

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНЫ И ОБЪЕМА ВЫПУСКА В УСЛОВИЯХ ЧИСТОЙ МОНОПОЛИИ



Подготовила студентка
1 курса ЭФ
Группы э122б
Редок Полина

Монополия является противоположностью совершенной конкуренции. Она характеризует такой тип рыночной ситуации, при котором существует только один продавец товара. Такая фирма удовлетворяет совокупный спрос всех потенциальных покупателей товара и в этом смысле понятия «фирма» и «отрасль» совпадают, и линия спроса на продукцию монополии имеет отрицательный наклон.



Монополия имеет ряд следующих характерных особенностей:

- высокие барьеры для вступления в отрасль (патенты, лицензии, отдача от масштаба и др.)
- производство уникального продукта,
- один продавец встречается на рынке с большим числом покупателей.

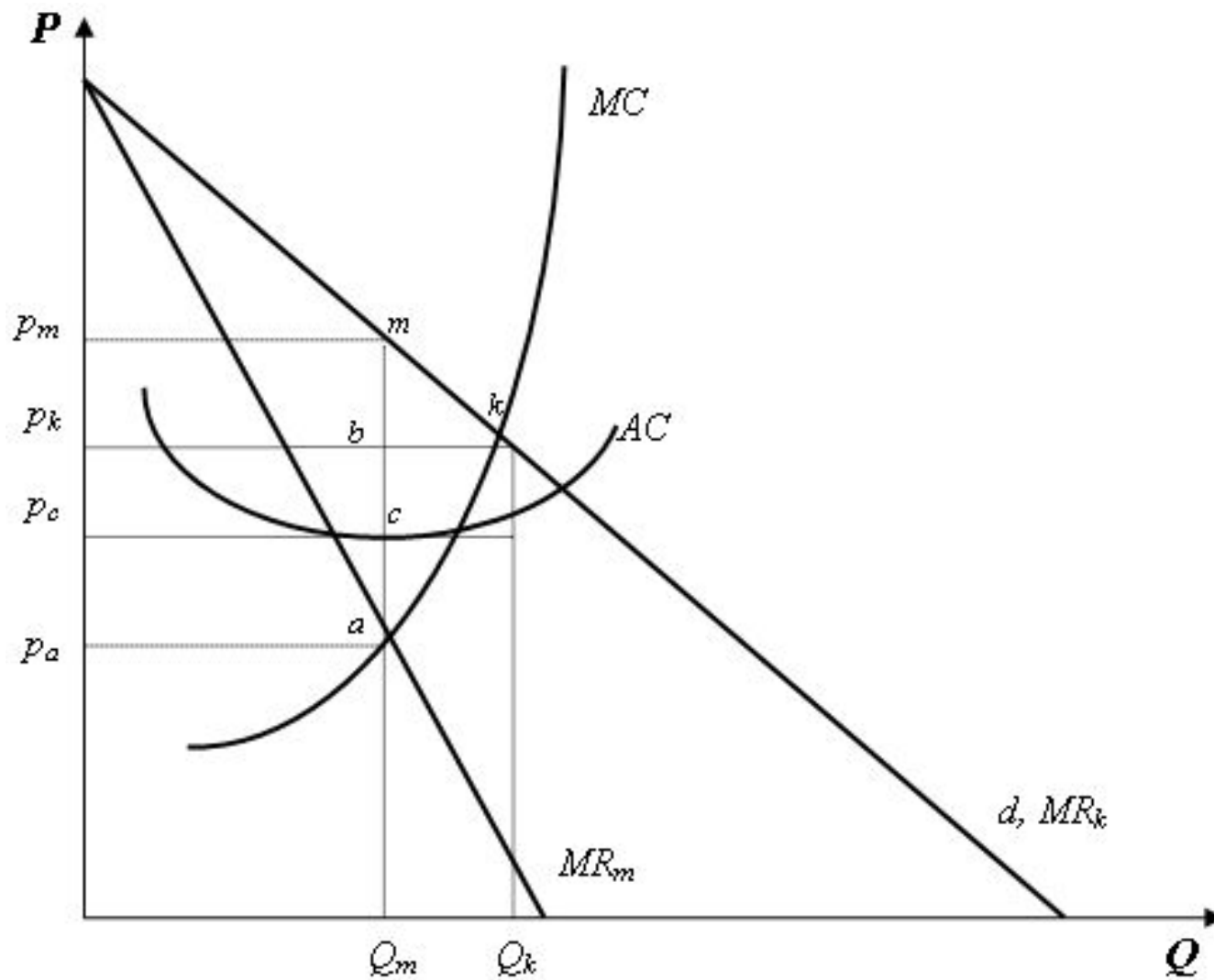


КАЗАЛОСЬ БЫ, МОНОПОЛИЯ МОЖЕТ ПРОИЗВОДИТЬ ЛЮБОЕ КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ И УСТАНОВЛИВАТЬ ЛЮБЫЕ ЦЕНЫ. НО И ДЛЯ МОНОПОЛИИ СУЩЕСТВУЮТ СЛЕДУЮЩИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ:

- Линия спроса и цена спроса на количество покупаемого товара (чтобы увеличить объем продаж, фирма должна снизить цену, поэтому соизмеряет полученные выгоды с потерями).
- Эластичность спроса: при неэластичном спросе нет смысла снижать цену (общая выручка уменьшается, предельная выручка получает отрицательные значения). При эластичном спросе нет смысла повышать цену.



ПРАВИЛО $MR=MC$, КАК УЖЕ ОТМЕЧАЛОСЬ, ХАРАКТЕРНО
ДЛЯ ЛЮБОЙ ФИРМЫ.



- В реальной жизни чистая монополия, также как и совершенная конкуренция, встречается достаточно редко. Реальные рынки очень разнообразны и характеризуются условиями монополистической конкуренции, постепенно переходящей в олигополию



ЛИТЕРАТУРА

- Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов. – 2-е изд. М.: Норма, 2005.
- Экономическая теория: Учебник / Под общ. ред. акад. В. И. Видяпина, А. И. Добрынина, Г. П. Журавлевой, Л. С. Тарасевича. – изд. испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2005.
- Гальперин В. М., Игнатъев С. М., Моргунов В. М. Микроэкономика: Учебник: в 2 т. Т.1 / Под ред. В. М. Гальперина, 1998.

