

Модель абсолютной монополии



Наиболее важные барьеры входа в отрасль:

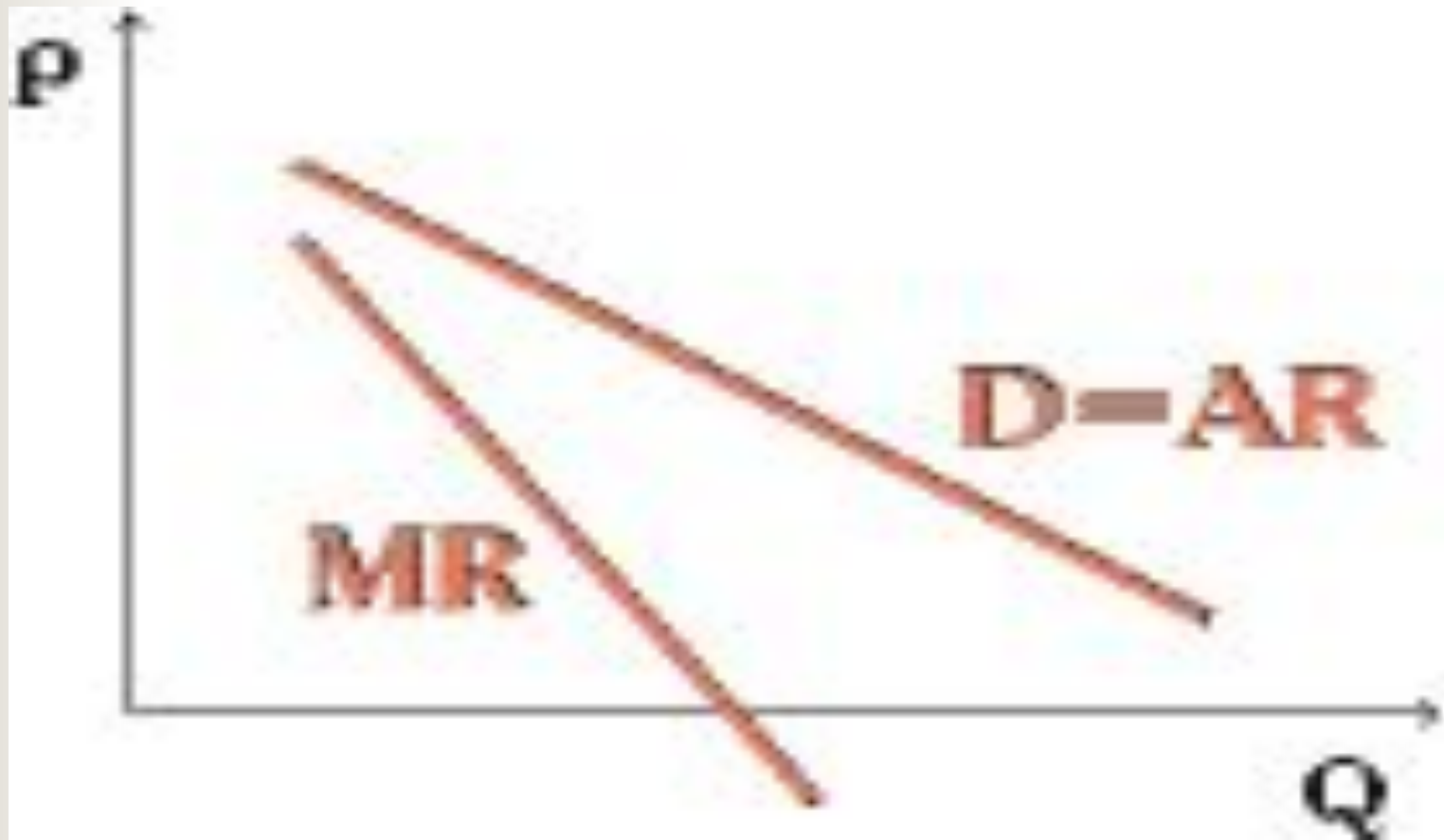
- Естественный монополизм
- Владение и контроль поставок редкого или стратегически важного сырья.
- Высокие транспортные расходы.
- Предоставление фирме правительственной лицензии быть исключительным производителем (продавцом, поставщиком) в данной области.
- Наличие у фирмы патента на продукцию или на технологический процесс, обеспечивающего ей исключительное право на производство и продажу какого-либо товара в течение определенного периода времени.
- Предложение такой продукции, которую потребители предпочитают продукции всех остальных фирм.



Основные виды монополии:

- *Естественная монополия;*
- *открытая монополия;*
- *закрытая монополия.*

Спрос и доход в условиях абсолютной монополии



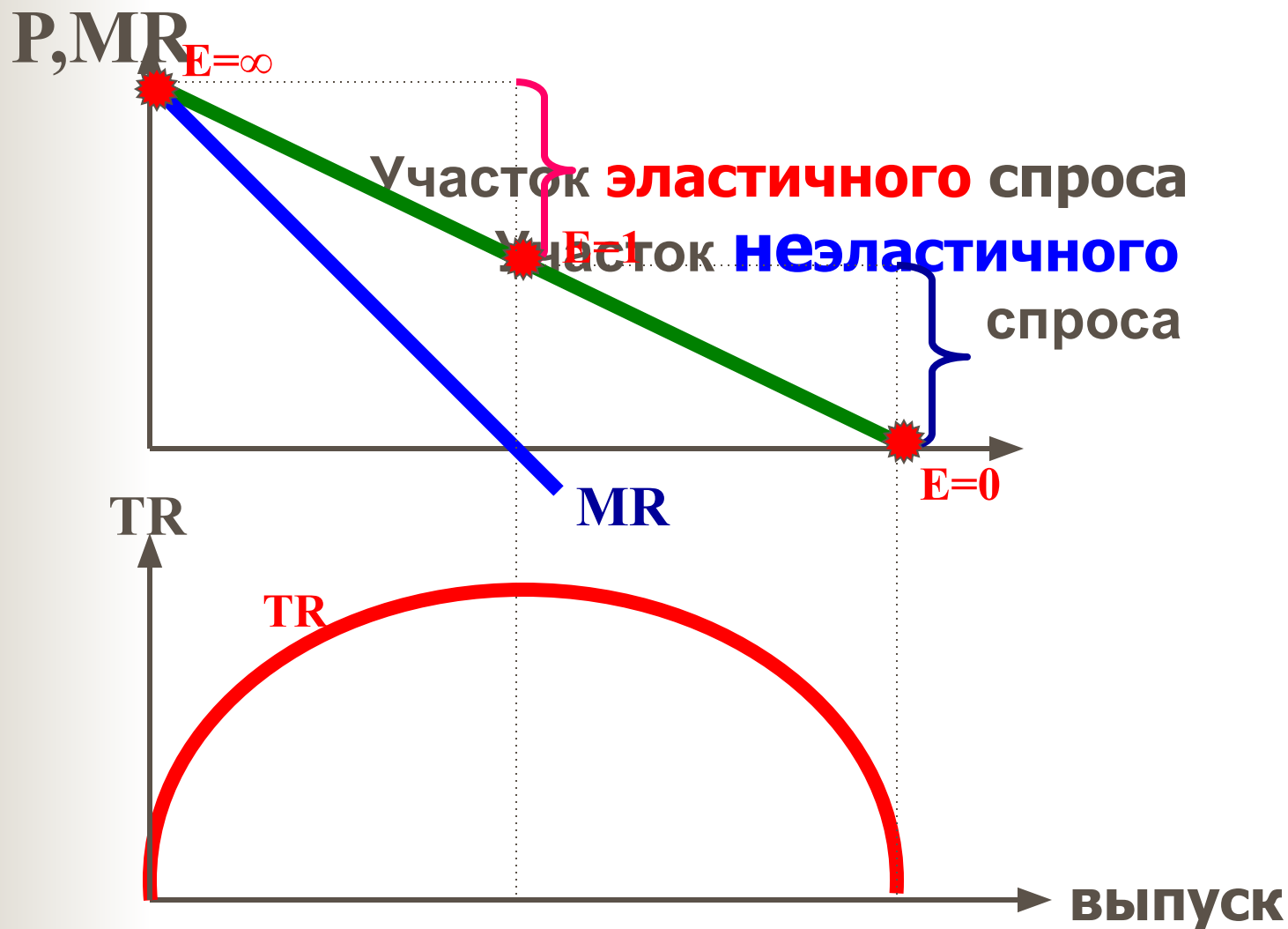
- 
- Убывающий характер спроса и дохода фирмы-монополиста означает, что между рыночными ценами и объемом продаж монополиста существует обратная зависимость, другими словами, монополист может продать дополнительную единицу товара, лишь снизив на него цену.



