



Раздел III.

СТРУКТУРА РЫНКА БЛАГ И ФАКТОРОВ

Тема 3.1. Цена в условиях совершенной конкуренции

Тема 3.2. Ценообразование на монополизированном рынке

Тема 3.3. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции

Тема 3.4. Ценообразование в условиях олигополии предложения

Тема 3.5. Ценообразование на рынке факторов производства



Тема 3.2. Ценообразование на монополизированном рынке

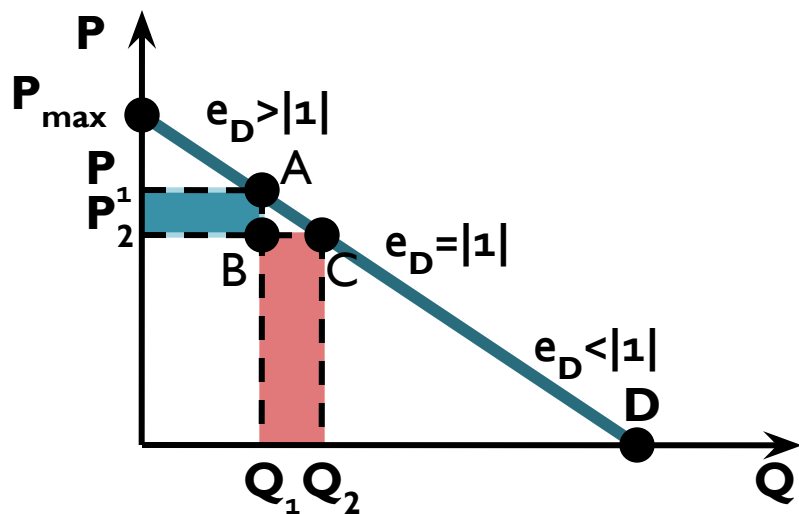
- 1. Монополия и ее цели**
- 2. Регулирование монополии**
- 3. Ценовая дискриминация**
- 4. Естественная монополия**

I. Монополия и ее цели

Монополия — тип структуры рынка, который характеризуется следующими чертами:

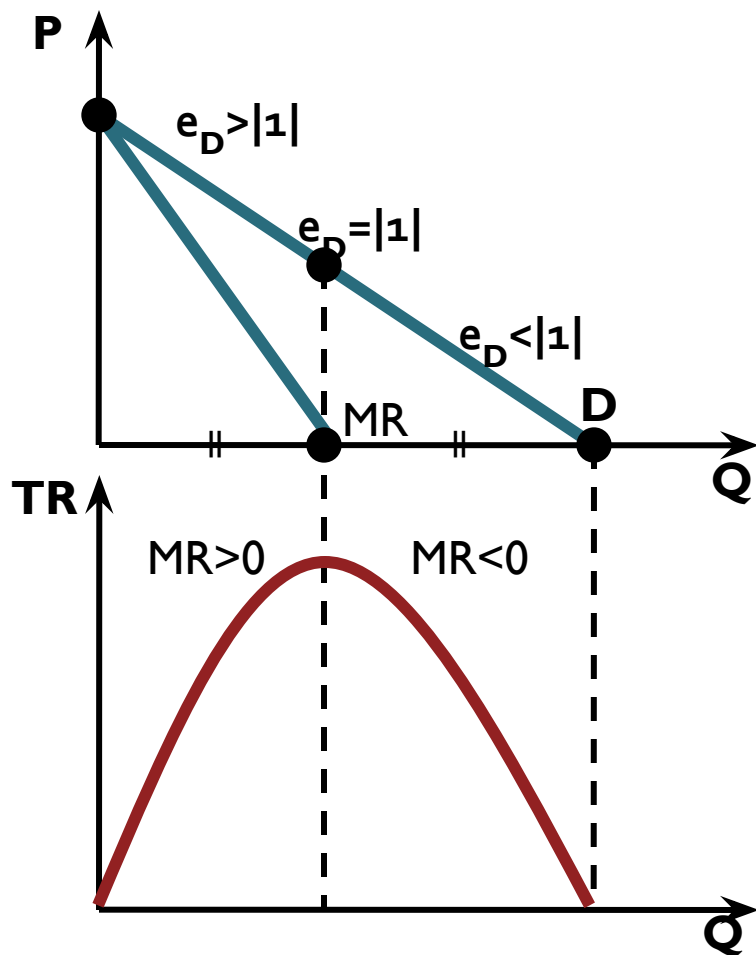
- на рынке присутствует единственный производитель, продающий свою продукцию множеству покупателей
- нет близких заменителей продукта монополиста
- барьеры входа на рынок столь существенны, что приток новых фирм невозможен

