

**Рынок несовершенной
конкуренции
Монополия**

Характеристика рынка монополии

- На рынке нет близких заменителей. Продукт уникален.
- Велики барьеры вступления в отрасль другим фирмам. Монополия ограждена от конкуренции.
- Фирма- монополист устанавливает цену, покупатель становится ценополучателем.
- Фирма дифференцирует цены на однородную продукцию, применяет политику дискриминации цен.
- Естественная монополия-ЖКХ.

Причины отсутствия конкуренции на рынке монополии

- **Экономия на масштабах.** Преимущества крупного бизнеса –это снижение издержек.
- **Патентная (правовая) монополия.** Крупная фирма имеет возможности покупать лицензии, патенты, права на рынке интеллектуальной собственности.
- **Исключительное право на разработку ресурсов.** Крупный бизнес монополизировывает ресурсные рынки, обладая правом собственности.
- **Использование нечестной конкуренции:** захват рынков, демпинг, реклама, ограничение доступа к ресурсам, кредитам для других фирм.

Положительная сторона монополии

- Внедрение достижений НТП, НИОКР.
- Экономия ресурсов. Эффект масштаба.
- Гос. монополия – производство общественных благ, гос .контроль за рынком.
- Патентная монополия обеспечивает производство качественных продуктов.

Отрицательные стороны монополии:

- Снижение конкуренции на рынке.
- Рост затрат при достижении определенных объемов производства. Отрицательный эффект масштаба.
- Отсутствие стимулов к инновациям.
- Рост цен на продукт фирмы, не обусловленный ростом издержек.
- Дифференциация (дискриминация) цен.
- Использование «системы участия», «личной унии». Влияние на гос. политику. Лоббирование интересов, протекционизм.
- **X – неэффективность (Х.Лейбенстайн)**

Рыночная власть при монополии.

Монопольная власть.

