

Тема. 10 Чистая монополия

10.1. Чистая монополия. Определение цены и объёма производства в условиях чистой монополии.

Чистая монополия это такая ситуация на рынке, которая характеризуется следующими условиями:

1. один продавец, обеспечивающий отраслевой объём;
2. продукт уникален, нет заменителей;
3. полный контроль над ценой и объёмом выпуска;
4. вступление в отрасль заблокировано.

Каким образом монополии выбирают объём выпуска, позволяющий максимизировать прибыль?

Решающие различия между чистым монополистом и конкурентным продавцом лежат на стороне рыночного спроса. Т.к. чистый монополист является отраслью, его кривая спроса, или продаж, представляет собой кривую отраслевого спроса, которая является нисходящей. На основе нисходящего характера кривой спроса можно сделать следующие выводы.

Первый вывод. Чистая монополия может увеличить свои продажи, только назначая более низкую цену на единицу своей продукции. Это является причиной того, что предельный доход становится меньше, чем цена (средний доход) для каждого уровня выпуска, кроме первого.

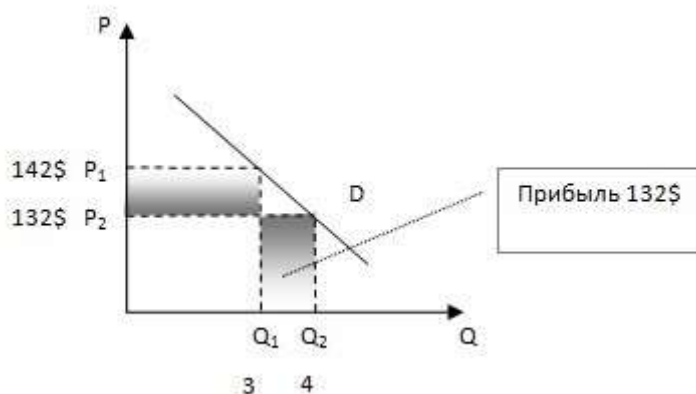


Рис. 9.3. Цена и предельный доход в условиях чистой монополии.

Т.к. предельный доход есть прирост общего дохода, связанный с каждой дополнительной единицей продукции, снижающиеся значения предельного дохода означают, что общий доход будет расти замедляющимся темпом.

Зависимости между кривыми спроса, предельного дохода и общего дохода графически изобразим на рисунке 9.4.

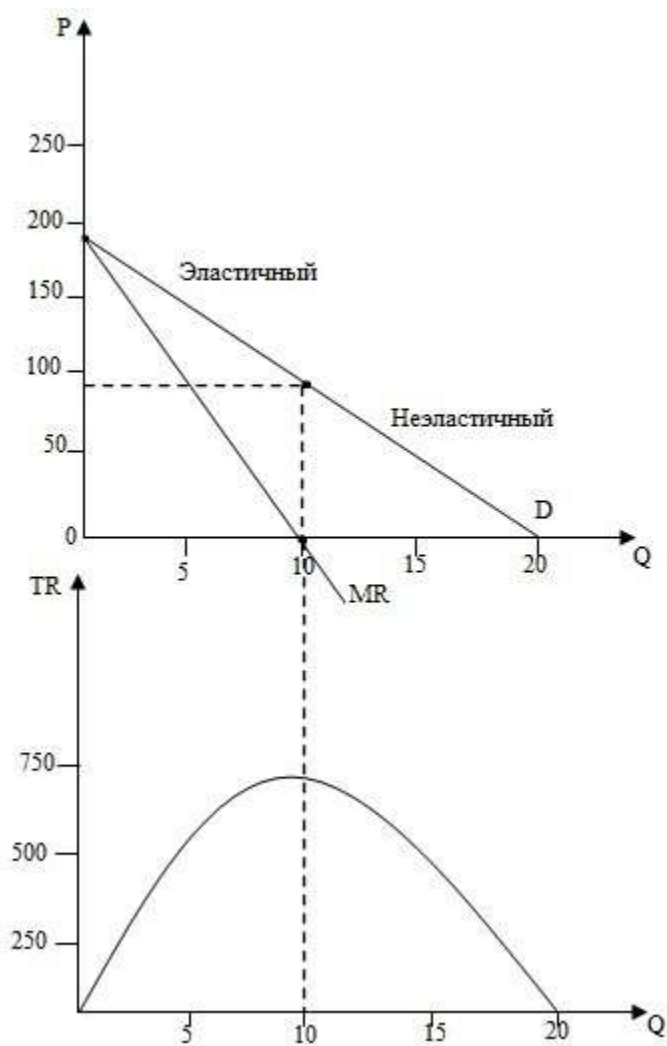


Рис.9.4. Спрос, предельный и общий доход фирмы в условиях чистой монополии.

Т.к. фирма должна снизить цену, чтобы увеличить свои продажи, кривая ее предельного дохода лежит ниже её понижающейся кривой спроса. Общий доход увеличивается снижающимся темпом. До тех пор, пока общий доход увеличивается, предельный доход является положительным. Когда общий доход достигает своего максимума, предельный доход будет равен нулю. И когда общий доход уменьшается, предельный доход становится отрицательным.

Второй вывод. Монополист неизбежно определяет цену, решая, какой выпустить объём продукции. Он одновременно выбирает и цену, и объём производства. Поскольку кривая спроса зафиксирована, он не может повысить цену без потери продаж или увеличить продажи без назначения более низкой цены.

Третий вывод. Когда спрос эластичен, уменьшение цены будет увеличивать общий доход. Когда спрос является не-эластичным, падение цены уменьшит общий доход.

