

# 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.

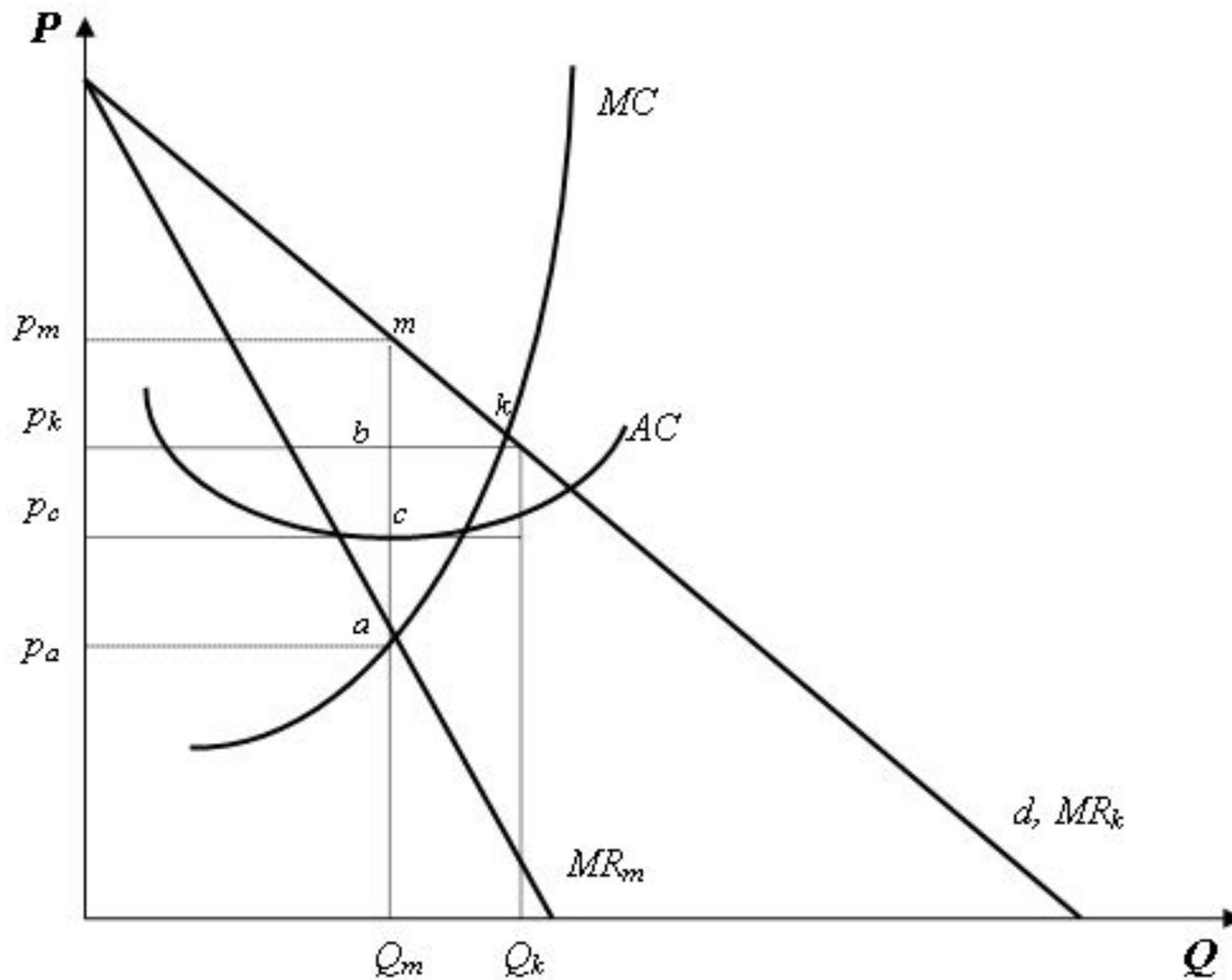


КАЗАЛОСЬ БЫ, МОНОПОЛИЯ МОЖЕТ ПРОИЗВОДИТЬ ЛЮБОЕ КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ И УСТАНОВЛИВАТЬ ЛЮБЫЕ ЦЕНЫ. НО И ДЛЯ МОНОПОЛИИ СУЩЕСТВУЮТ СЛЕДУЮЩИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ:

- 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.