I. Монополия и ее цели



Монополист один сталкивается со всей линией спроса. Т. е. чтобы увеличить объем продаж он должен снижать цену. Итоговое изменение выручки зависит от эластичности спроса

I. Монополия и ее цели



при $e_d > 1$ TR возрастает
при $e_d < 1$ TR убывает

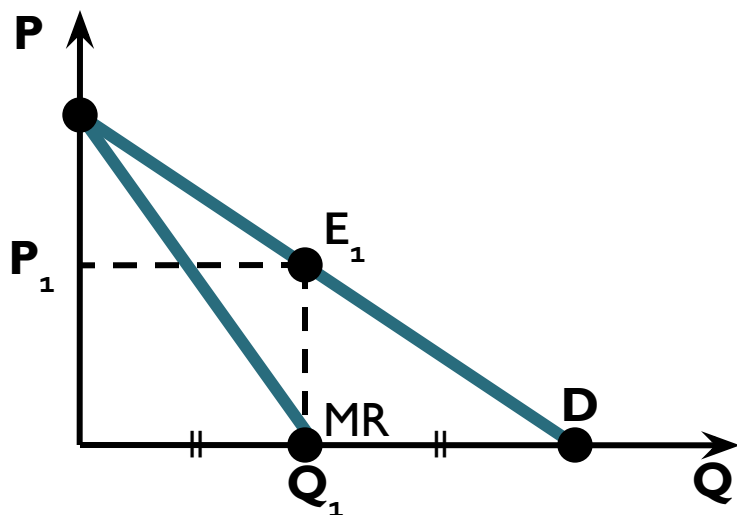
Графически **MR** определяется как тангенс касательной к функции общей выручки. Алгебраически:

$$MR = \Delta TR / \Delta Q = TR'(Q) = (PQ)' = P + Q \times dP/dQ = P + Q/P \times dP/dQ \times P = P(1 + 1/e_d)$$

$$MR = P(1 + 1/e_d) \text{ или } MR = P(1 - 1/|e_d|)$$

I. Монополия и ее цели

I. Монополия, максимизирующая выручку



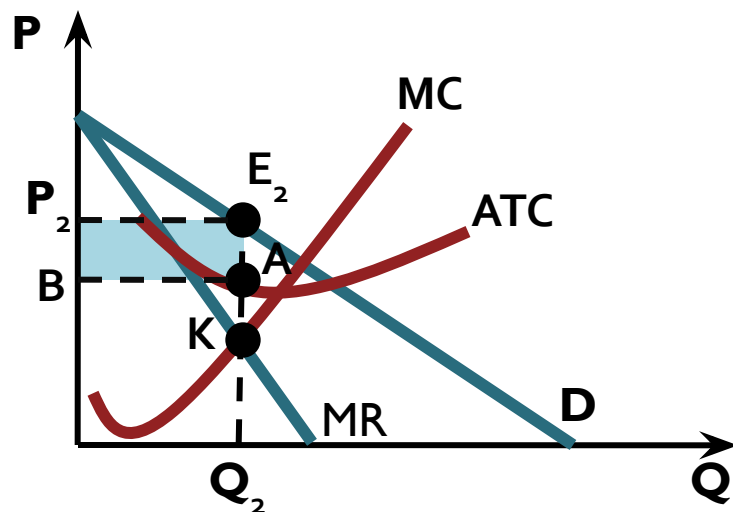
Рассмотрим функцию выручки на максимум,
получим условие максимизации выручки:

$$MR = 0$$

$\Rightarrow Q_1$. Для монополиста линию спроса можно
трактовать как линию цен и соответственно
линию среднего дохода $\Rightarrow P_1$

