

Теория монополии. Экономическое поведение «ЧИСТОЙ МОНОПОЛИИ»

1. Характеристика «чистой» монополии.
2. Определении цены и объема производства фирмы-монополиста.
3. Ценовая дискриминация.

Абсолютная (чистая) монополия
существует, когда одна фирма является
единственным производителем
продукта, у которого нет близких
заменителей.

Черты чистой монополии

1. Единственный продавец. Понятие фирма и отрасль тождественны.
2. Продукт фирмы уникален. Нет близких заменителей.
3. Фирма диктует цену, т.е. является ценовым лидером.
4. Вход в отрасль заблокирован.

Виды монополии

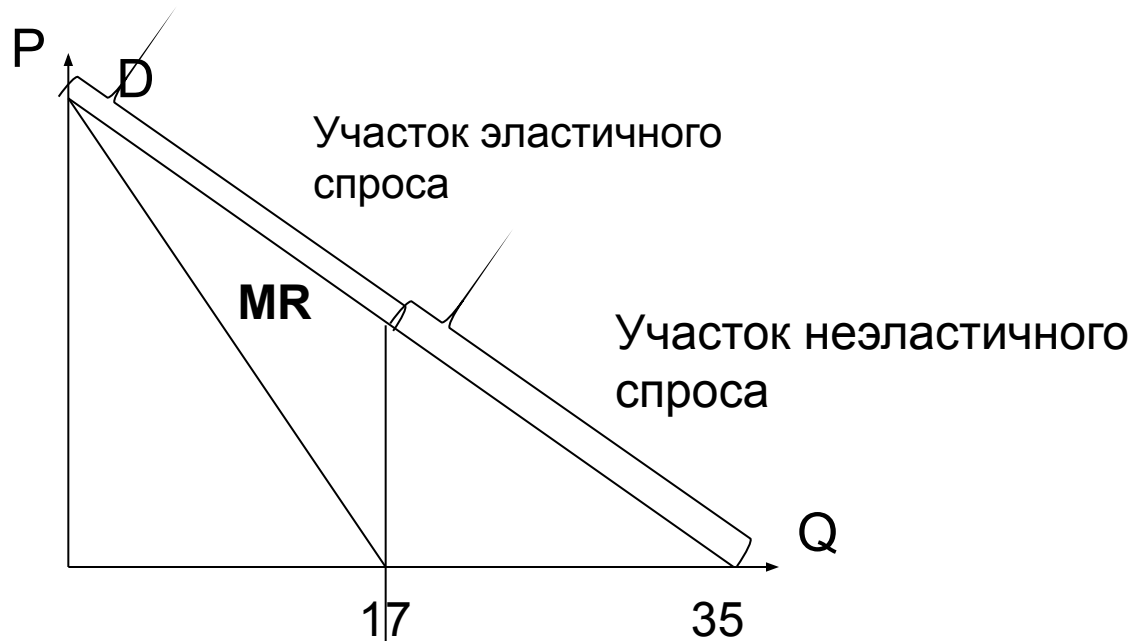
- 1. Закрытая монополия** существует тогда, когда она защищена от конкуренции с помощью юридических ограничений, например, патентная защита, институт авторских прав.
- 2. Естественная монополия** будет тогда, когда долгосрочные средние издержки будут достигнуты при условии, что одна фирма обслуживает весь рынок.
- 3. Открытая монополия** представляет собой ситуацию, при которой одна фирма по крайней мере на некоторое время становится единственным поставщиком продукции, но не имеет специальной защиты от конкуренции.

Методы нечестной конкуренции

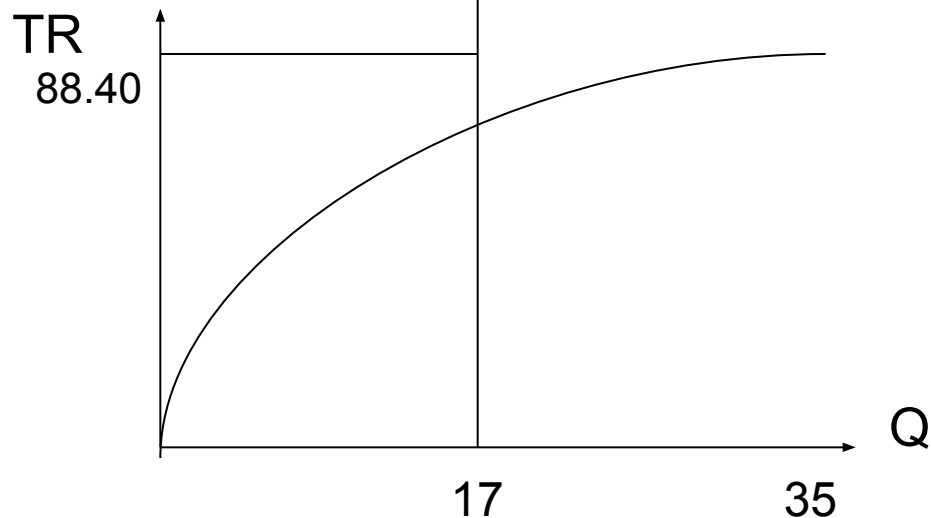
1. Дискредитация продукции конкурентов.
2. Давление на поставщиков ресурсов и банки с целью лишить соперников возможностей получать ресурсы и кредиты.
3. Переманивание ведущего персонала.
4. Резкое снижение цен с целью довести до банкротства конкурентов.