Показатели

1. Индекс Лернера $0 < I_L < 1$

$$I_L = \frac{P_M - MC}{P_M} = \left| \frac{1}{E_D} \right|$$

2. Индекс Герфиндаля – Хиршмана

$$I_H = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$$

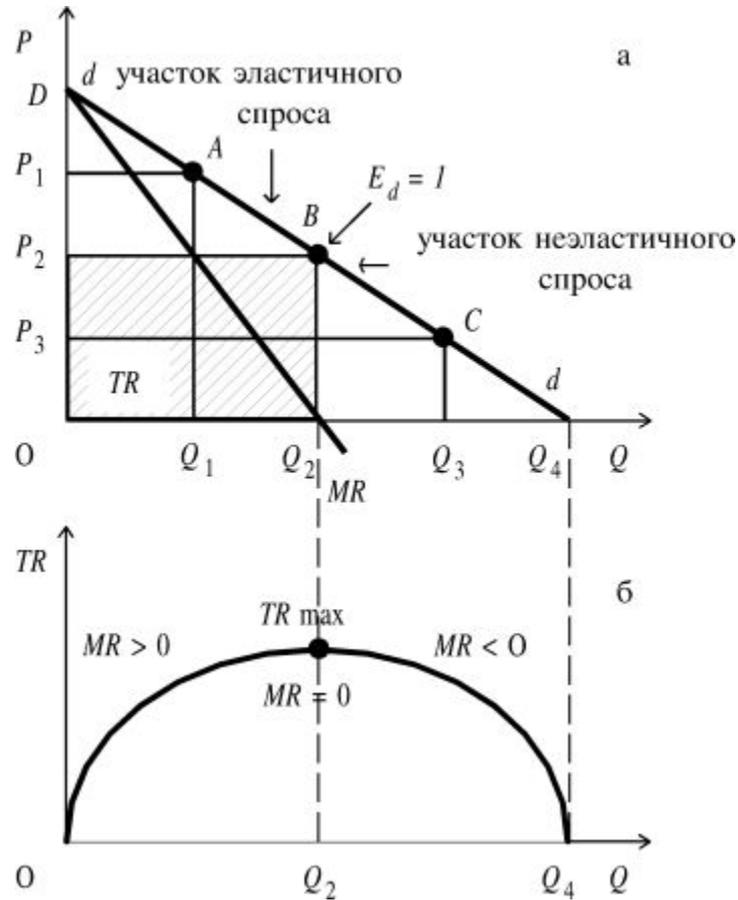
$$100 < I_H < 10000$$

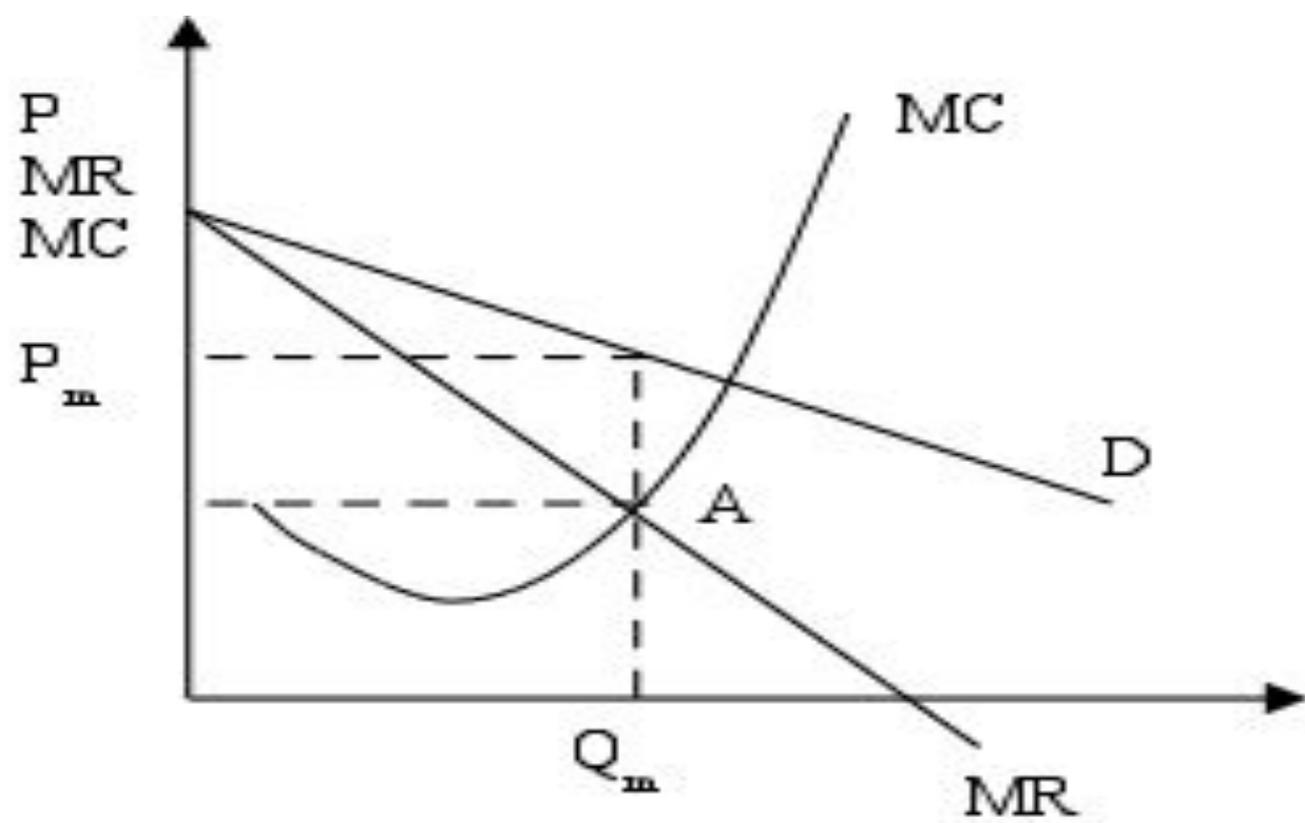
3. Индекс концентрации. Доля трех крупнейших фирм на рынке.

- $> 70\%$ - высококонцентрированный $1800 < I_H < 10000$
- от 45% до 70% – умеренно концентрированный $1000 < I_H < 1800$
- $< 45\%$ - низкоконцентрированный $I_H < 1000$