Поскольку фирма-монополист – единственный поставщик товаров на рынок чистой монополии, то:

- кривая спроса фирмы совпадает с кривой спроса всего рынка;
- кривая рыночного спроса (спроса фирмы –монополиста) имеет отрицательный наклон, расположена выше кривой предельного дохода и является главным ограничителем в деятельности фирмы;
- приспособление фирмы-монополиста к кривой рыночного спроса на краткосрочном временном интервале заключается в выборе фирмой оптимальной комбинации цены и объема поставки продукции, обеспечивающей максимизацию прибыли.

Спрос, предельный доход и совокупный доход: изменения ценовой эластичности спроса



Сравнительная характеристика совершенной конкуренции и чистой монополии

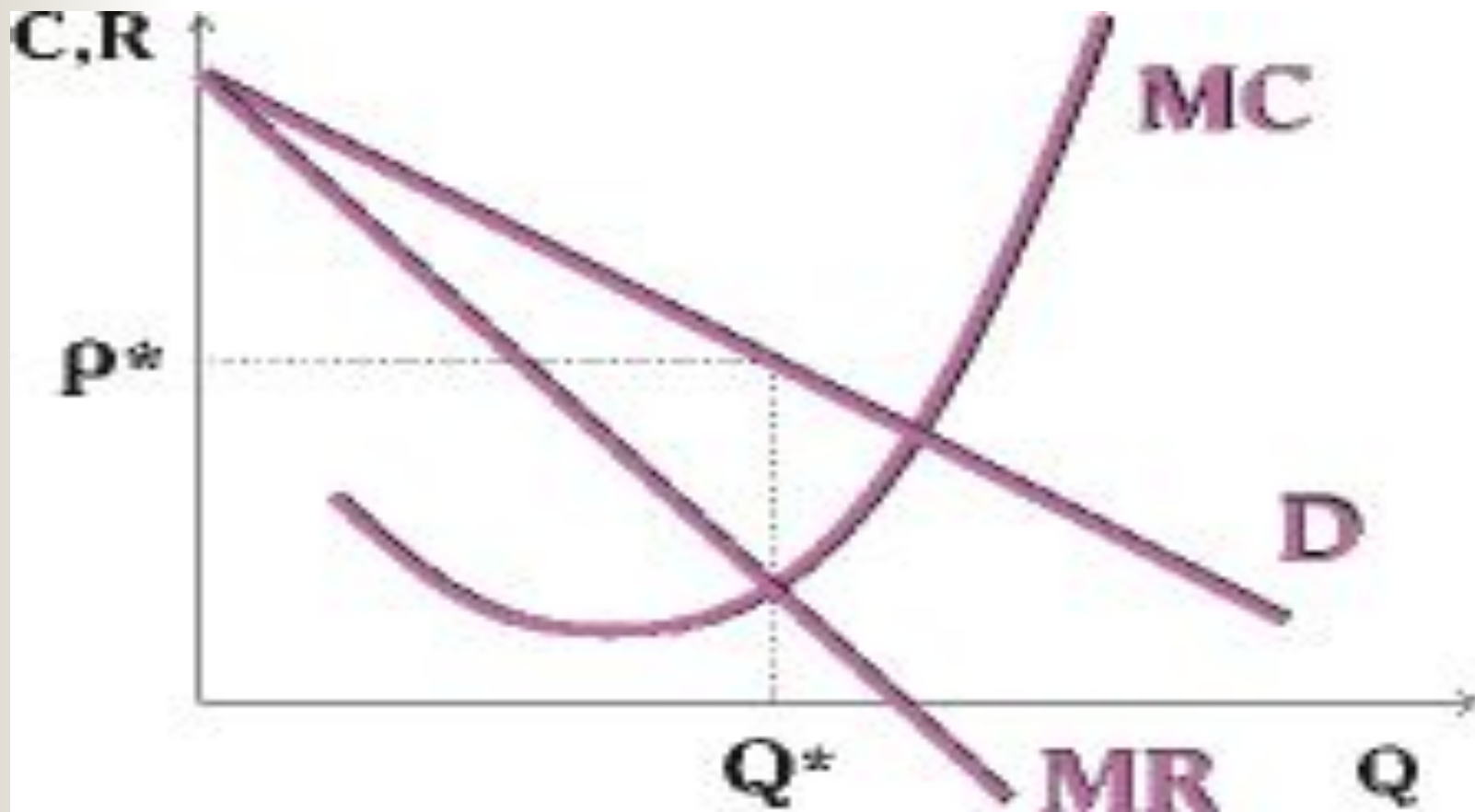
Показатель	Совершенная конкуренция	Чистая монополия
Кривая спроса на продукцию отдельной фирмы	Совершенно эластична, имеет вид прямой, параллельной оси объема и определяется рыночной ценой.	Тождественна кривой рыночного спроса и имеет отрицательный наклон.
Кривая среднего дохода (AR)	Тождественна кривой спроса на продукцию фирмы, $AR=P$, где $P=const$.	Тождественна кривой спроса на продукцию монополиста, $AR=P(Q)$, имеет отрицательный наклон.
Кривая предельного дохода (MR)	Тождественна кривой спроса при любом значении $Q>0$, $MR=P$, где $P=const$.	Лежит ниже кривой спроса при любом значении $Q>0$, $MR(Q)< P(Q)$



Адаптация монополиста к кривой рыночного спроса сводится к:

- Нахождение точки оптимума (оптимального сочетания цены и объема выпуска) и определение возможных стратегий поведения при изменении рыночного спроса.
- Учет эластичности рыночного спроса для определения точки оптимума и условий максимизации прибыли.
- Определение основных источников и способов реализации монопольной (рыночной) власти фирмы-монополиста.

