

# Монополия

Занятие: 8

Виды монополии. Особенности монопольного рынка. Экономика монополии.



# Определение

Понятие монополии имеет три значения. Одно касается определения компании, имеющей признаки монополии, второе – описывает состояние рынка, третье относится к праву.

1. Компания, которая находится на рынке с одним доминирующим продавцом и большим количеством потенциальных покупателей.
2. Монополией также называется сам рынок с одним доминирующим продавцом.
3. Монополия - исключительное, эксклюзивное право на какую-либо деятельность (например, ФРС обладает исключительным правом эмитировать доллары).



# Разновидности монополий

Помимо монополий, образованных как следствие сложившейся рыночной конъюнктуры (Microsoft) или получения определённых государственных преференций (Британская Ост-Индская компания в 17-м веке), выделяют также следующие виды монополий:

Естественная монополия – состояние рынка, при котором удовлетворение спроса эффективнее в отсутствие конкуренции (в связи с ярко выраженным эффектом масштаба или технологиями).

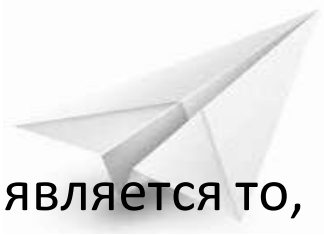
Примеры – РЖД, Транснефть, ФСК. В базовых отраслях существование конкуренции в чистом виде может быть неоправданно. Нет необходимости в трёх ж/д магистралях между двумя населёнными пунктами. Строительство параллельной газопроводной системы через всю страну не окупится в виду отсутствия дополнительного объёма газа. В России естественные монополии как правило принадлежат государству, на Западе – могут быть частными, но с регулированием.



## Разновидности монополий (2)

В экономике также есть понятие чистой монополии. Оно относится к компаниям, занимающим монопольное положение на рынке благодаря наличию эксклюзивных коммерческих прав, как правило, патентов, действующих определённый срок. Важно, чтобы товар при этом не имел близких заменителей. Больше всего примеров чистых монополий – в фармацевтике.

Пример: Компания Bayer AG в 1899 году запатентовала вещество, синтезированное полувеком раньше французским химиком, под маркой Aspirin. Следующие 20 лет данный препарат выпускался только фирмой Bayer и оставался самым продаваемым видом лекарств в Европе и США. Вторым самым продаваемым медикаментом в тот период было также запатентованное компанией Bayer средство от стрессов и болей Heroin. Bayer обладал чистой монополией на рынках данных препаратов. В дальнейшем аспирин стал дженериком – лекарством, которое можно производить без ограничений, а второй препарат был запрещён из-за наркотического воздействия.



# Особенности монополии

Главной отличительной чертой монополистического рынка является то, точка рыночного равновесия возникает не на “стихийном” уровне, где производственные возможности продавцов гармонизируются с уровнем платежеспособного спроса на товар, а фактически определяется монополистом искусственно, на том ценовом уровне, при котором максимизируется его собственная прибыль. Как правило (хотя и не всегда), объём предложения товара монополистом меньше, чем он был бы в условиях нормальной конкуренции.

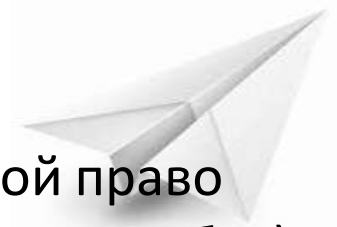
**Важно:** каким бы не был уникальным товар или услуга монополиста, его власть над рынком всё равно имеет ценовые и временные пределы. Например, при быстром росте ж/д тарифов, отправители грузов переключаются на перевозку по автодорогам, рост стоимости лицензионных операционных систем вызвал интерес к независимым программным кодам (Linux), даже у уникальных лекарств могут быть те или иные, пусть и менее эффективные, заменители.

# История монополии



Всю историю человечества увеличение прибыли через ограничение конкуренции на региональных рынках, а также рынках определённых товаров, было, к сожалению, одним из главных побудительных мотивов для войн и завоеваний, начиная от античности, включая обе мировые войны, и заканчивая недавним вторжением США в Ирак.

Так, в 4-м веке до н. э. город-государство Карфаген в силу ряда факторов имел монополию на торговлю во всём Средиземном море. Это не устраивало молодую Римскую Империю. В результате трёх пунических войн Карфаген был стёрт с лица земли. В средние века монополией на определённую деятельность в пределах одного города имели цеха. В эпоху великих монархий эпохи Возрождения дарования королями различных монополий (привилегий) было самым распространённым способом награды своим придворным. Как правило, в странах, где это применялось особенно широко, экономическое положение заметно ухудшалось.