I. Монополия и ее цели

2. Монополия, максимизирующая прибыль



Рассмотрим функцию прибыли на максимум. Получим:
 $MC = MR \neq P$
Предельный доход и предельные издержки пересекаются при выпуске Q_2 (К – точка Курно).
С помощью кривой спроса определяется цена P_2

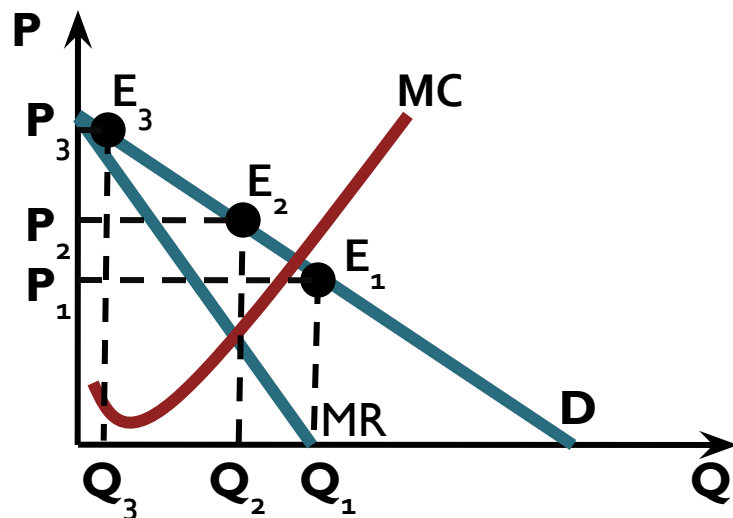
Прибыль на единицу равна разнице между P_2 и ATC – отрезок E_2A .
Суммарная прибыль монополии равна площади P_2E_2AB

I. Монополия и ее цели

3. Монополия, максимизирующая норму прибыли на вложенный капитал

Примем без доказательств, что реализуя данную цель монополия выберет минимальный объем выпуска и назначит самую высокую цену

Объединим все три цели на одном рисунке



$$P_3 > P_2 > P_1$$

$$Q_3 < Q_2 < Q_1$$

У монополии
отсутствует
функция предложения

I. Монополия и ее цели

При объеме производства, максимизирующем прибыль:

$$MR = P + P(1/e_d) = MC \text{ или } (P - MC)/P = - 1/e_d$$

Данная формула представляет собой **правило «большого пальца»** для ценообразования. Иначе:

$$P = MC / (1 + 1/e_d) \text{ или } |e_d| = P / (P - MC)$$

Данный способ определения монопольной власти получил название **показателя монопольной власти Лернера** :