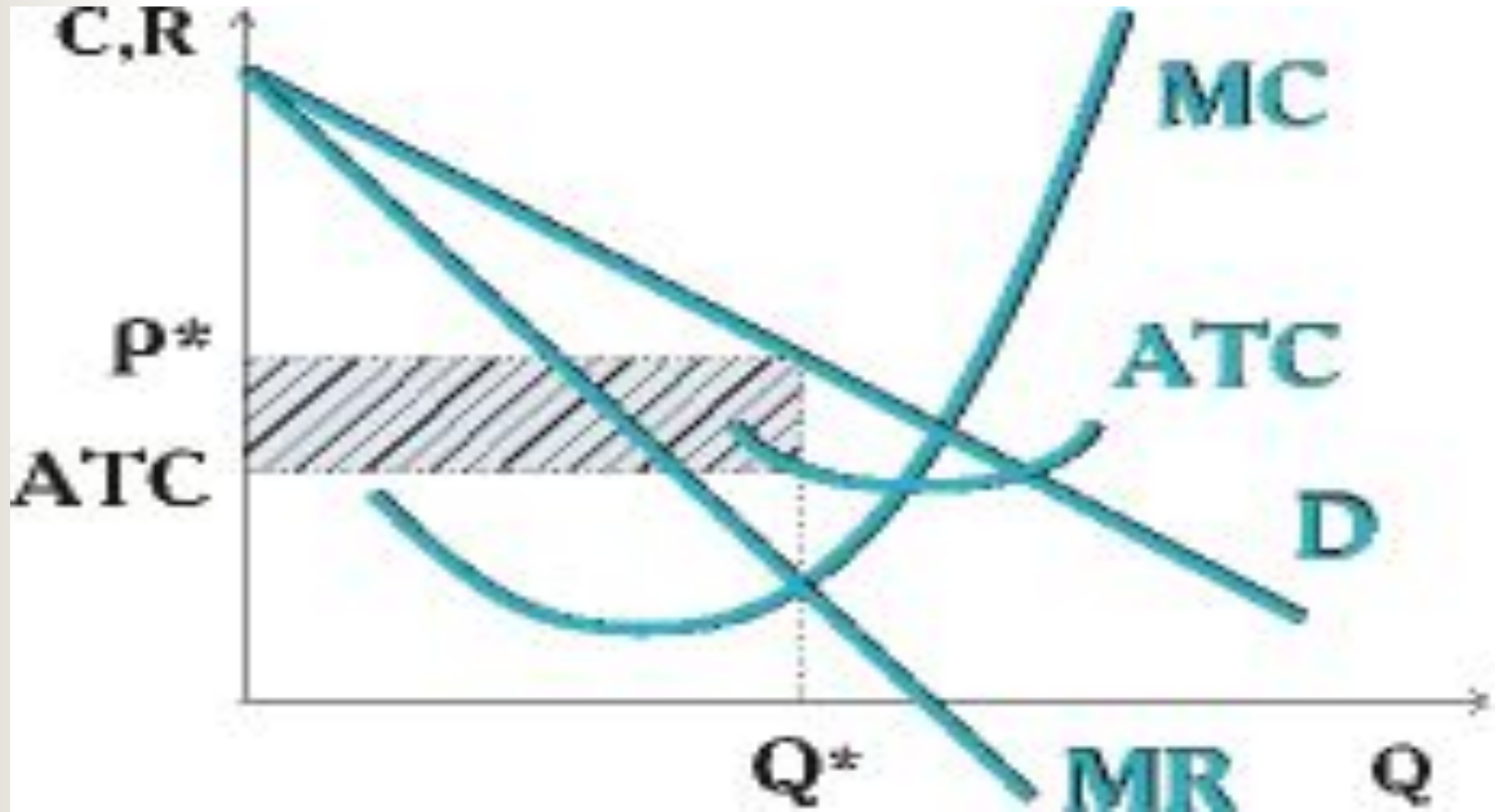
Точка оптимума фирмы- монополиста



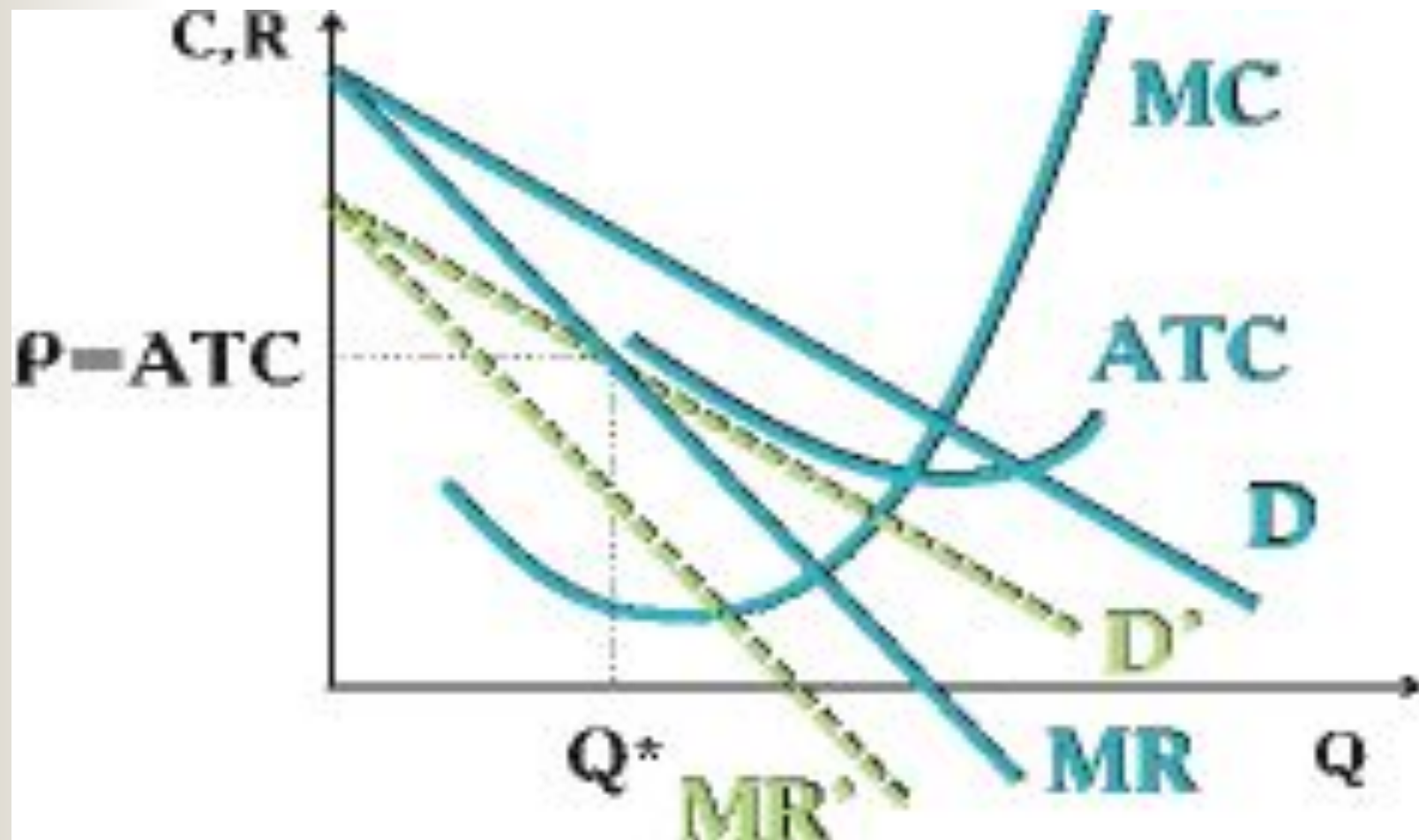


**Для фирмы-монополиста
нахождение точки
оптимума является
*необходимым, но не
достаточным условием
максимизации прибыли***

