

Анализ поведения фирмы на
монопольном рынке.

Специфика естественной
МОНОПОЛИИ

План:

- 1. Понятие чистой монополии. Цели монополии. Выбор монополиста.**
- 2. Последствия монополизации.**
- 3. Индекс Лернера.**
- 4. Естественные монополии: понятие, субаддитивность издержек, ценообразование.**
- 5. Регулирование естественной монополии: ценовые методы регулирования.**
- 6. Регулирование естественной монополии: неценовые методы регулирования.**

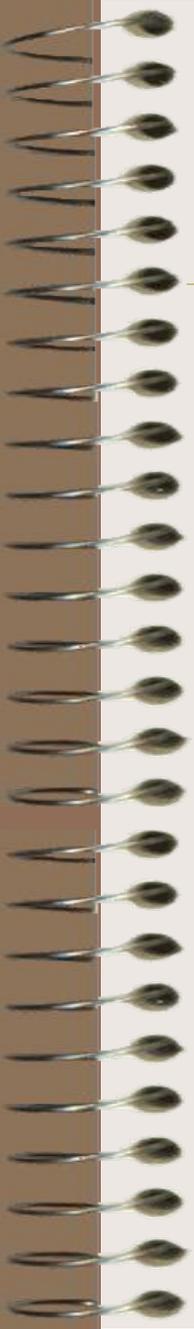
Литература:

Основная

1. Наш учебник. Глава 3.
2. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. М., Юрайт, 2010. Гл. 2, 6, 7.1, 7.2, 7.3., 12, 14.4.
2. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. Спб., 2000. Гл.1,5.

Дополнительная:

1. Вэриан Х. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход. М., 1997. Гл. 23,24.
2. Луис М.Б. Кабраль. Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Минск, 2003. Гл.1, 9, 5.2.
3. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. М., 2000. Гл.10,11.
4. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика. 4-е изд. М.,2005. Гл.4.



1. Понятие чистой монополии. Цели монополии. Выбор монополиста

Чистая монополия -

Абсолютная власть над ценой,
единственный ограничитель –
платежеспособный спрос

Классификация (по входным барьерам):

- Открытая
- Закрытая.

Классификация (по типу монополизации):

- Ресурсная;
- Патентная;
- Франшизная;
- Стратегическая;
- Естественная

Цель?