Следовательно, максимизирующий прибыль монополист, стремится избегать неэластичного отрезка кривой спроса в пользу некоторой комбинации «цена-количество» на эластичном отрезке. Какую комбинацию выберет монополист, зависит не только от спроса и данных о предельном доходе, но также и от издержек. Стремящийся к прибыли монополист будет производить каждую

последующую единицу продукции до тех пор, пока ее реализация обеспечивает больший прирост общего дохода, чем увеличение общих издержек. Т.е. фирма будет наращивать производство продукции до такого объема, при котором предельный доход равен предельным издержкам ($MR=MC$).

10.2. Монополия и экономическая власть. Формы монополистических объединений.

Следует отметить, что объектом интереса в национальной экономике является не сама монополия и её доминирующее положение на рынке, а такое понятие как монополизм.

Монополизм – это такой тип экономических отношений, когда хозяйствующий субъект навязывает контрагентам выгодные для себя действия, эксплуатирует в своих интересах рыночный спрос через получение высоких прибылей.

Монополизация национальной экономики обусловлена следующими факторами:

- 1-ый**, стремление фирмы максимизировать объём прибыли, что ориентирует на расширение масштабов производства;
- 2-ой**, дифференциация товаропроизводителей в соответствии с законами рынка, когда выделяются процветающие фирмы и менее удачливые, которые вынуждены покидать отраслевой рынок;
- 3-ий**, преимущества крупного производства, которые имеют объективный характер; длительное сохранение положительного масштаба производства, при снижении средних и предельных издержек;
- 4-ый**, влияние научно-технического прогресса, когда возможность внедрения новшества предполагает наличие крупного капитала, а само внедрение такого новшества обуславливает появление дополнительных экономических преимуществ;
- 5-ый**, издержки конкурентной борьбы, что сопровождается возрастанием общего риска хозяйствования и способствует образованию экономических монополий;
- 6-ой**, модель реализуемой экономической политики, которая способствует образованию т.н. «национальных чемпионов» (налоговые льготы, субсидии и т.д.).

В образовании монополий обнаруживаются две основные тенденции:

- 1) появление крупных предприятий или фирм на основе концентрации производства и их доминирующего положения в отрасли;
- 2) образование союзов или достижение соглашений ряда крупных и средних фирм.

Существуют различные формы монополистических союзов. К высшим из них относятся:

- 1) **Картель** – это объединение ряда предприятий одной отрасли, которое не ограничивает их самостоятельность, но предполагает установление единых цен, раздел рынка и определение квоты на производство и реализацию продукции (основные картели действуют на рынках нефти, кофе, олова).
- 2) **Синдикат** – это объединение ряда предприятий одной отрасли производства при ликвидации их коммерческой самостоятельности. В этом случае обеспечиваются совместные закупка исходного сырья и реализация продукции.
- 3) **Трест** – предполагает объединение собственности и управления ряда предприятий одной или нескольких отраслей национальной экономики при полной ликвидации их самостоятельности. В этом случае формируется корпоративная собственность, возникают акционерные общества, что позволяет монополизировать источники сырья, перевозку и др.

- 4) **Концерн** – это объединение предприятий ряда отраслей национальной экономики, включая банки, транспорт, торговые компании. Что предполагает диверсификацию, т.е. разностороннее развитие, разнообразие. Концерн является наиболее развитой формой объединения предприятий, которое осуществляется посредством системы участия и финансовых связей. Входящие в концерн предприятия номинально остаются самостоятельными, а фактически подчинены единому хозяйственному центру.

Для длительного поддержания монопольной власти используются определённые условия или так называемые «барьеры для вступления в отрасль». К их числу относятся:

- 1) исключительные права, полученные от правительства (по закону только местная электрическая компания может поставлять Вам электроэнергию);
- 2) собственность на весь объём какого-либо производственного ресурса («Объединённые прииски Де Бирс», все источники поставок алмазов до начала 80-х годов);
- 3) патенты и авторские права («Ксерокс» - в течение многих лет контролировал процесс изготовления копий (ксерография));
- 4) преимущество низких издержек крупного производства.

Конечно, процесс монополизации не исключает конкуренцию полностью. Существует конкуренция внутри самих экономических монополий, между монополиями и аутсайдерами (фирмы, занимающие незначительное и малозначащее место на рынке), между монополиями национальных экономик. Монополии ведут борьбу за источники сырья. В ход идёт монополизация научно-технической информации, кредита, а также специальные соглашения с потребителями.

В теории и на практике фиксируются пределы монополизации национальной экономики:

- 1) можно монополизировать ту или иную научную разработку, но НТП предлагает новые разработки;
- 2) рост цен провоцирует появление мелких фирм, для которых производство становится выгодным
- 3) монополизированный товар испытывает всё возрастающее воздействие со стороны товаров-заменителей;
- 4) рост цен на национальном рынке усиливает стремление иностранных фирм проникнуть на него со своими товарами и капиталами;
- 5) концентрация производства постепенно наталкивается на исчерпание положительного масштаба производства;
- 6) ограничения в рамках антитрестовского регулирования и действующих нормативных актов.

Для определения степени экономической власти монополий используются различные показатели. Например, индекс монопольной власти Абба Лернера:

$$I = (P_m - MC) / P_m, \text{ где}$$

I – лернеровский индекс монопольной власти;

P_m – монопольная цена;

MC – предельные издержки.

В условиях совершенной конкуренции $MC=P$, следовательно, индекс равен нулю. Если индекс представляет положительную величину, то фирма обладает монопольной властью. Чем выше этот показатель, тем больше монопольная власть.