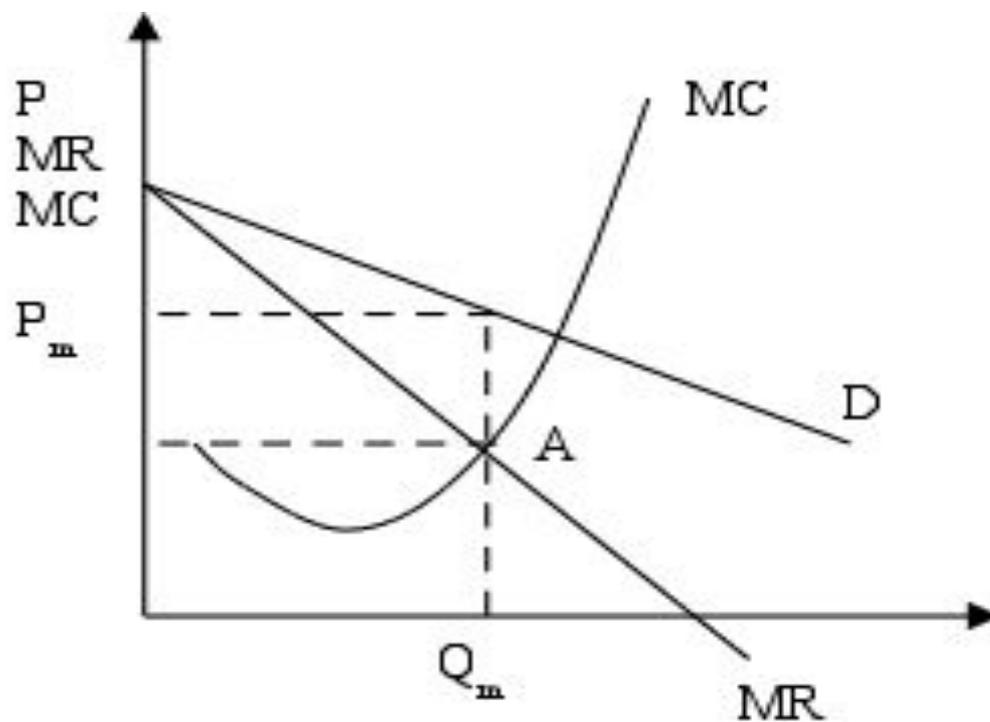
Ценообразование в условиях монополии

$$P > MR$$





Определение цены при монополии

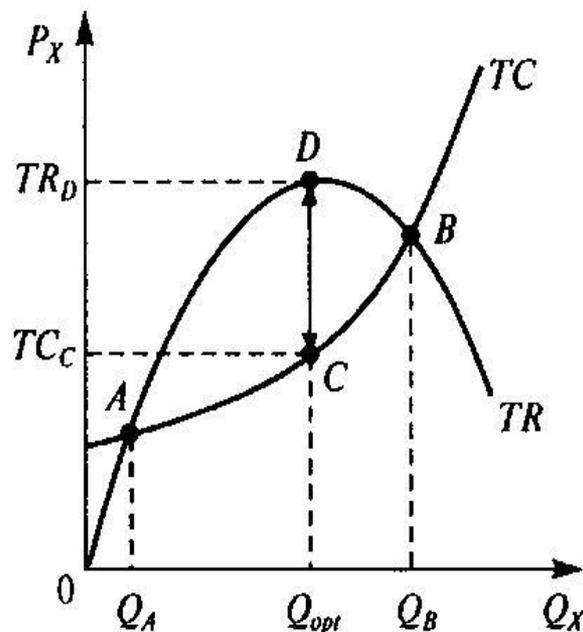


Ценовая дифференциация

- 1. Совершенная дискриминация, в соответствии с линией спроса – первой степени.**
- 2. Дискриминация товара по условиям продаж – второй степени.**
- 3. Дискриминация покупателей по доходу – третьей степени.**