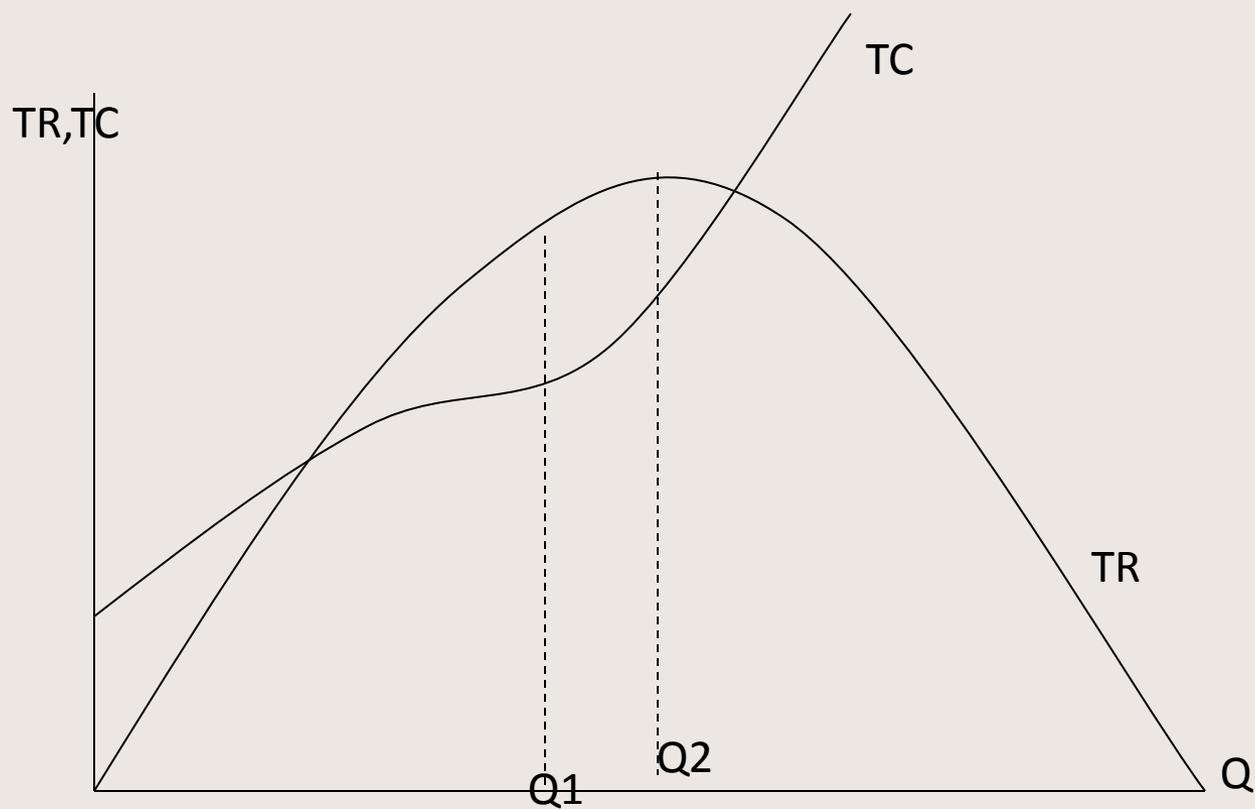
... может выбрать любую цену в пределах кривой спроса, но ее задачей является

выбор оптимальной цены, а точнее оптимального соотношения цены и объема производства, **которое позволяет ей...**

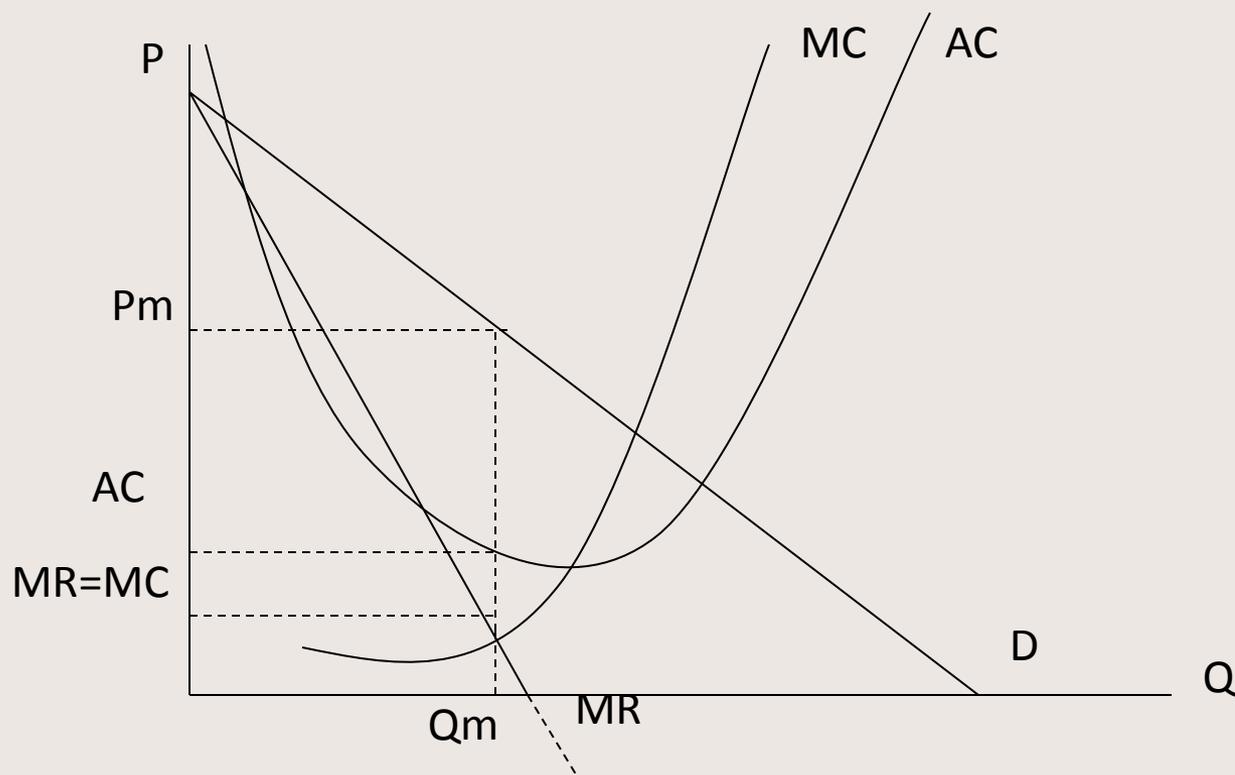
A spiral-bound notebook with a brown cover and a white page. The spiral binding is on the left side. A thin horizontal line is drawn across the page, just above the text.