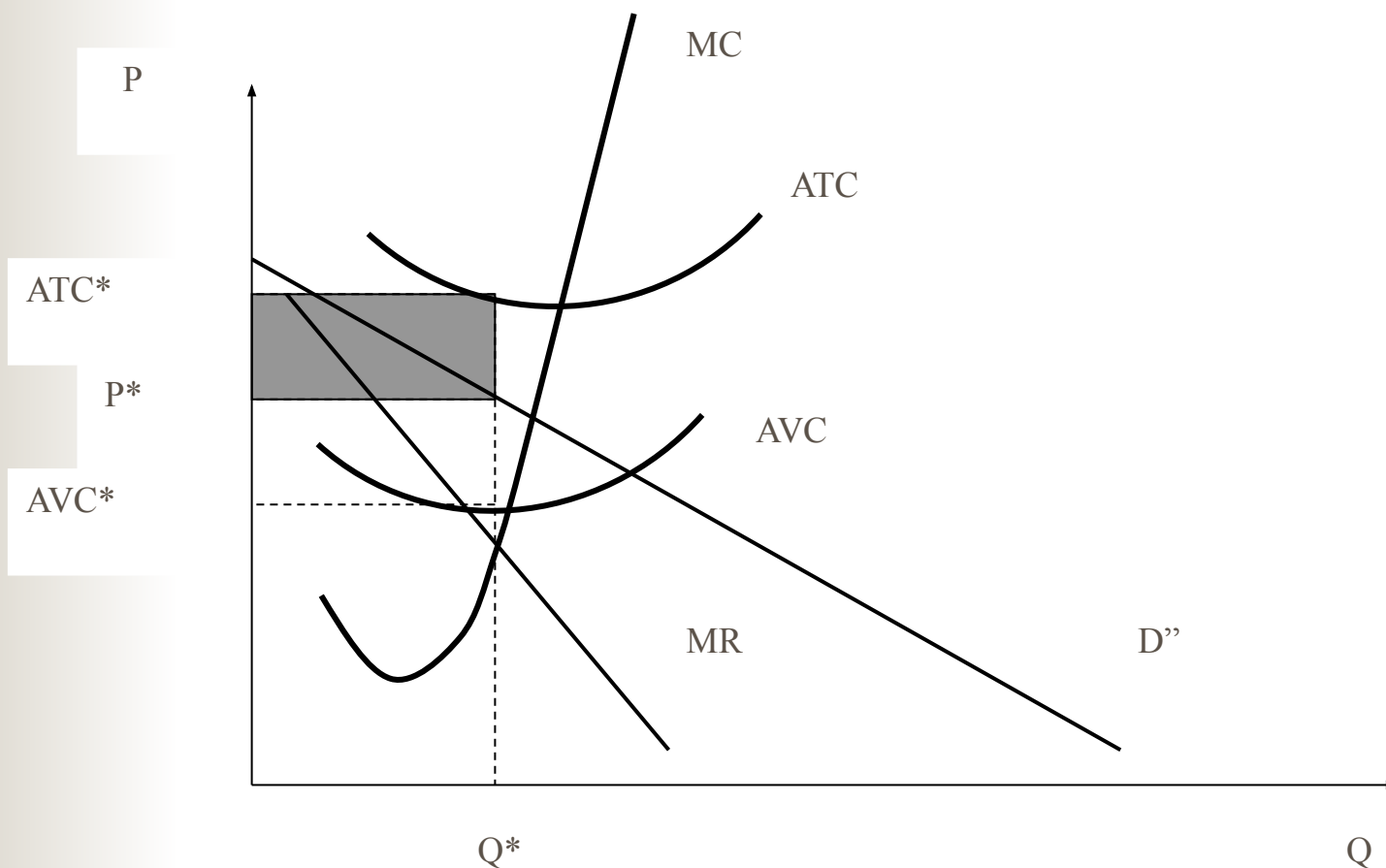
Максимизация прибыли фирмой-монополистом путем поставки оптимального количества товара по оптимальной цене $MR=MC$



Ситуация нулевой прибыли
фирмы-монополиста $P^*=ATC$



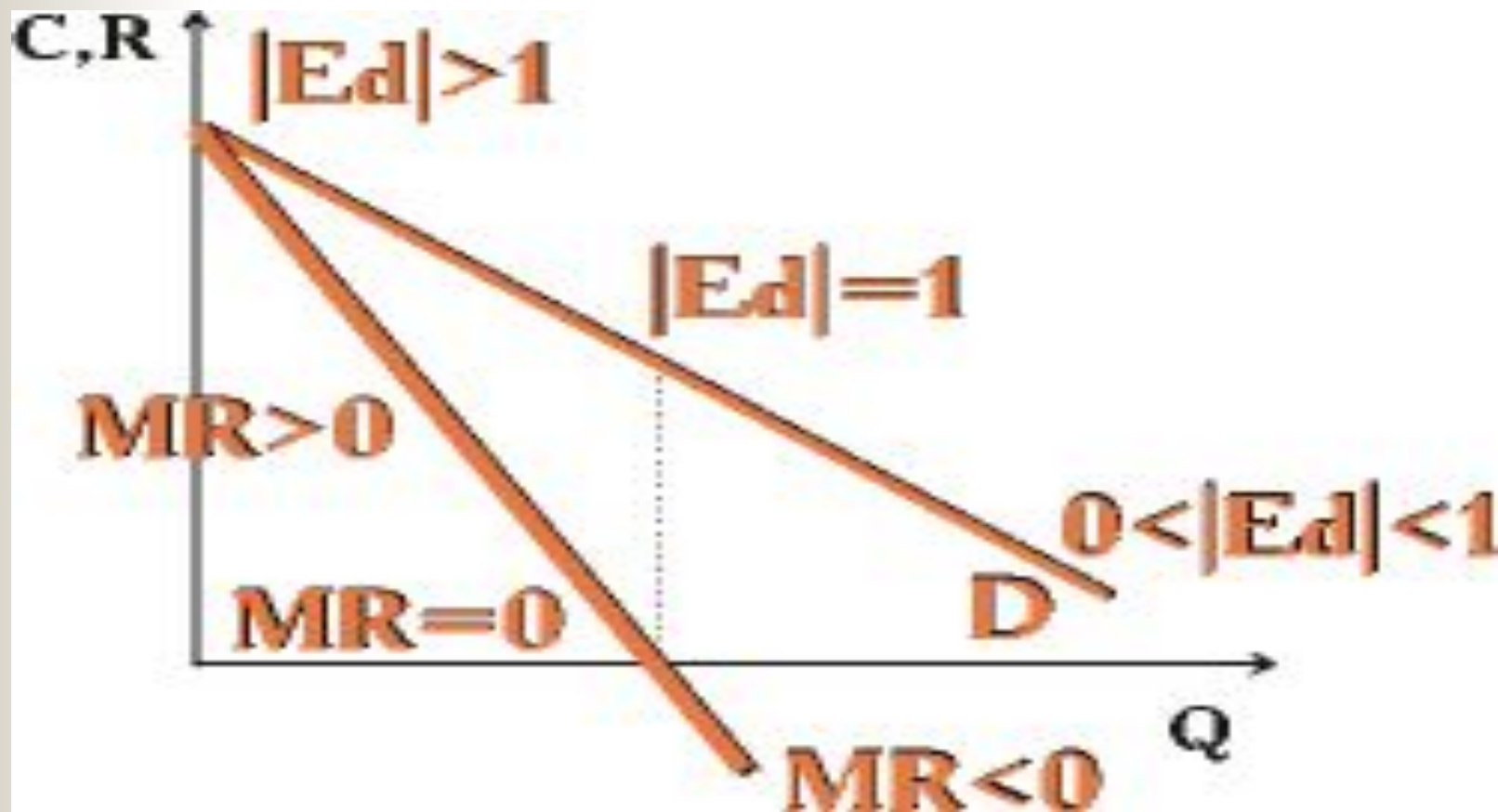
Минимизация убытков фирмы-монополиста путем поставки оптимального количества товаров по оптимальной цене





*Фирма-монополист
всегда выбирает такой
объем производства,
при котором спрос на
ее продукцию
эластичен по цене.*