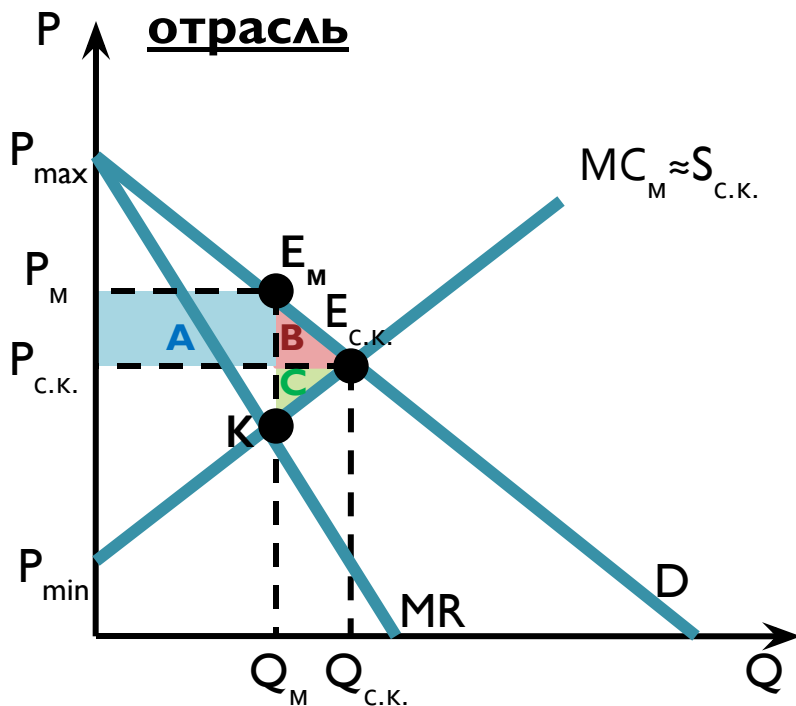
$$L = (P - MC) / P.$$

Для совершенно конкурентной фирмы $P = MC$ и $L = 0$.

Чем больше L , тем больше монопольная власть

I. Монополия и ее цели

Сравним монополию и совершенно конкурентную



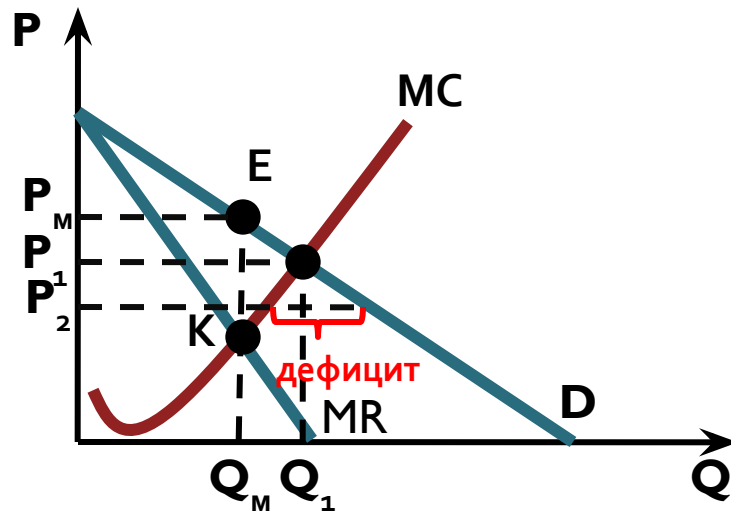
Излишек потребителей: при монополии потребители теряют часть излишка, показанную на графике площадью $A + B$

Излишек производителя: монополист получает дополнительный излишек A , но теряет часть излишка $C \Rightarrow$ **изменение излишка составит $A - C$**

Площадь на графике, равная сумме $B + C$, — это полные чистые убытки от монопольной власти

2. Регулирование монополии

I. Верхний предел цены для монополии



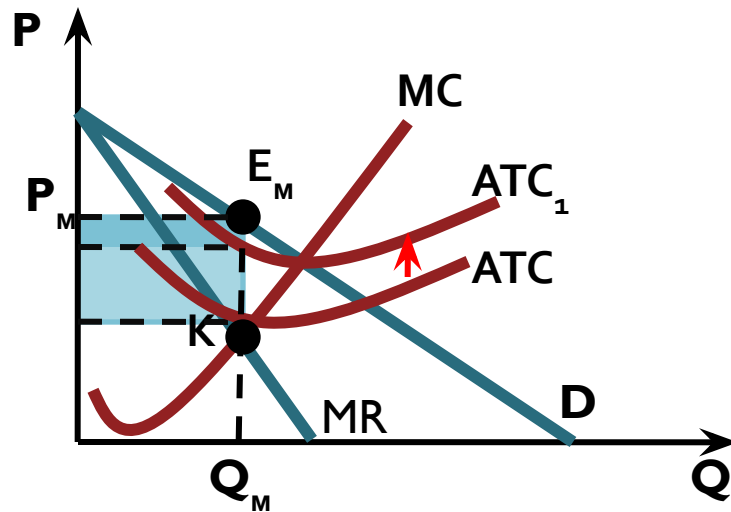
Введение верхнего предела цены ставит монополию в положение совершенного конкурента, а условие максимизации прибыли принимает вид $P = MC$