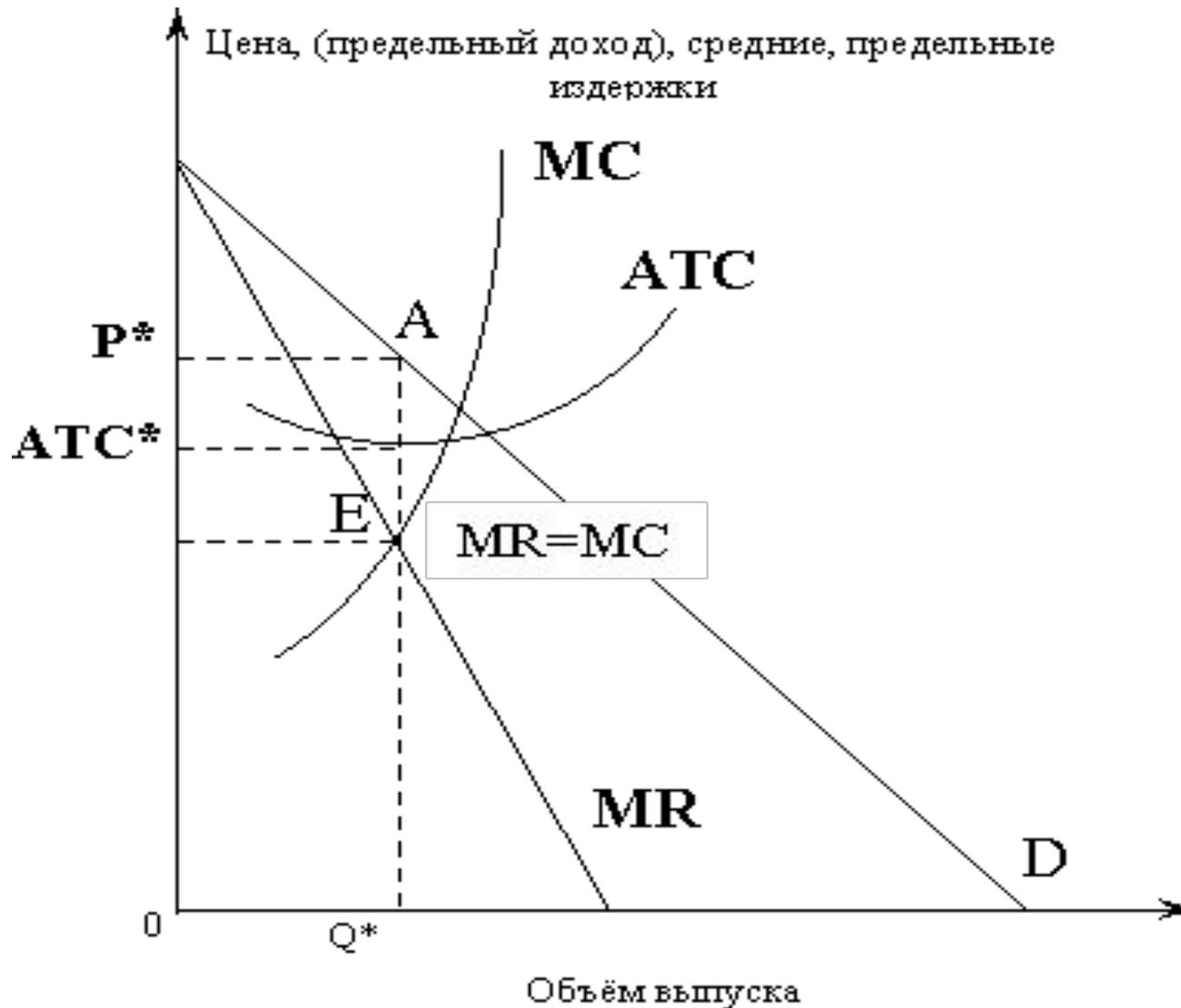
Поведение монополиста в краткосрочном периоде

Принцип безубыточности $TR > TC$



Определение оптимального объема производства для фирмы-монополиста методом сопоставления валового дохода и валовых издержек