Эластичность рыночного спроса и точка оптимума фирмы-монополиста

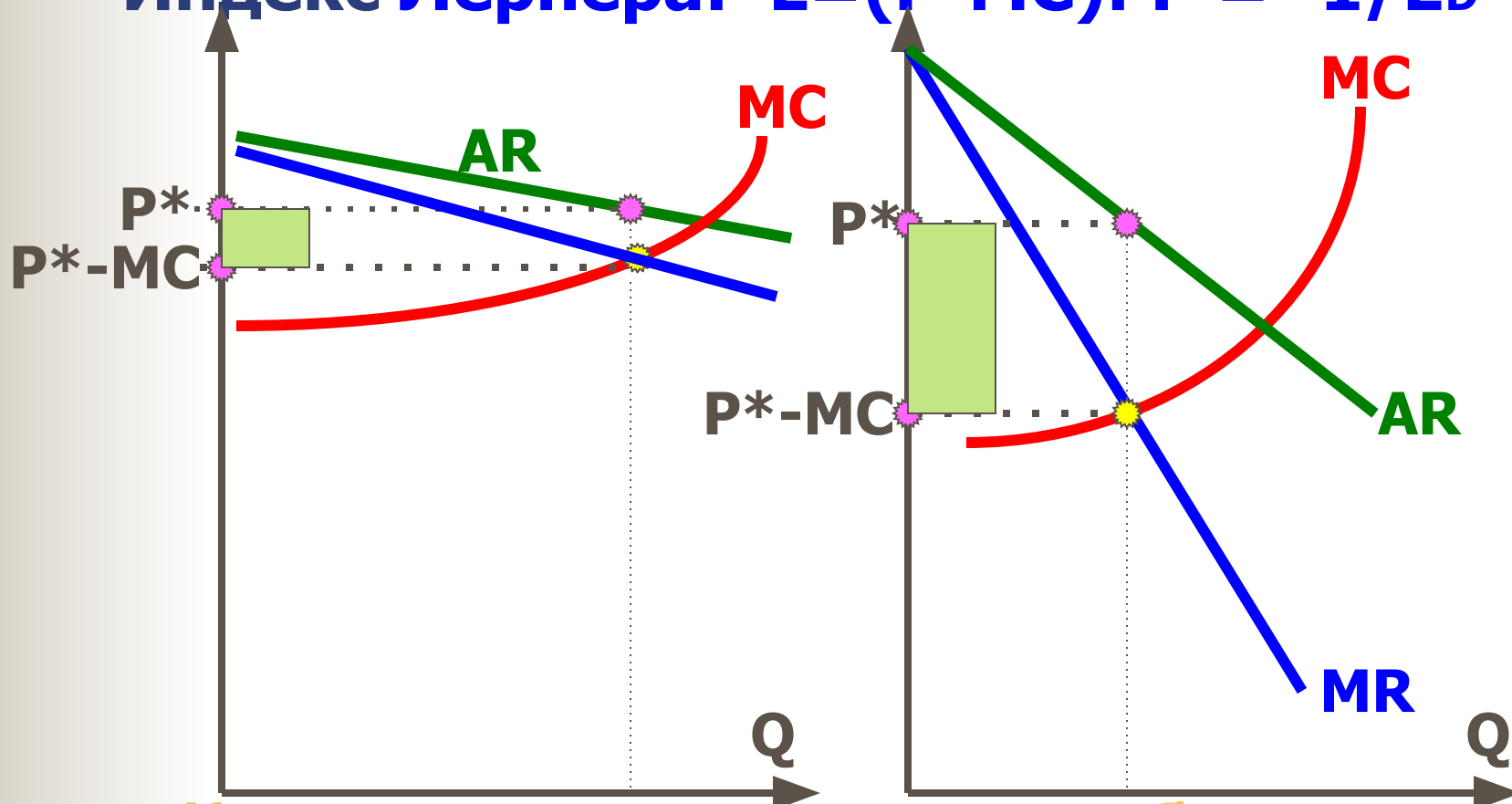




Индекс Лернера:

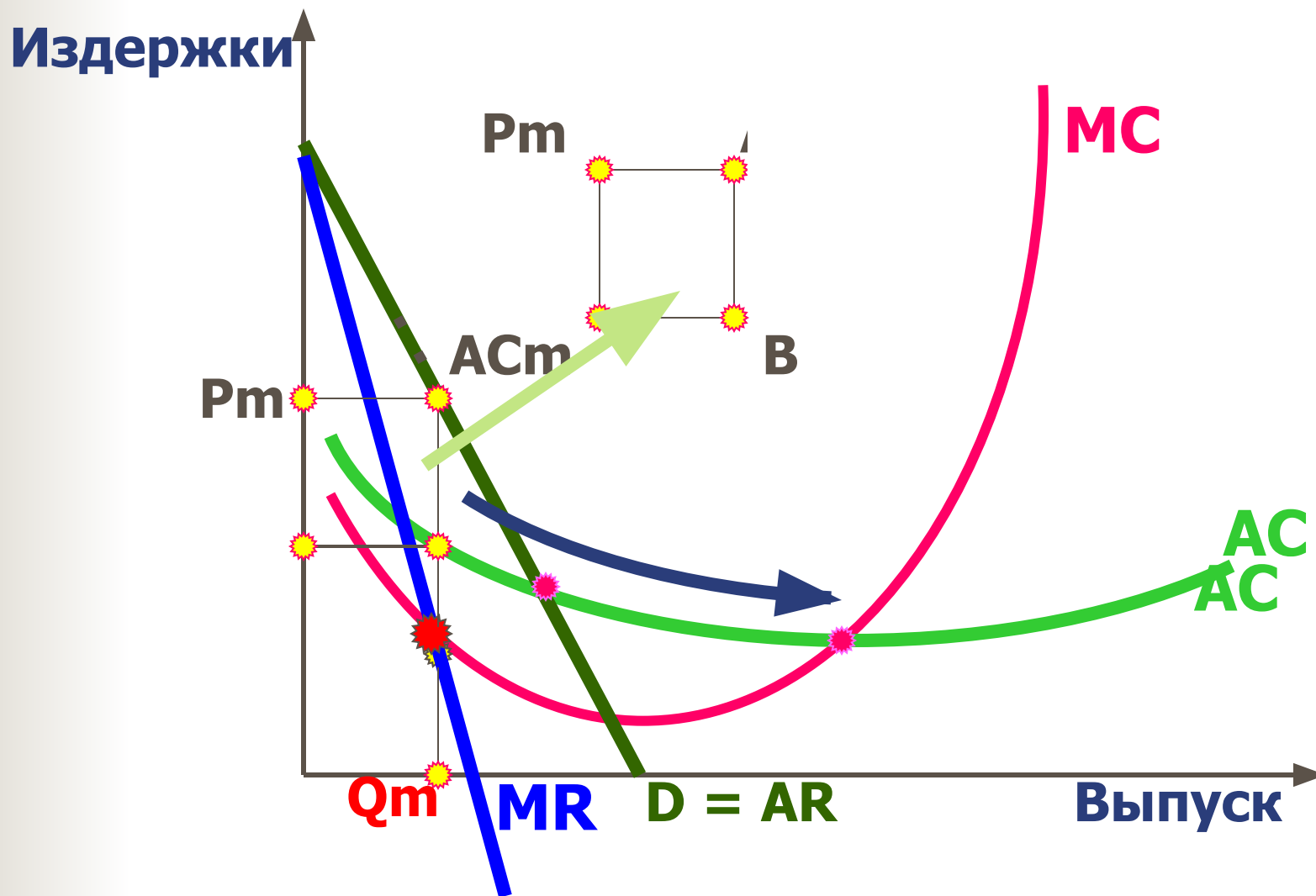
$$L = (P - MC) / P$$

Индекс Лернера: $L = (P - MC) : P = -1 / E_D$

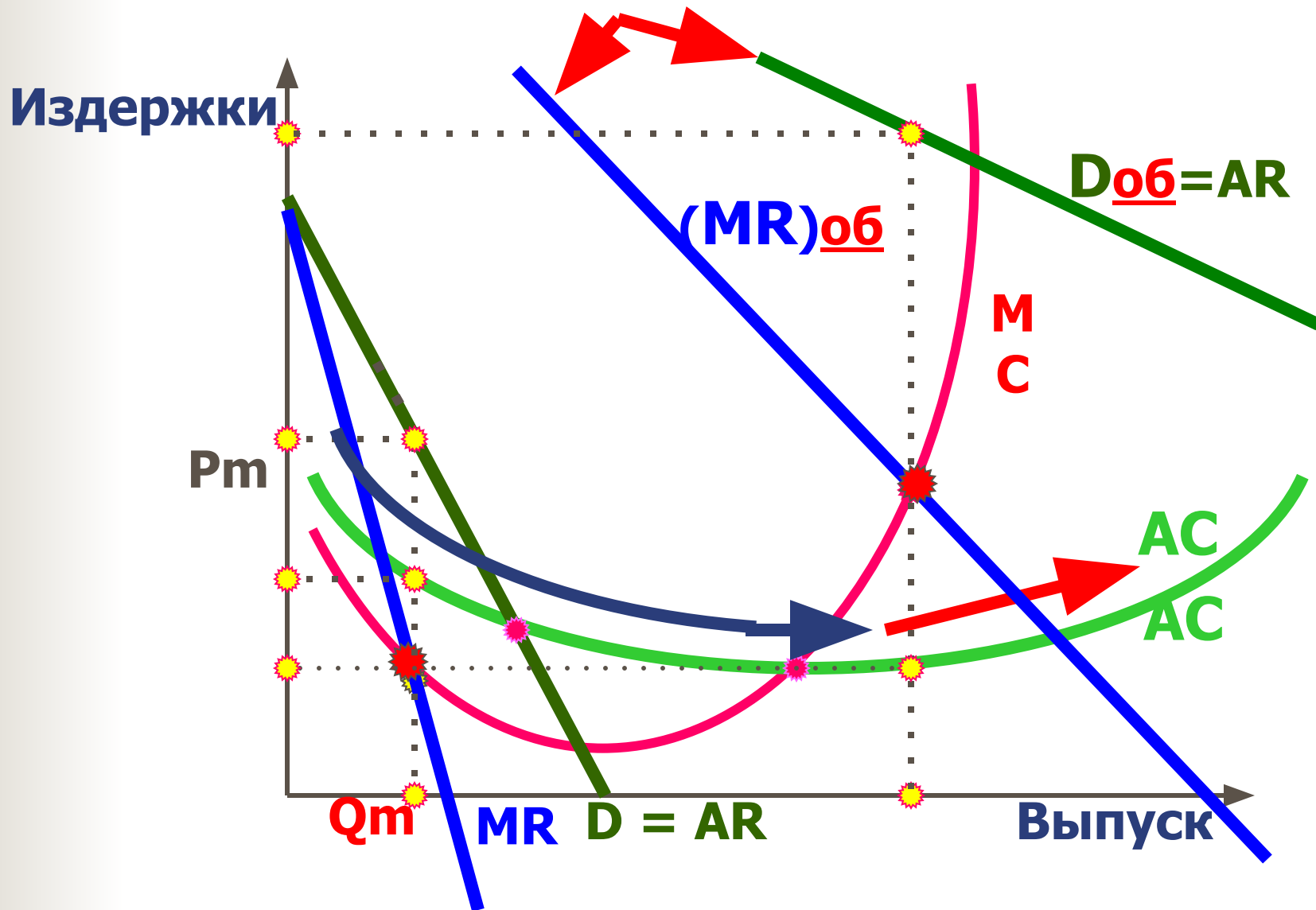


Как и в случае с налоговым бременем, “крутизна” обходится дороже...

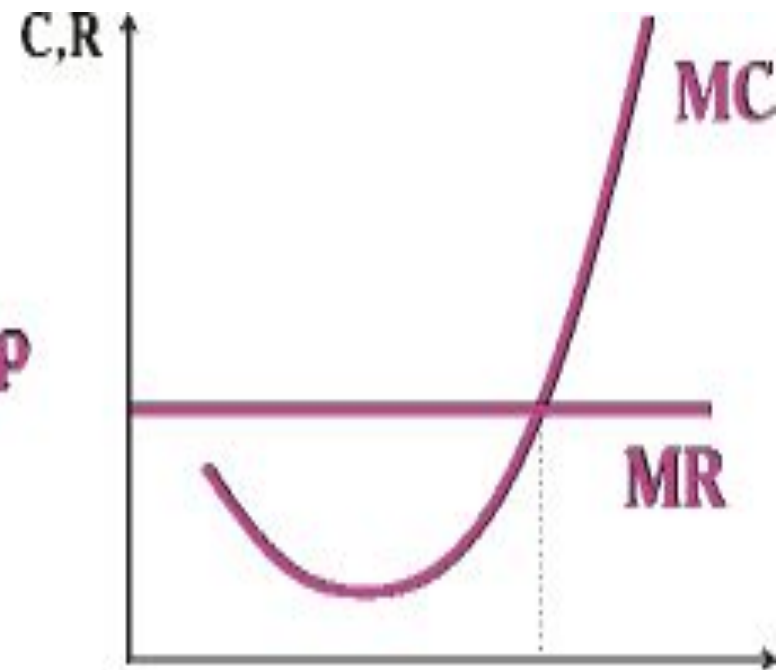
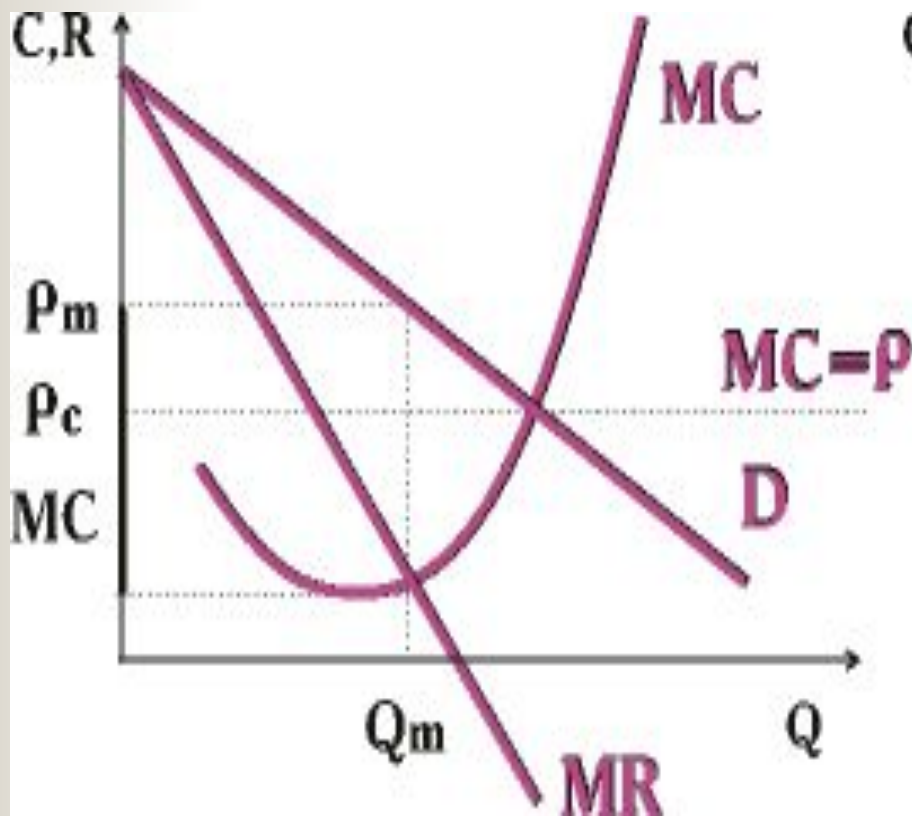
Естественная монополия и экономия от масштаба