Предел цены на монопольном рынке первоначально может увеличить предлагаемое количество товара. Максимальный объем продукции монополия предложит при фиксированной цене $P_1 = MC$

Дальнейшее снижение верхнего предела цены до P_2 приведет к сокращению предложения и возникновению дефицита

2. Регулирование монополии

2. Паушальный налог для монополии

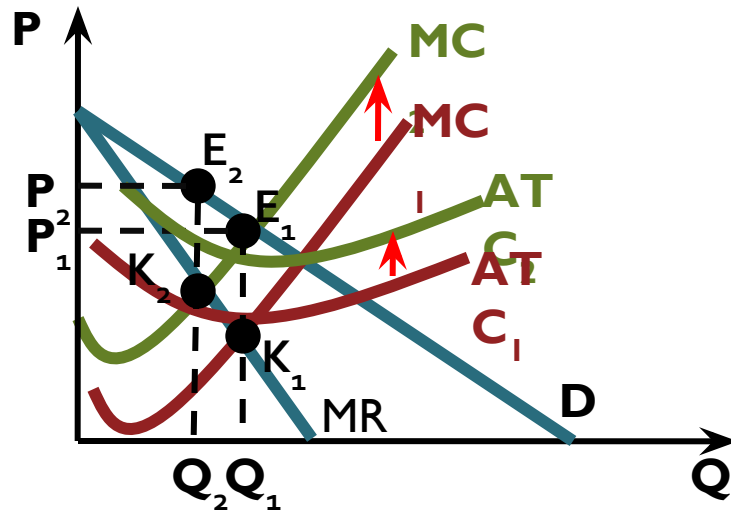


Паушальный налог может быть отнесен к постоянным затратам. Его введение повлияет лишь на средние общие затраты ATC , которые увеличатся, и соответственно их график сместится вверх

Объем производства, цена и ущерб от существования монополии не меняются; прибыль монополии сокращается

2. Регулирование монополии

3. Потоварный налог для монополии



Потоварный налог зависит от объема выпуска $\Rightarrow$ может рассматриваться как элемент переменных затрат. Следовательно, сдвинутся вверх графики средних общих и предельных затрат

Объем производства сокращается и цена на рынке растет $\Rightarrow$ регулирование неэффективно. Но монополия на потребителя перекладывает меньшую долю налога. Соответственно меньше будет потребителям доставаться субсидий в условиях монополии по сравнению с совершенной конкуренцией

