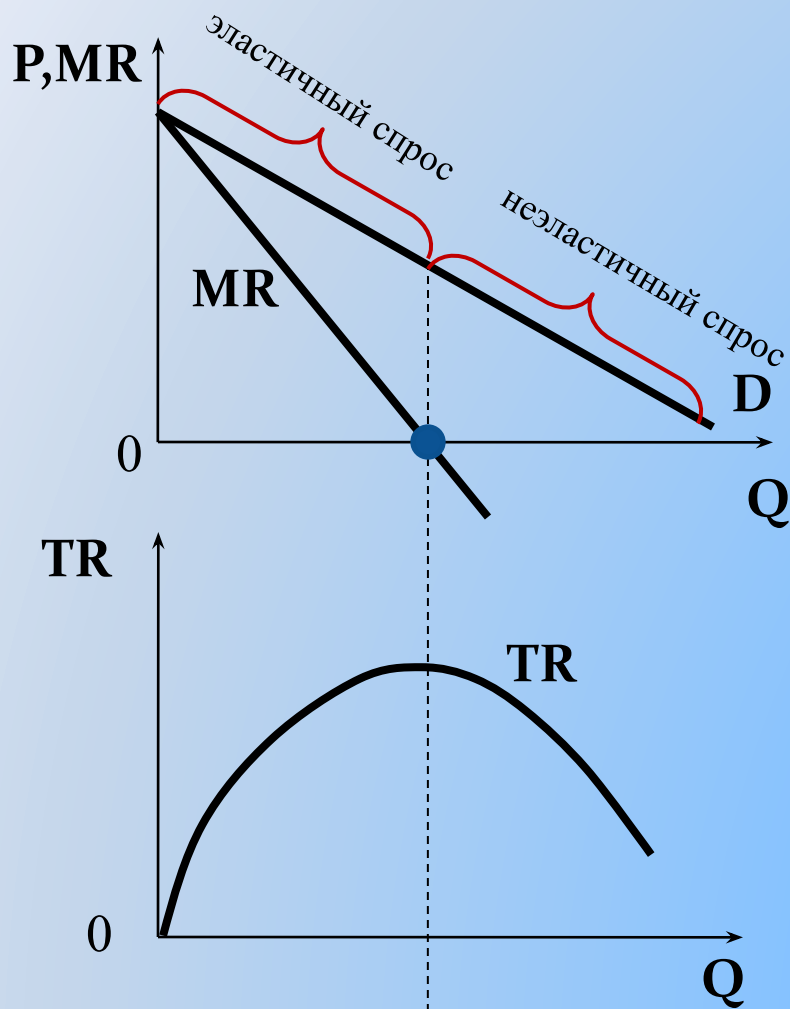
1. Цена превышает предельный доход монополиста.



$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{TR_2 - TR_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{25 \cdot 4 - 30 \cdot 3}{4 - 3} = 10$$

$$25 > 10 \quad \Rightarrow \quad P > MR$$

# СЛЕДСТВИЯ НИСХОДЯЩЕЙ КРИВОЙ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ МОНОПОЛИСТА



Сокращение предельного дохода (MR) означает, что валовый доход (TR) растёт убывающими темпами.