Цена, совокупный доход и предельный доход

Объем выпуска	Цена	Совокупный доход	Предельный доход
1	10,0	10,00	
2	9,70	19,40	9,40
3	9,40	28,20	8,80
4	9,10	36,40	8,20
16	5,50	88,00	
17	5,20	88,40	0,40
18	4,90	88,20	-0,20
33	0,40	13,20	
34	0,10	3,40	-9,80
35	0,00	0,00	-3,40



Кривая спроса и предельного дохода



Кривая совокупного дохода

Когда спрос эластичен, предельный доход больше нуля и совокупный доход растет, когда спрос неэластичен, предельный доход меньше нуля и совокупный доход падает.

Максимизирующий прибыль монополист будет всегда стремиться избегать неэластичного отрезка его кривой спроса в пользу некоторой комбинации цена-количество на эластичном отрезке.

Ценовая дискриминация
представляет продажу одинаковых
товаров и услуг разным
покупателям по разным ценам.

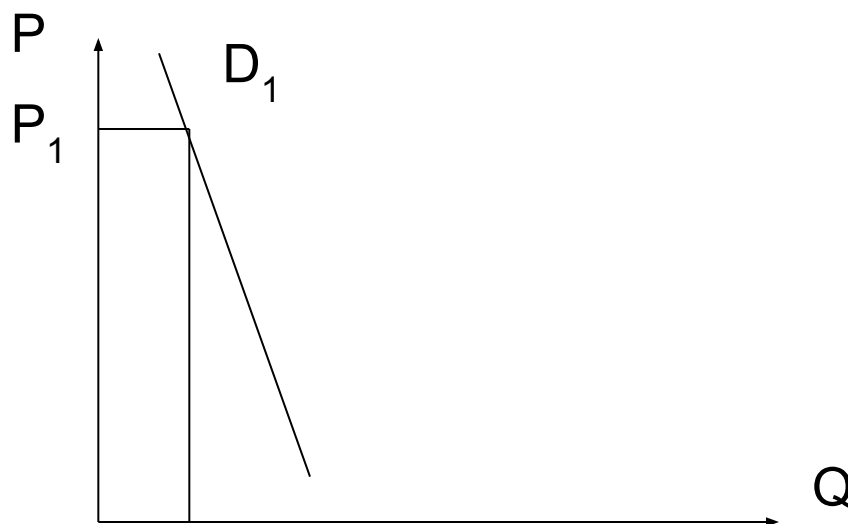
Условия для проведения ценовой дискриминации:

1. Продавец должен быть монополистом.
2. Продавец должен быть в состоянии разделять покупателей на группы, исходя из эластичности их спроса на товары.
3. Первоначальный покупатель не может перепродавать товар или услугу.

Фирмы разделяют рынки по эластичности

1. Рынок с низкой эластичностью. Спрос на таком рынке мало изменяется от цены. Спрос более или менее стабилен. Это будет «дорогой» рынок, на котором прибыль обеспечивается за счет высокой цены.

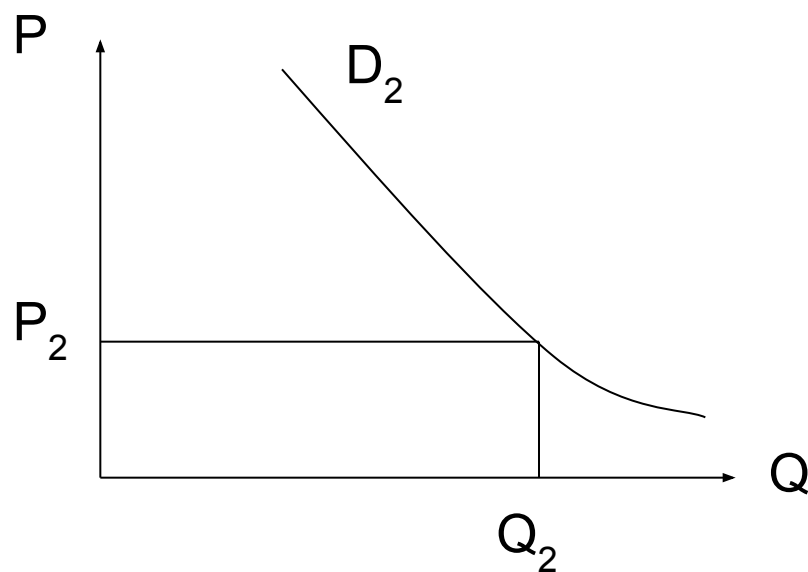
Графическое изображение рынка с низкой эластичностью



Модель дорогого рынка

2. В случае рынка с высокой эластичностью, на котором объем реализации зависит от понижения цены, монополия устанавливает более низкую цену. Это будет «дешевый рынок».

Модель дешевого рынка (рынок с высокой эластичностью)



Прибыль обеспечивается за счет роста объема продаж

Если бы рынок не был разделен, то суммарный доход, который при разделении равен сумме первого и второго прямоугольника, был бы меньше, а именно