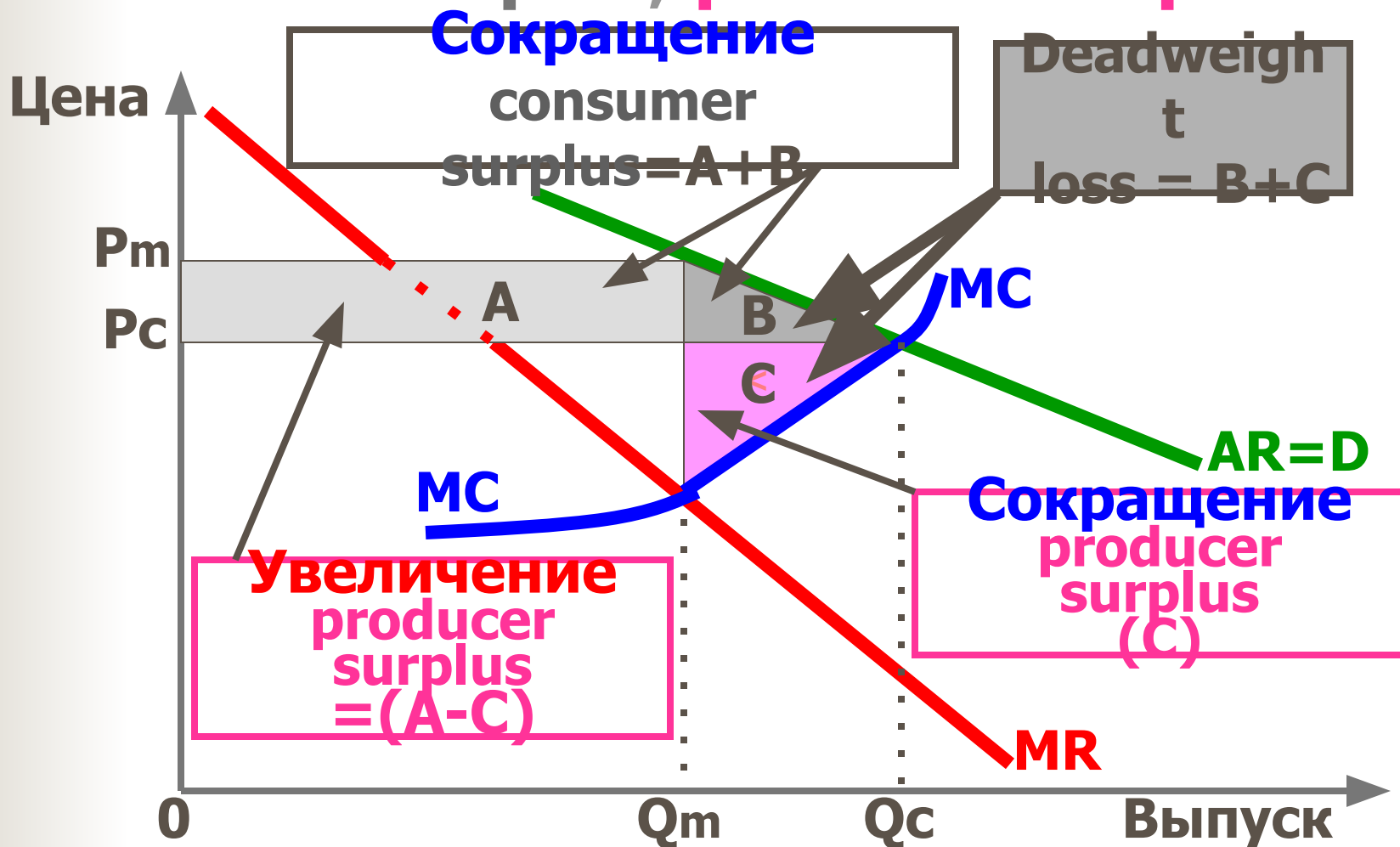
Естественная монополия, спрос, экономия от масштаба и... обыкновенная" монополия



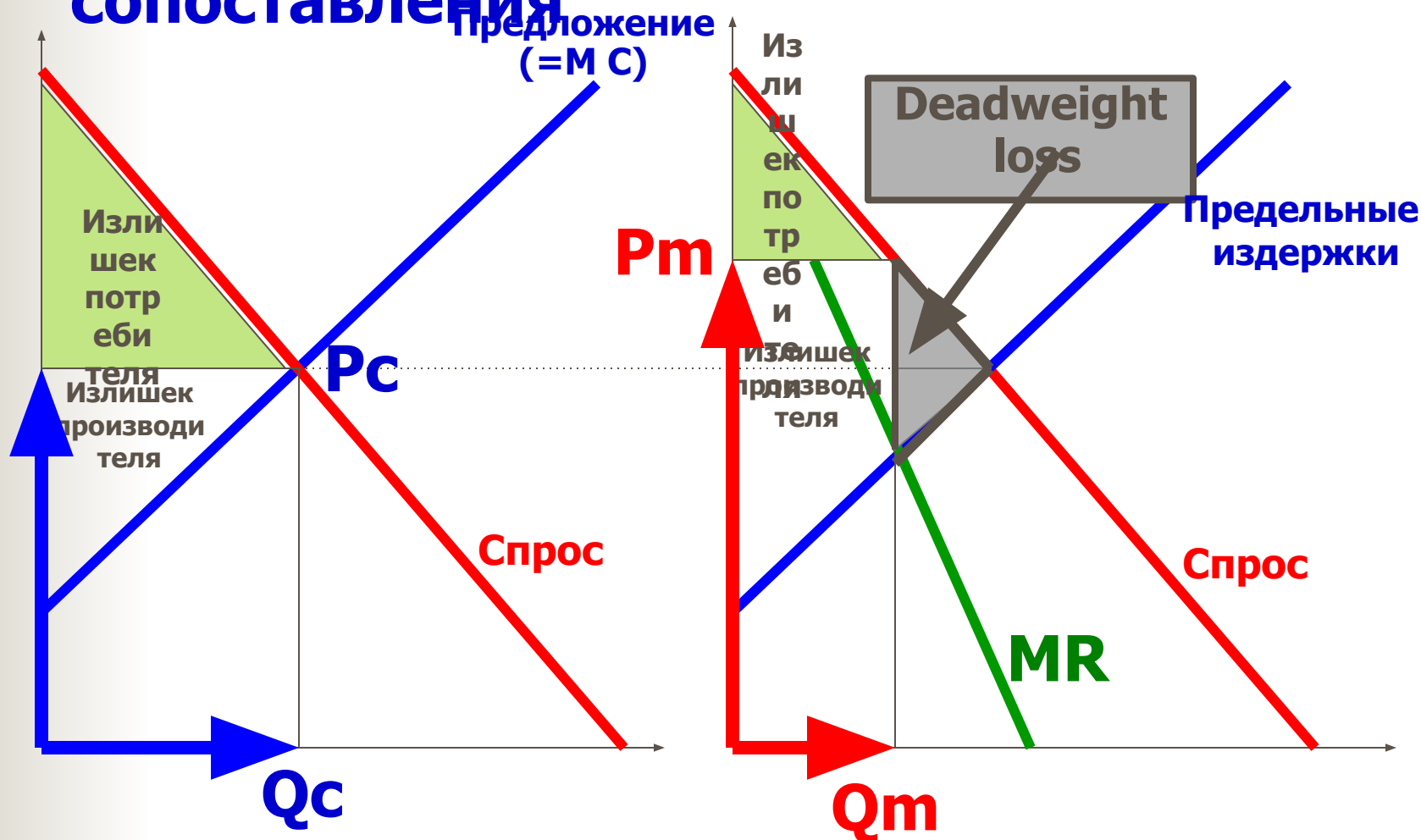
Монопольная власть фирмы



Монопольная власть и потребитель: deadweight loss, consumer surplus, producer surplus...