**TR<sub>max</sub> при MR=0**

# СЛЕДСТВИЯ НИСХОДЯЩЕЙ КРИВОЙ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ МОНОПОЛИСТА



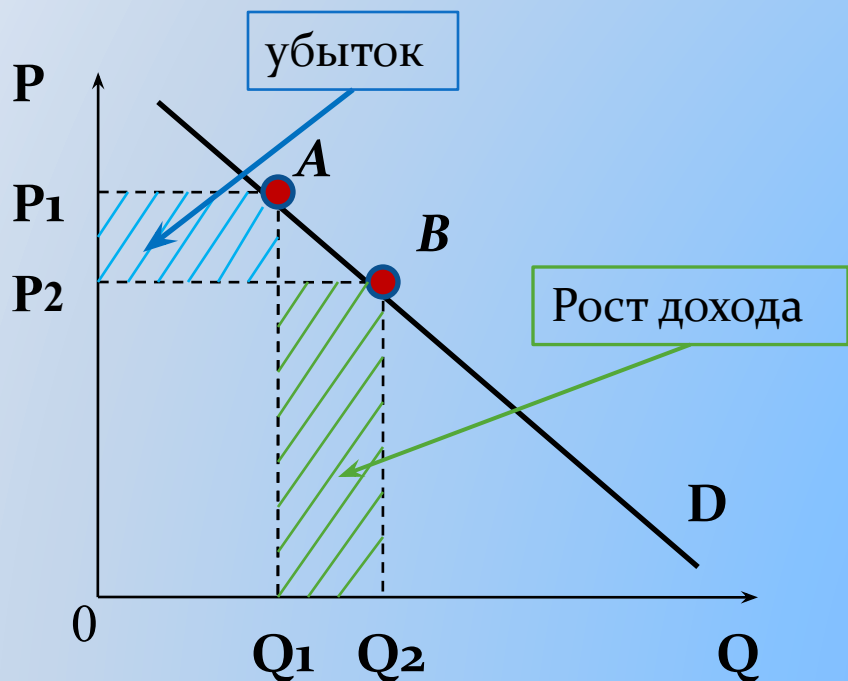
2. Монополист не является абсолютно независимым на рынке при определении цены и объёма продаж: он вынужден выбирать между высокой ценой и большими объёмами продаж, так как покупательная способность рынка ограничена.

**P** и **Q** либо **P** и **Q**

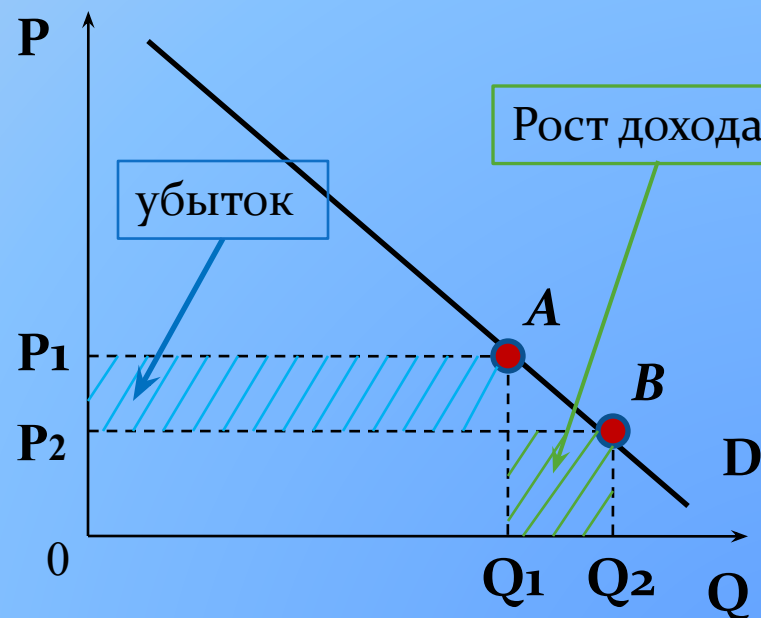


# СЛЕДСТВИЯ НИСХОДЯЩЕЙ КРИВОЙ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ МОНОПОЛИСТА

3. Монополист, который стремится максимизировать прибыль, всегда будет стараться избегать неэластичного отрезка кривой спроса в пользу некоторой комбинации – «цена-количество» на эластичном отрезке.