3. Ценовая дискриминация

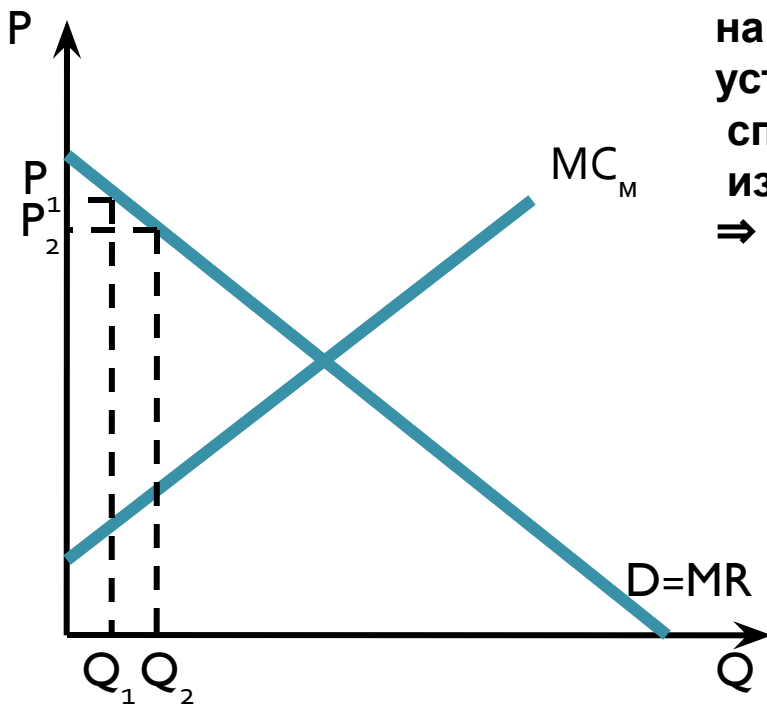
Ценовой дискриминацией называют продажу по разным ценам одной и той же продукции, изготовленной одним производителем (с одинаковыми затратами), разным покупателям

Для осуществления ценовой дискриминации необходимо выполнение трех условий:

1. Фирма обладает некоторой монопольной властью
2. Покупатели или продавцы легко идентифицируемы.
Причем эластичность спроса для монополии по цене у разных покупателей должна быть существенно разной
3. Товар или услуга, в отношении которых осуществляется ценовая дискриминация, не может перепродаваться покупателями одного рынка покупателям другого

3.1. Совершенная ценовая дискриминация

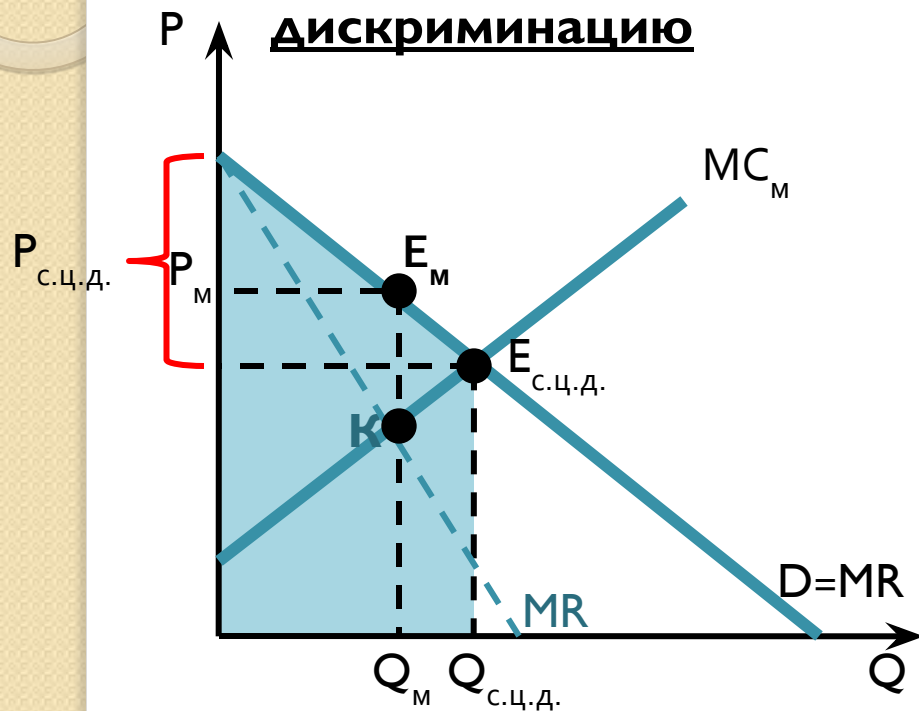
Совершенная ценовая дискриминация:
на каждую единицу товара устанавливается цена, равная цене ее спроса, и весь излишек покупателя изымается монополистом
 $\Rightarrow P = MR$, причем $P \neq \text{const}$