Максимизировать прибыль?

Равновесие фирмы – монополиста (1)



Равновесие фирмы – монополиста (2)



Равновесие фирмы- монополиста

$$MR=MC < AC < P$$

Неоклассический (функциональный)
подход:

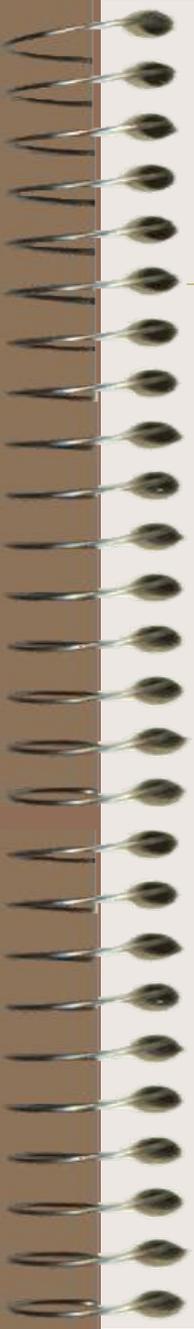
**Центральная проблема –
максимизация прибыли**

Другие цели:

- Максимизация дохода
- Максимизация доли рынка
- Максимизация стоимости компании
- Максимизация добавленной стоимости и др.

Неэкономические цели:

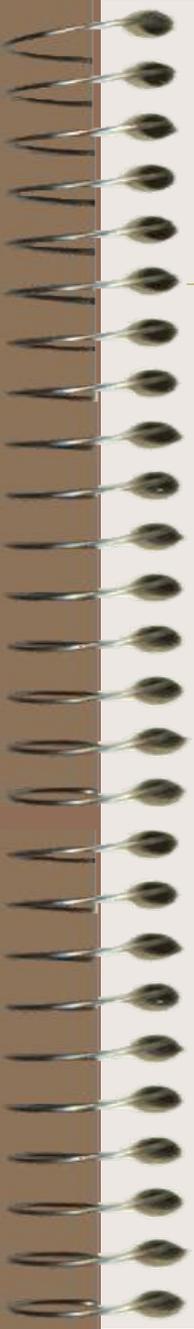
- Расширение рабочих мест
- Предоставление покупателям качественных товаров и услуг
- Благотворительность и т.п.



**Почему мы используем
критерий максимизации
прибыли?**

Долгосрочное монопольное равновесие

Монополист может получать положительную экономическую прибыль в длительном периоде (в отличие от совершенной конкуренции).