Принцип max Pr. $MR=MC$



Две стратегии монополии в краткосрочном периоде

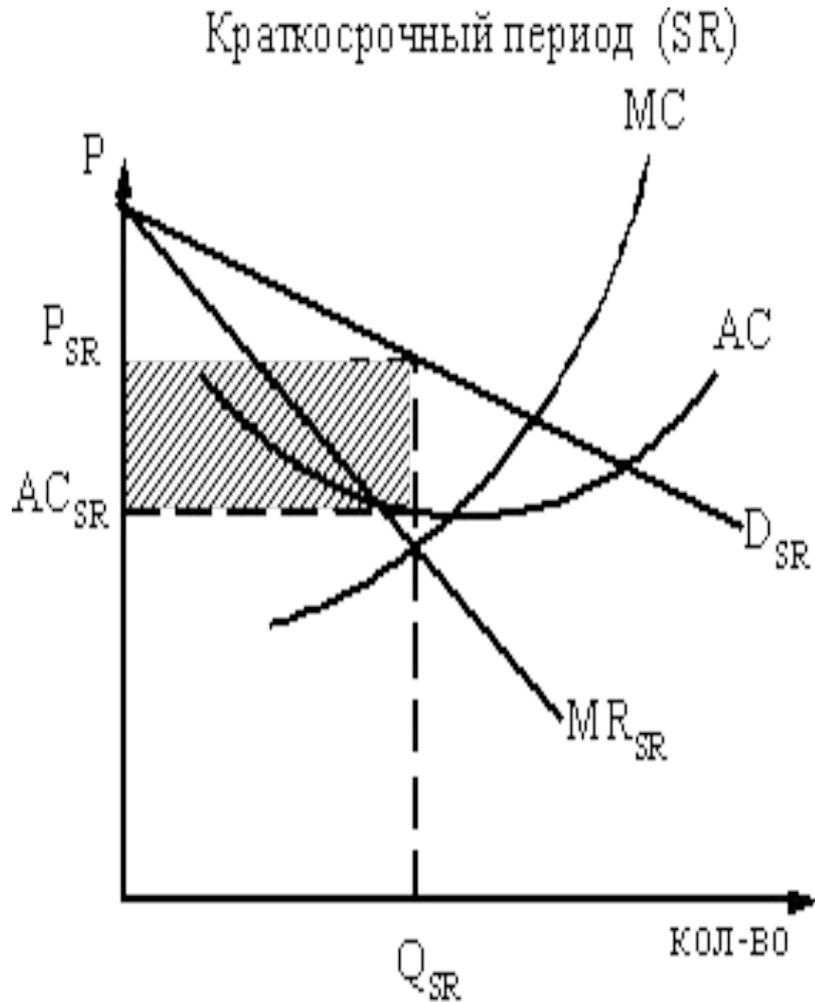
1. Стратегия максимизации прибыли. $P > ATC$

$$TR = (P_m - ATC) \times Q_0$$

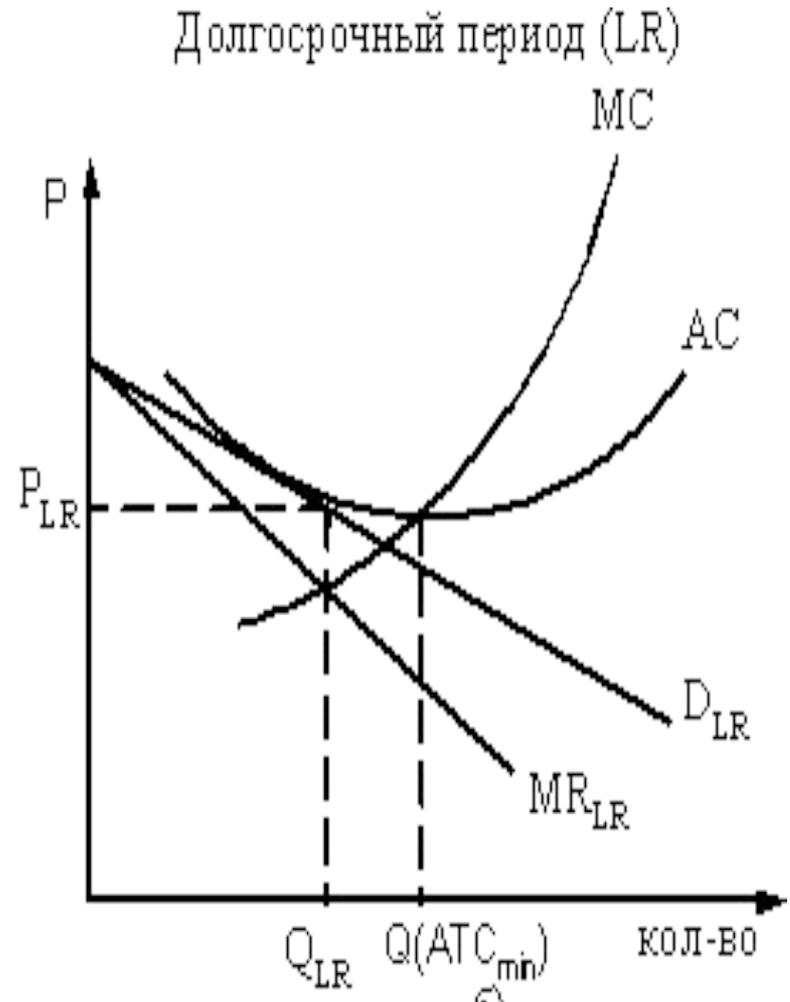
2. Стратегия минимизации убытков $P < ATC$

$$TR = (ATC - P_m) \times Q_0$$

Поведение монополиста в долгосрочном периоде



a)



б)