Выручка монополиста, осуществляющего совершенную ценовую дискриминацию вычисляется как сумма цен всех проданных единиц продукции ($TR \neq P \times Q$)

3.1. Совершенная ценовая дискриминация

Сравним обычную монополию и совершенную ценовую дискриминацию



Проводя дискриминацию монополист сможет увеличить объем выпуска до ситуации совершенной конкуренции. Однако, единая цена совершенной конкуренции соответствует цене последней проданной монополистом единице продукции $P \in [P_{\text{посл.ед.}}; P_{\text{max}})$

Выручка монополиста в этом случае соответствует выделенной на графике фигуре.

3.2. Ценовая дискриминация на сегментированных рынках

Ценовая дискриминация второй степени наблюдается когда монополия продает по разным ценам определенные партии товара в соответствии с одной и той же кривой спроса

Ценовая дискриминация третьей степени отличается тем, что за основу ее принимается разделение покупателей на группы с различными функциями спроса (сегментация рынка)

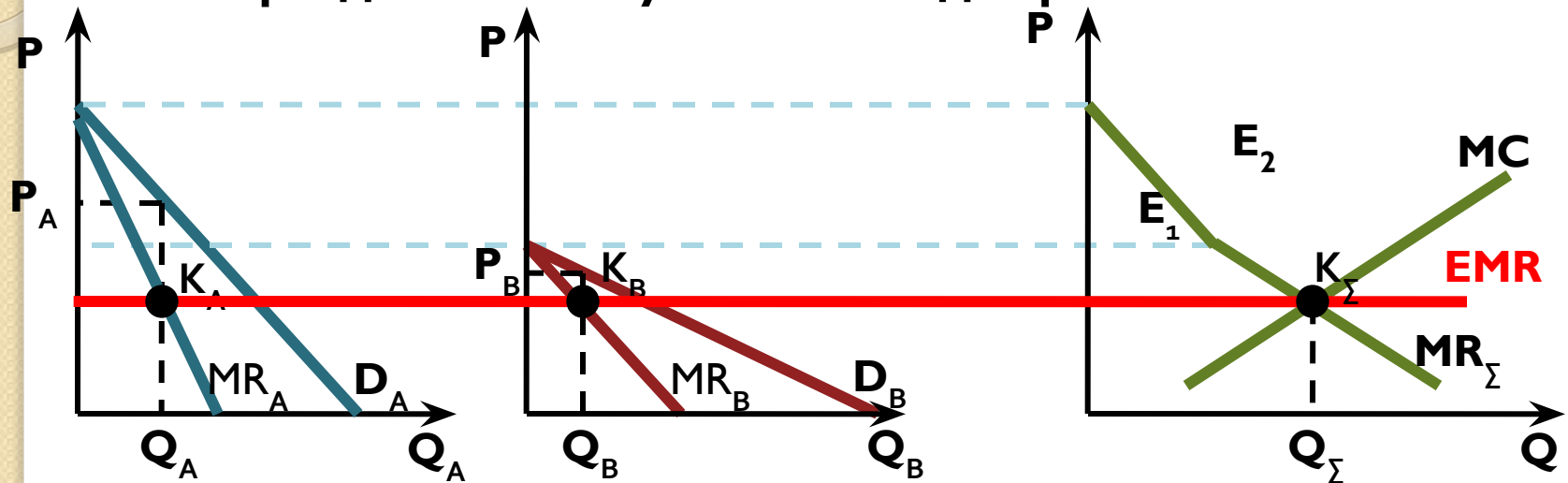
В этом случае задача монополиста — установить такие цены для каждой группы покупателей, которые максимизируют общую прибыль