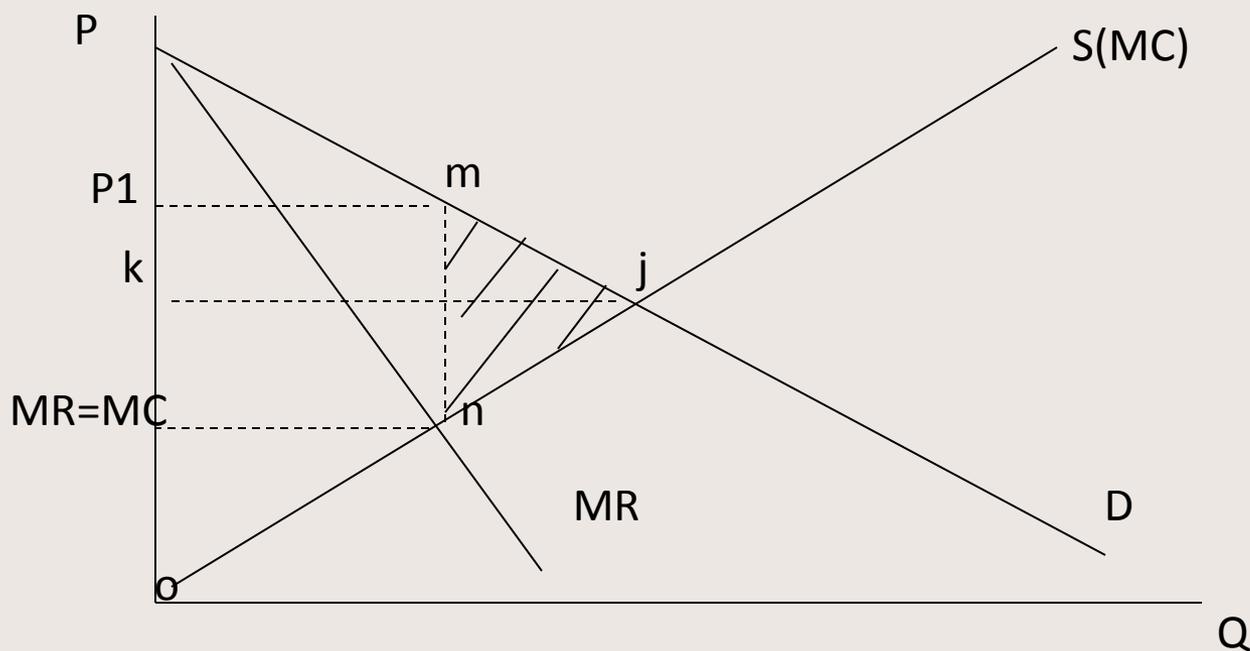


2. Последствия монополизации

Последствия монополизации:

- Цена завышается
- Объем занижается
- Средние издержки не достигают своего минимума
- Возникает «мертвый убыток»

«Мертвый убыток»



Проблемы оценки «мертвого убытка»:

- Непостоянство эластичности спроса по цене и по доходу;
- Множественность отраслей;
- Ценовая дискриминация;
- Специфика естественных монополий.

Положительные последствия МОНОПОЛИЗАЦИИ:

- Улучшение качества товара;
- Внедрение инноваций;
- Эффект масштаба;
- И т.п.

X – неэффективность:

Разница между минимально возможным уровнем издержек в отрасли и уровнем издержек монополиста

3. Индекс Лернера

Индекс Лернера

разница в ценах конкурентного и неконкурентного рынков по отношению к неконкурентной цене.

$$L = \frac{P_m - P_e}{P_m}$$

Так как $P = MC$,

$$L = \frac{P_m - MC}{P_m}$$

На практике:

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

$$(P - AC) / P =$$

$$(P - AC)Q / PQ =$$

**отношение валовой прибыли к
валовому доходу**

Средневзвешенный:

$$\bar{L} = \sum_{i=1}^N y_i L_i ,$$

где

y_i – рыночная доля i -той фирмы, $i = 1, \dots, N$,

L_i - индекс Лернера для отдельной фирмы.