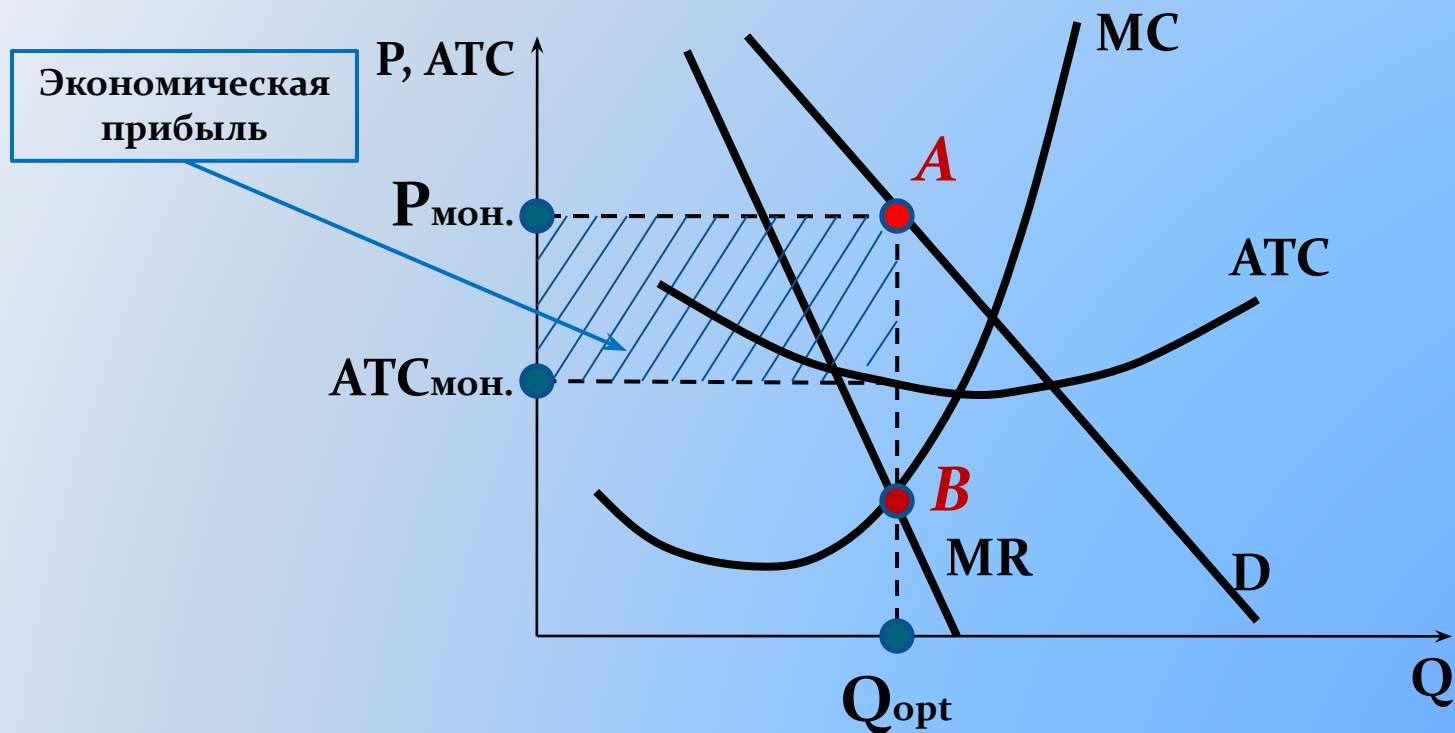


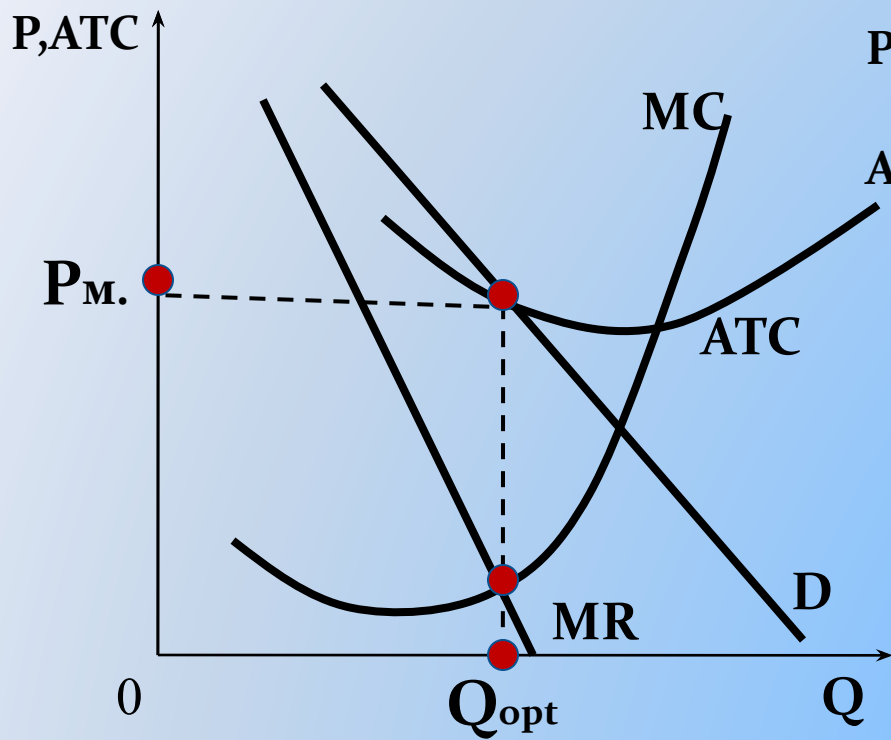
**TR увеличивается**



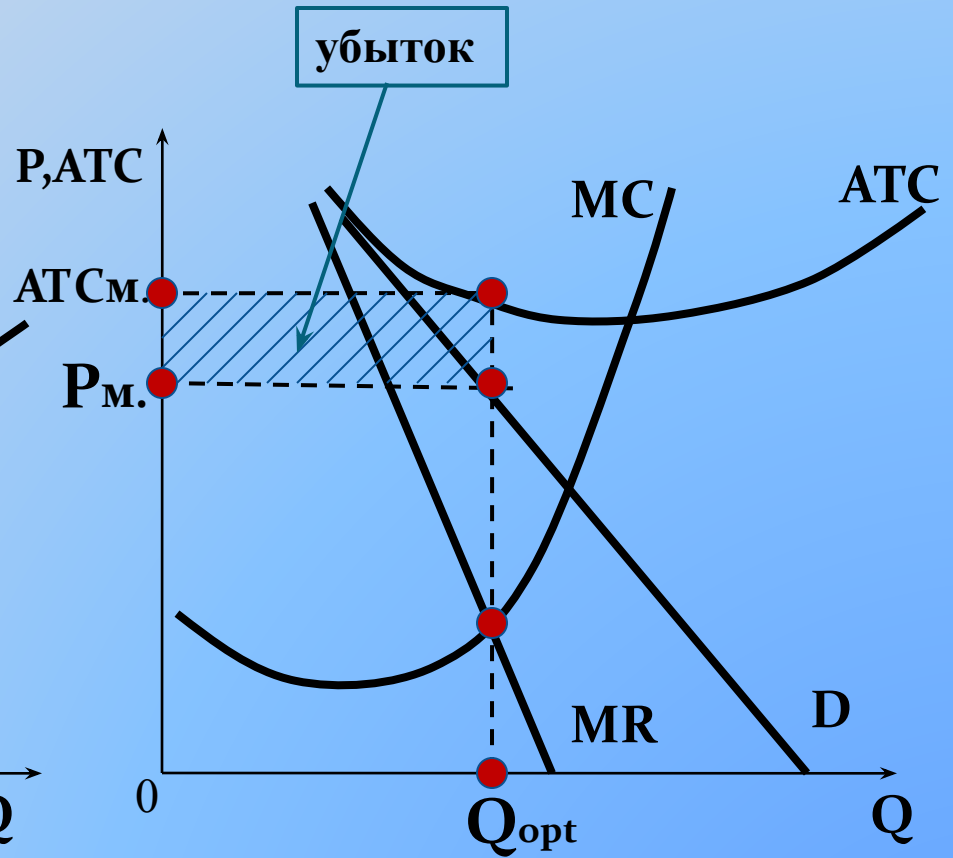
**TR уменьшается**

# Ценообразование на рынке чистой монополии





$P = ATC \Rightarrow$  безубыточность



$ATC > P \Rightarrow$  убыток

# МОНОПОЛИИ

```
graph TD; A[МОНОПОЛИИ] --> B[естественные]; A --> C[искусственные];
```

## естественные

монополизм обусловлен естественными правами монополиста, либо соображениями экономической выгоды для всего гос-ва и населения

## искусственные

возникают институциональным путем (системы патентования и лицензирования)

# Показатели степени монополевой власти

индекс Лернера

где  $P$  – цена продажи;  
 $MC$  – предельные издержки.

$$I_L = \frac{P - MC}{P}$$

индекс Герфиндаля

$$I_H = X_1^2 + X_2^2 + X_3^2 + \dots + X_n^2$$

где  $X_1, X_2, X_3 \dots$  – доли рыночных продаж отдельных фирм на рынке.

# Монополия

## достоинства

- Возможность вкладывать значительные денежные средства в развитие производства и совершенствование качества товаров и услуг;
- Значительные размеры налоговых отчислений в бюджет;
- Положительный эффект масштаба позволяет снижать издержки.

## недостатки

- Завышение цены продажи для покупателей и занижение объёмов производства;
- Неэффективное использование ресурсов;
- Возможность возникновения X-неэффективности (завышение издержек на единицу продукции).

# ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ

**Практика установления разных цен на один и тот же товар или услуги, не обусловленная никакими различиями в издержках.**

**Условия применения ценовой дискриминации:**

- 1) Исключение возможности свободного передвижения купленных товаров с дешевого рынка на дорогой с целью их перепродажи;
- 2) Возможность разделения покупателей на группы в соответствии с их эластичностью спроса на товары.

# Виды ценовой дискриминации

## Абсолютная

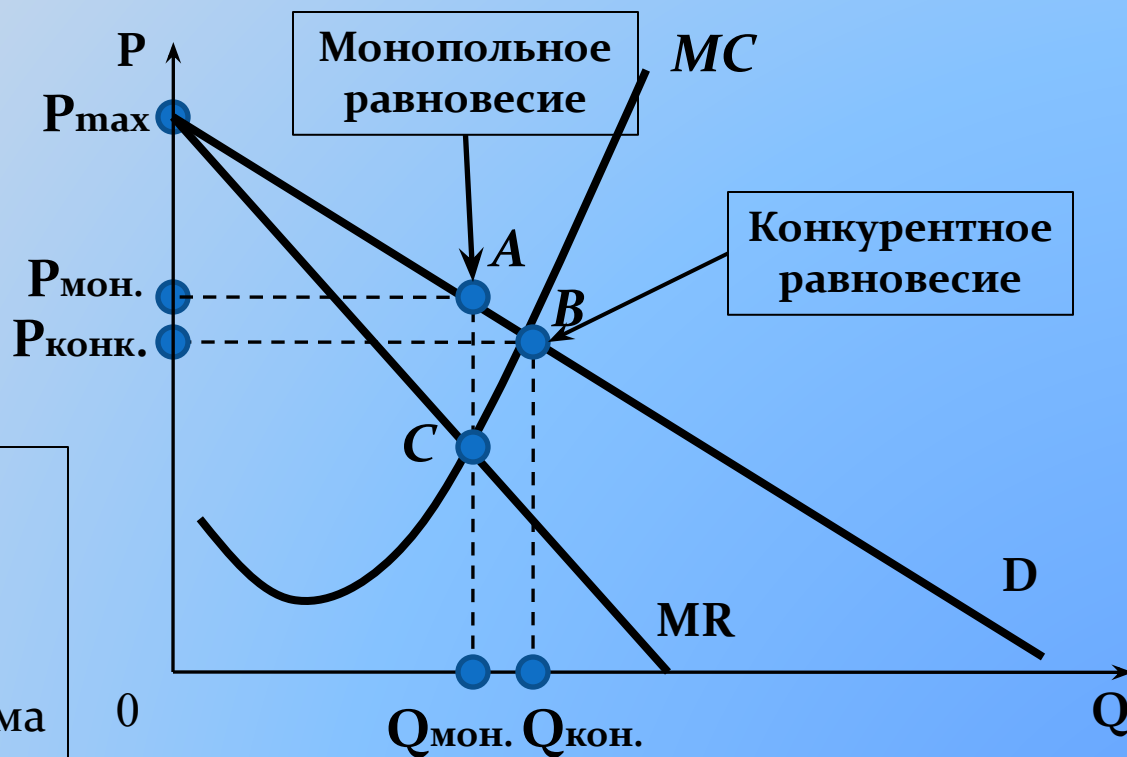
каждая единица  
товара продаётся  
по индивидуальной  
цене

