

Монополия в рыночной экономике

Монополия

(от греч. моно - один, poleo - продавец) –

**исключительное право на осуществление
какого-либо вида деятельности
(производства, торговли, промысла и т.п),
предоставляемое одному лицу,
определенной группе лиц или государству.**

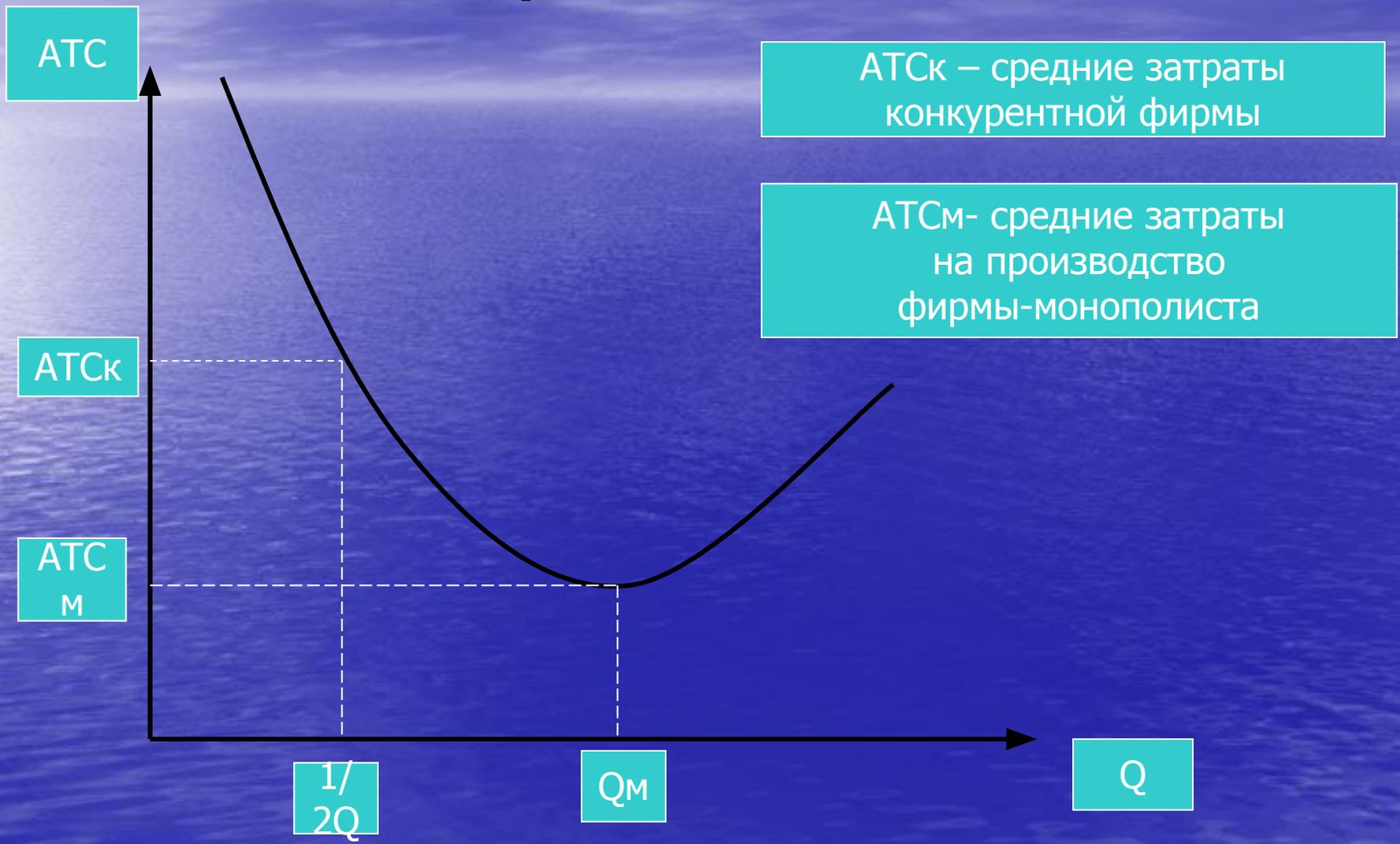
Монополия предполагает выполнение следующих условий:

- 1.** Монополист является единственным производителем данного товара;
- 2.** Продукция носит уникальный характер, не имеет близких заменителей;
- 3.** Проникновение в отрасль для других фирм закрыто целым рядом барьеров;
- 4.** Степень влияния монополиста на рыночную цену очень высока.

Барьеры для входа на рынок с наличием монополии:

1. исключительные права, полученные от правительства или местных властей;
2. патенты и авторские права;
3. право собственности на ресурсы, например источники сырья;
4. преимущество низких издержек крупного производства.

Преимущества низких издержек крупного производства:



Виды монополий:

Закрытая

Открытая

Естественная

Искусственная

Закрытая монополия защищена от конкуренции с помощью юридических ограничений и запретов (чаще всего это государственная монополия).

Открытая монополия - монополия, при которой одна фирма, по крайней мере на некоторое время, становится единственным поставщиком продукта, но не имеет специальной защиты от конкуренции.

Естественная монополия возникает в отрасли, в которой долгосрочные средние издержки достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает рынок целиком.