**4. Естественные монополии:
понятие, субаддитивность
издержек, ценообразование**

Естественная монополия

существует, когда экономия от масштаба позволяет одному предприятию удовлетворить весь рыночный спрос без того, чтобы отдача от масштаба снижалась.

Субаддитивность издержек :

**производство отдельных
продуктов вместе дешевле
их производства порознь**

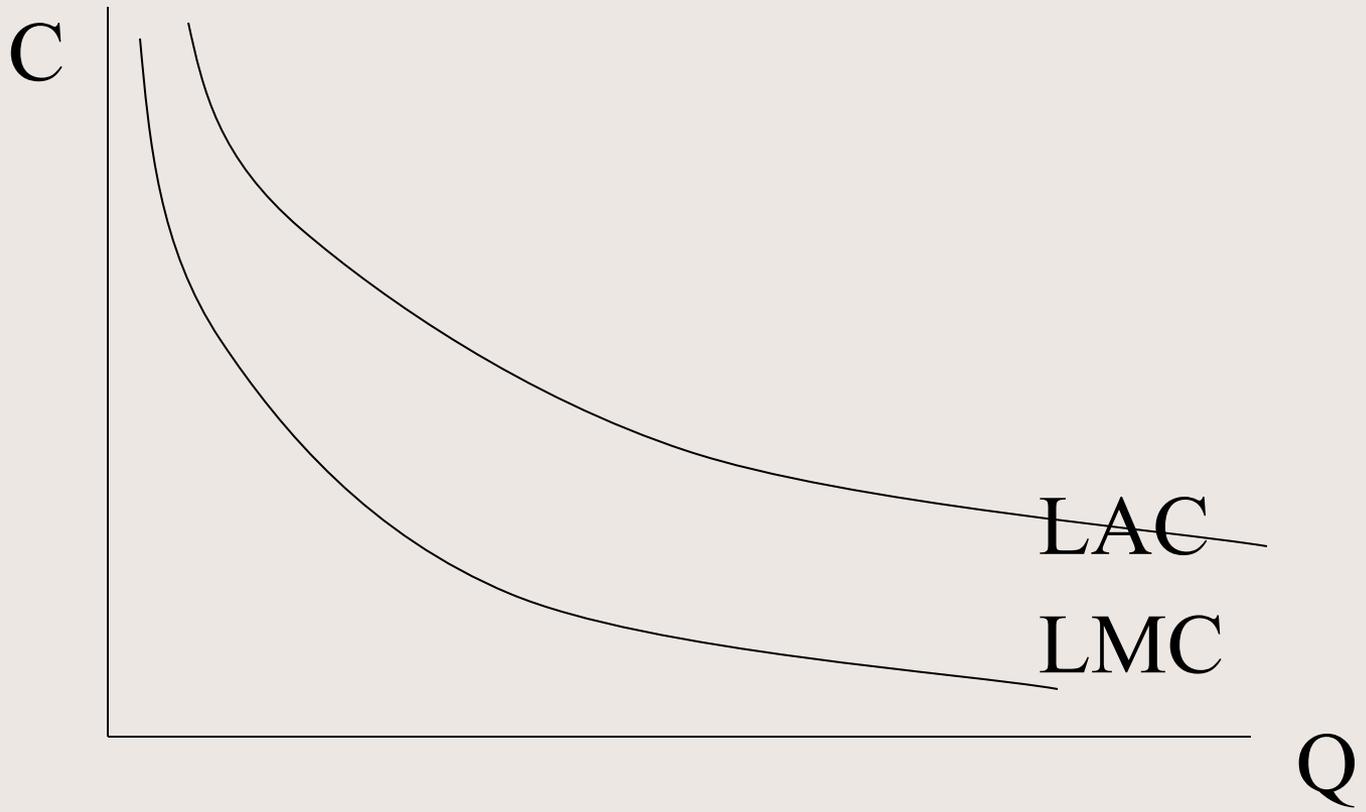
$$TC(Q) < \sum_{i=1}^N TC(q_i) ,$$

где

q_i – объем производства i -той фирмы, $i = 1, \dots, N$

Q – совокупный объем производства крупной компании,

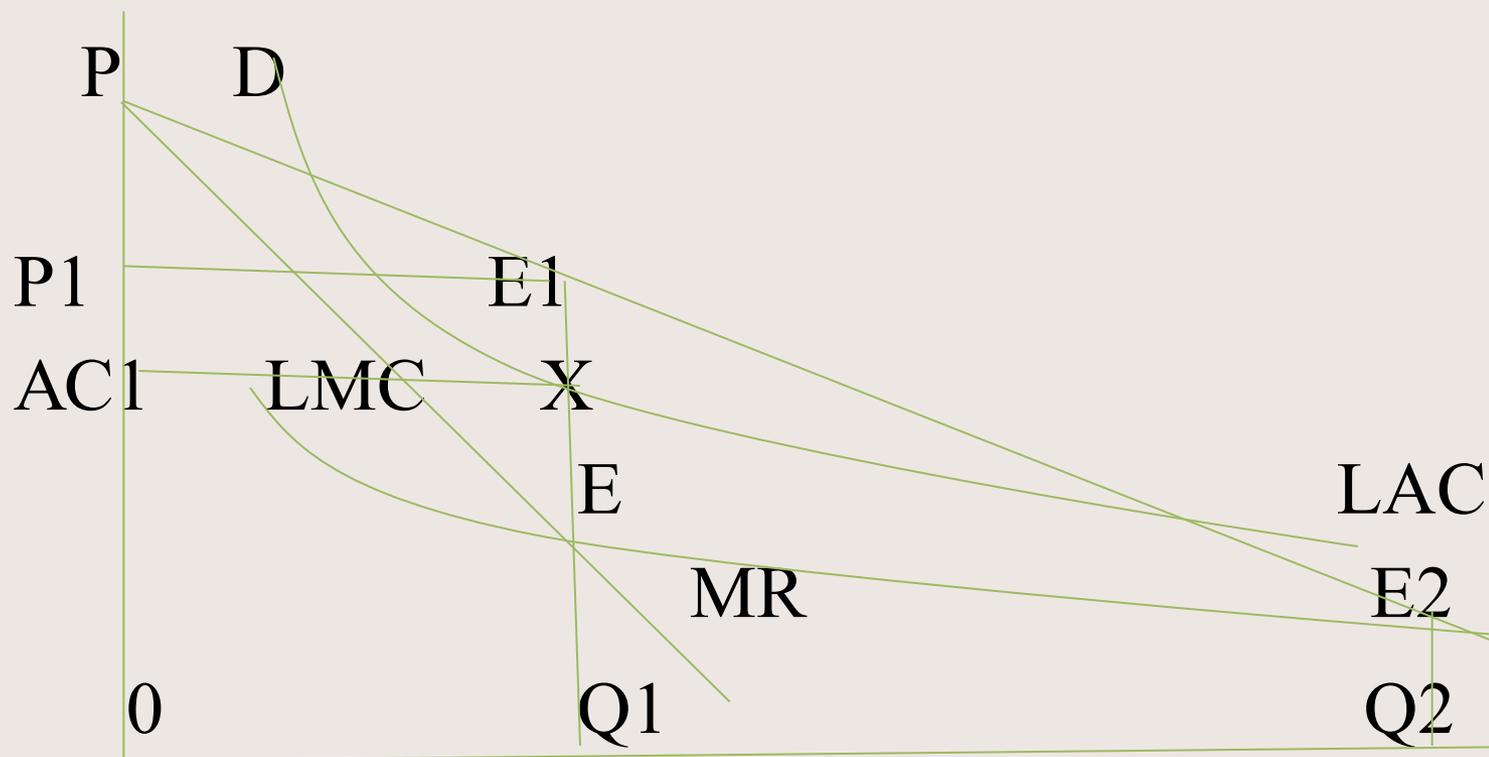
при этом $Q = \sum q_i$.