## в условиях разделённых рынков

цены дифференцируются  
по разным рынкам,  
разделённым  
территориально



# Сопоставление конкурентной и монопольной структур



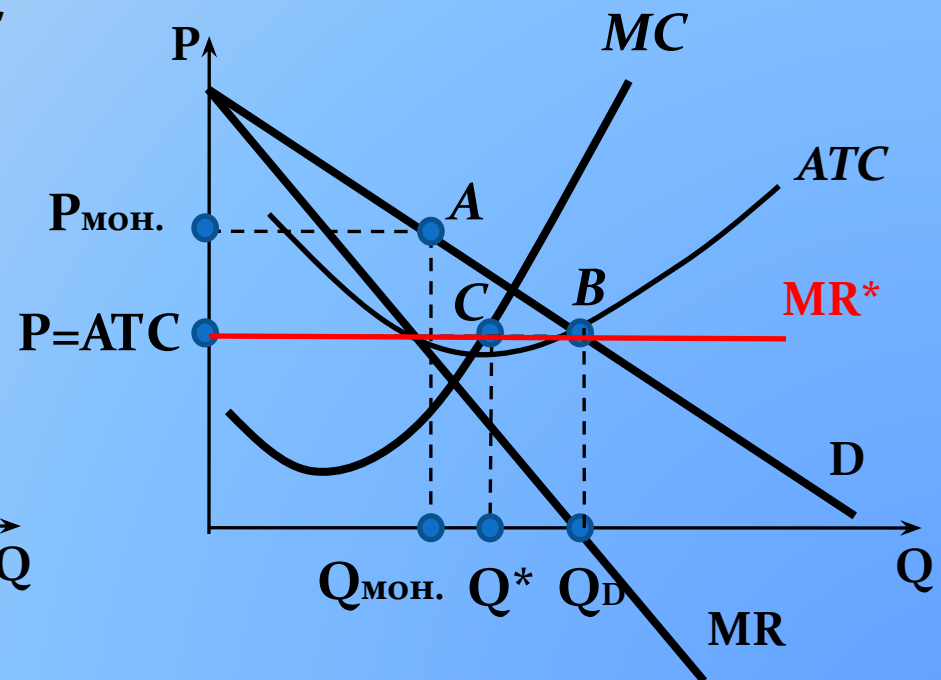
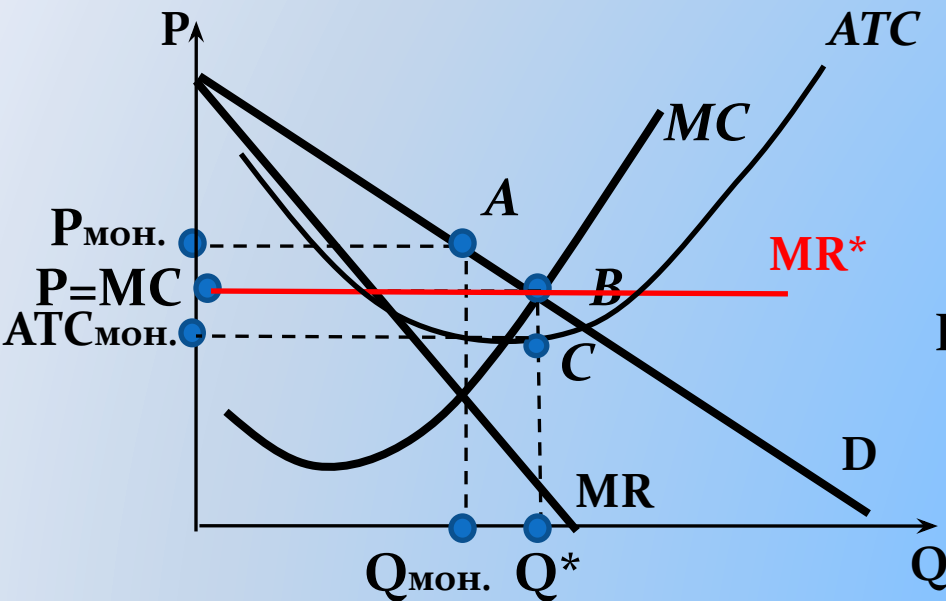
## Последствия монополизации отрасли/рынка:

- Завышение цены;
- Занижение объёма производства/продаж;
- Безвозвратные потери общества ( $\Delta ABC$ )

# Регулирование деятельности монополий: контроль над ценами

Установление  
общественно-оптимальной  
цены

Установление цены,  
обеспечивающей  
справедливую прибыль



модели регулируемой монополии

# Антимонопольные методы воздействия

- **Административно-правовое воздействие**
  - Запрет монополий в какой-либо отрасли
  - Роспуск монополий
  - Расчленение монополий на самостоятельные производства
- **Административно-экономическое воздействие**
  - Преследование продавцов, применяющих ценовую дискриминацию
  - Преследование продавцов, осуществляющих фальсификацию товара
  - Запрещение внеэкономического воздействия на контрагентов путём сговора
- **Экономическое воздействие**
  - Поощрение выпуска товаров-субститутов
  - Расширение рынка за счёт развития международных экономических связей
  - Использование приёмов ведения налоговой политики, вынуждающих монополию снижать цены