Искусственная монополия - объединение предприятий, создаваемое ради получения сверхприбылей и установления рыночной власти.

Особенности взаимодействия спроса и предложения на монопольном рынке

Монополист обладает определенной властью над рынком, так как он один определяет предложение товара.

Кроме того, он обладает властью и над ценой товара, но эта власть не является абсолютной, так как цена зависит и от спроса, а предложение зависит от цены.

**Для измерения монопольной власти
используют коэффициент Лернера:**

$$L = (P - MC) / P, \quad \text{где}$$

L – коэффициент Лернера;

P – цена;

MC – предельные издержки.

Монополия ведет поиск цены руководствуясь тем же правилом, что и предприятия, действующие в условиях совершенного рынка:

1. Объем производства и соответствующего предложения товара должен быть таким, при котором предельные издержки (MC) равны предельной выручке (MR):

$$\mathbf{MC = MR}$$

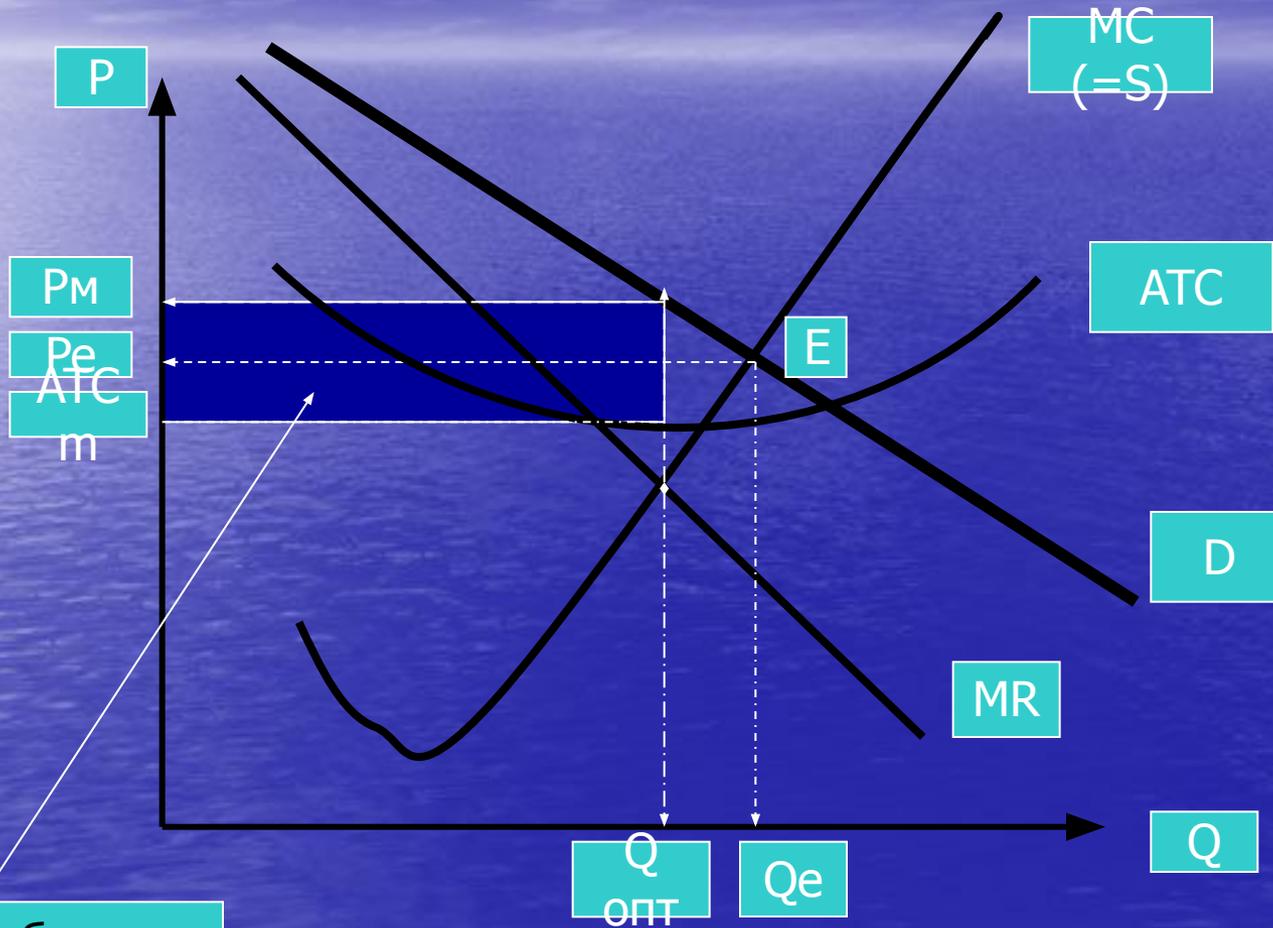
2. Монополист рассматривает MC и MR как базу для установления цены – она не должна быть ниже их. Однако на монополистическом предприятии в отличие от предприятий, действующих в условиях совершенной конкуренции, предельный доход меньше, чем цена (P) и соответственно средняя выручка (AR):

$$\mathbf{MR < P = AR}$$

Правило монополистического ценообразования:

$$P = AR > MC = MR$$

Особенности взаимодействия спроса и предложения на монопольном рынке



Прибыль
монополии