Условие максимизации общей прибыли для монополии, проводящей ценовую дискриминацию третьей степени:

$$MR_1 = MR_2 = \dots = MR_{\Sigma} = MC$$

3.2. Ценовая дискриминация на сегментированных рынках

Монополия проводит ценовую дискриминацию на основе разделения покупателей на два рынка — А и В



MR_{Σ} — линия общего предельного дохода монополиста

EMR — линия равного предельного дохода

Поскольку предельные доходы двух рассматриваемых рынков равны и $MR = P(1 + 1/e)$ можно написать равенство:

$$P_A/P_B = (1 + 1/e_B) / (1 + 1/e_A)$$

При одинаковой эластичности спроса ($e_A = e_B$) ценовая дискриминация невозможна ($P_A = P_B$)

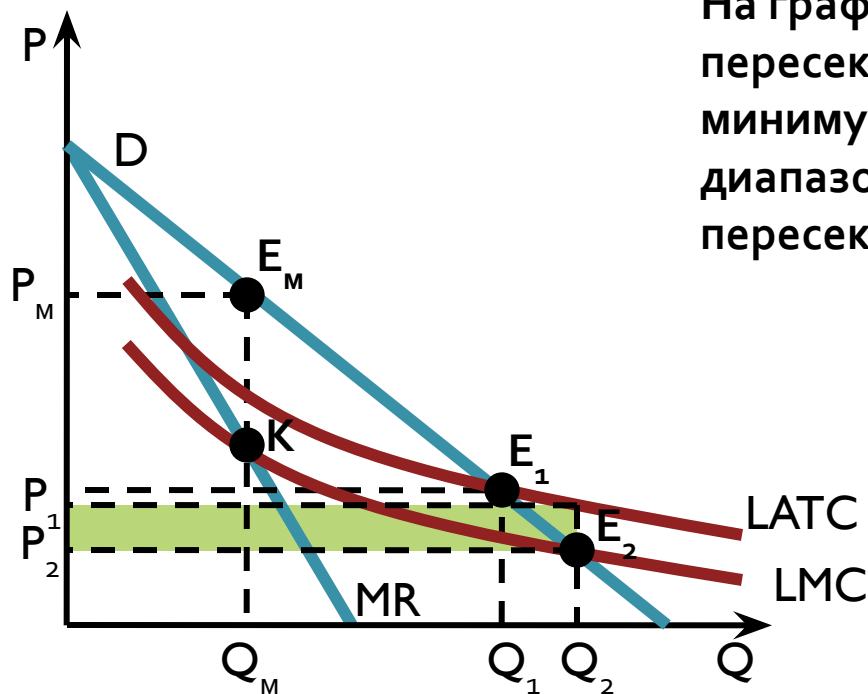
4. Естественная монополия

Естественная монополия – это такая ситуация, когда экономически целесообразно сосредоточение производства какой-либо продукции или услуг на одном предприятии. Характерный признак: снижение средних затрат длинного периода вплоть до полного насыщения отраслевого спроса

Одновременно:

- Экономически эффективный объем выпуска (LAC_{min}) недостижим в силу ограниченности рыночного спроса
- Для них характерно наличие сетевых структур, в которых высоки постоянные издержки, что и обеспечивает возможность экономии на масштабах производства
- Конкуренция здесь невозможна вследствие высоких невозвратных издержек

4. Естественная монополия



На графике линия отраслевого спроса пересекает линию **LATC** до достижения минимума $\Rightarrow$ в рассматриваемом диапазоне объемов **LATC** и **LMC** не пересекаются

По отношению к естественной монополии возможны различные варианты государственной политики:

- установление фиксированной цены на уровне $P_1 = \text{LATC} \Rightarrow$ безубыточность
- установление фиксированной цены на уровне $P_2 = \text{LMC} \Rightarrow$ для безубыточности нужна дотация равная $(\text{LATC} - \text{LMC}) \times Q_2$