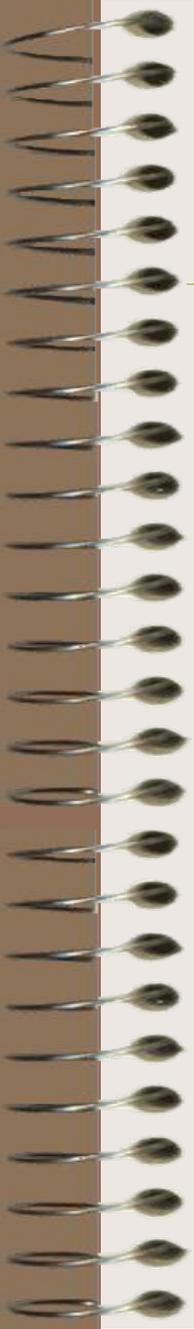


Виды:

- Глобальная естественная монополия;
- Локальная естественная монополия.

Ценообразование в условиях нерегулируемой естественной МОНОПОЛИИ





**5. Регулирование естественной
монополии: ценовые методы
регулирования**

Эффективное ценообразование (цель):

Цены должны устанавливаться на уровне, максимально близком к предельным издержкам.

Двухчастный тариф:

пользователи платят определенную фиксированную сумму за доступ к минимальному объему блага, а далее с них взимается плата за потребление дополнительных объемов блага

Цены Рамсея

Повешение цен относительно предельных затрат
обратнопропорционально эластичностям спроса:

$$\frac{P_i - MC_i}{P_i} = \frac{k}{e_i}$$

P_i - цена товара i

MC_i - предельные издержки производства товара i

e_i - эластичность спроса на товар i по его цене

k – константа (подбирается так, чтобы выполнялось свойство безубыточности)

Пиковое ценообразование:

Относительно более высокие цены на продукцию в периоды пикового спроса чередуются с низкими ценами в прочие периоды

Справедливое ценообразование

Регулируемая цена равна текущим затратам производства плюс прибыль. Исчисленная по ставке «разумной и справедливой» нормы прибыли на капитал.

Дозволенная норма прибыли должна быть достаточна, чтобы удерживать капитал в данном применении

Регулирование предельной нормы отдачи на капитал

Прибыль естественной монополии не должна превышать нормальной прибыли на вложенный капитал.

Регулируемая цена устанавливается на уровне пересечения ЛАС и кривой спроса. Государство устанавливает такой предел цены, при которой производитель возместит издержки и получит нормальную прибыль на вложенный капитал.

**6. Регулирование естественной
монополии: неценовые методы
регулирования**

Концепция состязательных рынков

В конце 60 - начале 70-х годов ученые Чикагского университета Г. Демсец, Дж. Стиглер, Р. Познер предложили решение - торги за франшизу

«Внедрение» рыночной конкуренции!

Задача государства – облегчить
появление новых фирм при повышении
спроса на продукцию

Критерии отбора:

- удельная цена поставки услуг (владельцем франшизы становится тот, кто предложил наименьшую цену)
- величина запрашиваемых субсидий (выигрывает тот, кто запрашивает их минимальный размер)
- франшиза тому предприятию, которое обязуется вносить в бюджет наибольшую сумму.

Контроль качества:

- Установление стандартов, проведение проверок и т.п.

Регулирование инвестиционных решений:

Государство может не применять практику регулирования цены естественного монополиста, но регулировать норму доходности на вложенный капитал.

Эффект Аверча-Джонсона

НО!

Может возникнуть

эффект Аверча-Джонсона:

проблема, связанная с искажением
производственных пропорций

Если регулируемая цена фактора производства ниже его рыночной цены, то этот фактор будет использоваться в непропорционально большом объеме.

В данную отрасль идет слишком много ресурса, цена которого регулируется.