Рынок в условиях совершенной конкуренции и монополии: простые сопоставления





Рынок в условиях совершенной конкуренции и монополии: простые сопоставления

- 1) В условиях монополии излишек потребителя меньше, чем...
- 2) В условиях монополии излишек производителя больше...
- 3) В условиях монополии суммарные излишки потребителя и производителя меньше...
- 4) Чистые потери, как и в случае налогообложения, не достаются вообще никому.
- 5) Выясняется также, что **у монополии просто отсутствует кривая предложения.**



Ценовая дискриминация: сущность, виды



***Ценовая дискриминация -
политика установления
разных цен на различные
единицы одного и того же
товара для одного или
разных покупателей***



Для осуществления ценовой
дискриминации рынок
должен отвечать трем
условиям:

- Наличие монопольной власти на рынке;
- Невозможность перепродавать купленную продукцию;
- Возможность ранжировать потребителей по платежеспособности.



Если продавец *имеет возможность разделять покупателей на группы*, исходя из учета эластичности их спроса на товары, то покупателям, **спрос которых обладает ВЫСОКОЙ НЕЭЛАСТИЧНОСТЬЮ**, будет предложена высокая цена, а покупателям, **спрос которых обладает ВЫСОКОЙ ЭЛАСТИЧНОСТЬЮ**, будет предложена более низкая цена.



Присвоение излишка потребителя и

II. Совершенная (идеальная) Ценовая дискриминация: Рода

т.к. каждому покупателю назначается та цена, которую он готов заплатить,

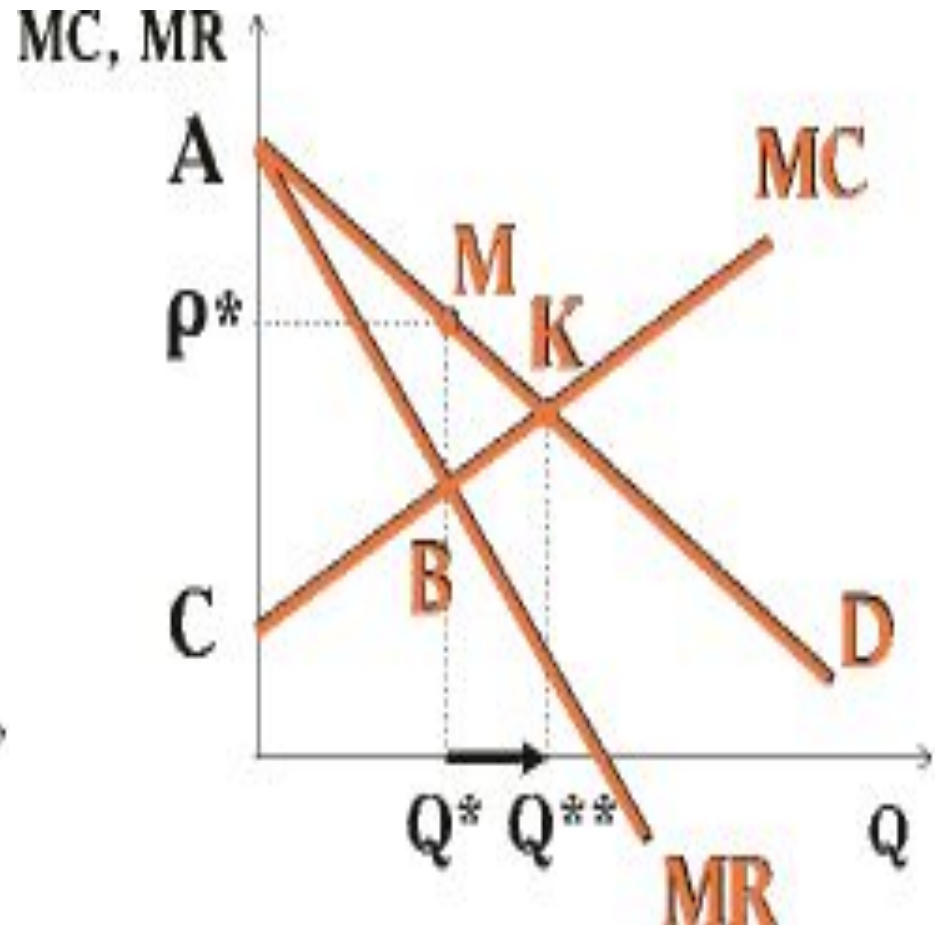
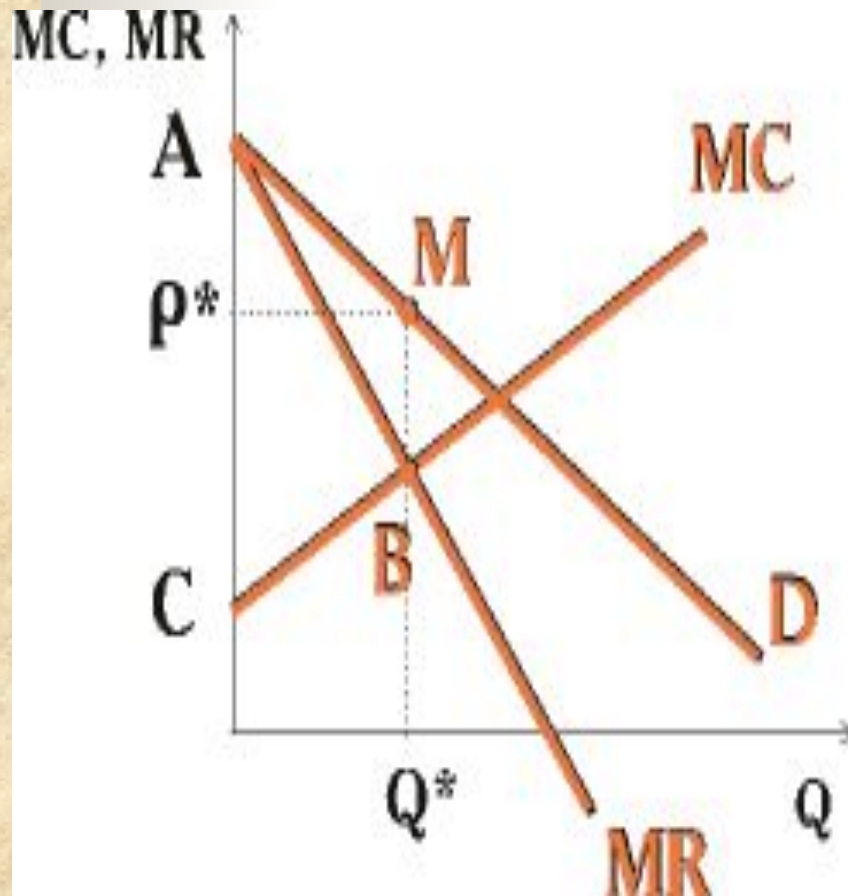
кривая MR перестает "работать" как "определитель" максимума прибыли при выборе объёма выпуска, т.к.

каждая последующая единица продукции продается по "своей" цене в соответствии с законом спроса на данном рынке.

Прирост дохода от каждой дополнительно произведенной единицы продукции просто равен цене, уплаченной за эту единицу.

Он (прирост) определяется кривой спроса.

Реализация монопольной власти без и с ценовой дискриминацией





Ценовая дискриминация II и III рода

Ценовая дискриминация II рода - назначение разных цен за различные количества одних и тех же товаров и услуг. Как правило существует в ситуации экономии от масштабов, когда АС и МС снижаются при росте объёмов выпуска (как в случае продажи электроэнергии “у них”...)

Ценовая дискриминация III рода - разделение потребителей на несколько групп, для каждой из которых характерна своя кривая спроса (“бедные платят меньше”).

Нелинейное ценообразование