# История монополии (2)

При этом, само государство, как правило, оставляло за собой право монополии в отраслях с неэластичным спросом (соль, алкоголь, табак).

Бурный рост монополий, впервые в истории основанный не на спекулятивном воздействии на рынок, а на эффекте масштаба (экономии на издержках) при крупном машинном производстве, начался во второй половине 19-го века. Буквально на всех рынках стали возникать те или иные формы монополистических объединений.

Ринг или корнер – краткосрочные соглашения о единой политике.

Синдикат – то же самое, но на долгосрочной основе.

Пул – разные компании, но единый центр прибыли

Трест (trust) – фактическое слияние активов и деятельности.

Одновременно, и в Америке, и в Европе возникло мощное, хотя и не всегда эффективное антимонополистическое законодательство.

# История монополии (3)



Самая знаменитая и успешная в истории коммерческая монополия – компания Standard Oil, принадлежавшая Джону Рокфеллеру. Была основана как одна из многих мелких нефтедобывающих компаний на заре индустрии. Первой стала проводить политику активного поглощения конкурентов, взяла под контроль ж/д перевозки нефти, развивала переработку. К 1880-му году контролировала 95% всей нефтяной индустрии США. В 1911 году, по требованию властей, монополия была разбита на ряд более мелких компаний, что только увеличило их суммарную капитализацию. Сам Джон Рокфеллер отошёл от дел и скончался в возрасте 98 лет.

В наше время:

Стоимость состояния Рокфеллера с учётом инфляции за сто лет - \$192млрд.

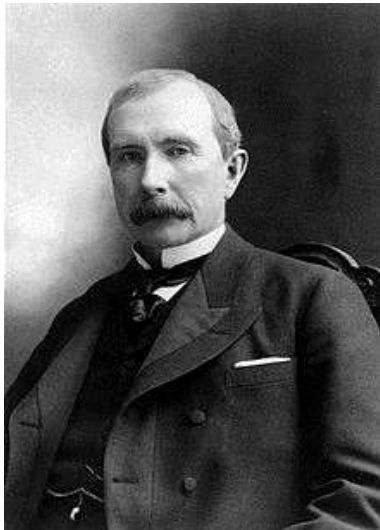
Стоимость его состояния как доля в ВВП США тогда и сейчас - \$318млрд.





# История монополии (4)

- Стоимость нефтяных компаний, принадлежавших Рокфеллеру, сегодня (Exxon Mobil, Amoco, Chevron и других) – **\$1.1трлн.**
- Рокфеллер, официально признанный первым миллиардером в истории человечества в 1897 году, просто владея акциями тех же компаний, в 2000-х стал бы и первым триллионером в истории. Только лишь потому, что его состояние разводнилось между многими поколениями наследников, слова триллионер в языках мира пока не существует.
- Если триллион долларов обналичить 100-долларовыми купюрами, то из них можно сложить пачку высотой в 1,500 километров, что в три тысячи раз выше Останкинской башни, или в 15 раз выше линии космоса.





# История монополии (5)

- Монополистическая конкуренция в континентальном масштабе стала одной из главных причин 1-й мировой войны
- Монополистическая конкуренция в глобальном масштабе оказала большое влияние на весь ход дальнейшей истории, в том числе, на развитие событий во время 2-й мировой войны.
- **Важно:** Борьба с рыночным монополизмом стала одной из доминант экономической политики развитых стран второй половины 20-го века. Хотя таких “монстров”, как Standard Oil, сейчас в мире нет, тем не менее, степень скрытого монополизма мировой экономики за это время только выросла.

По состоянию на 2011 год, 147 крупнейших транснациональных компаний мира производят 40% мирового валового продукта. Такой степени концентрации капитала не было никогда в истории.

При этом, 1,318 крупнейших компаний мира практически полностью контролируют всю мировую экономическую систему. Построив график взаимосвязей между этими компаниями, вы получите подробную и достаточно точную схему всей мировой экономики.

# Экономика монополии



Общие закономерности поведения монополиста на рынке.

1. Монополист, как правило, устанавливает на рынке ту цену, которая максимизирует его общую прибыль.
2. Цена, при которой прибыль максимизируется, не обязательно должна быть очень высокой (хотя, как правило, она всё же выше, чем на аналогичном рынке совершенной конкуренции).
3. Расположение точки максимальной прибыли зависит от эластичности спроса (на рынке с эластичным спросом выгодно не задира́ть цену, а увеличивать объём продаж, тогда как при неэластичном спросе лучше продавать товар так дорого, как возможно), а также от кривой производственных возможностей монополиста.

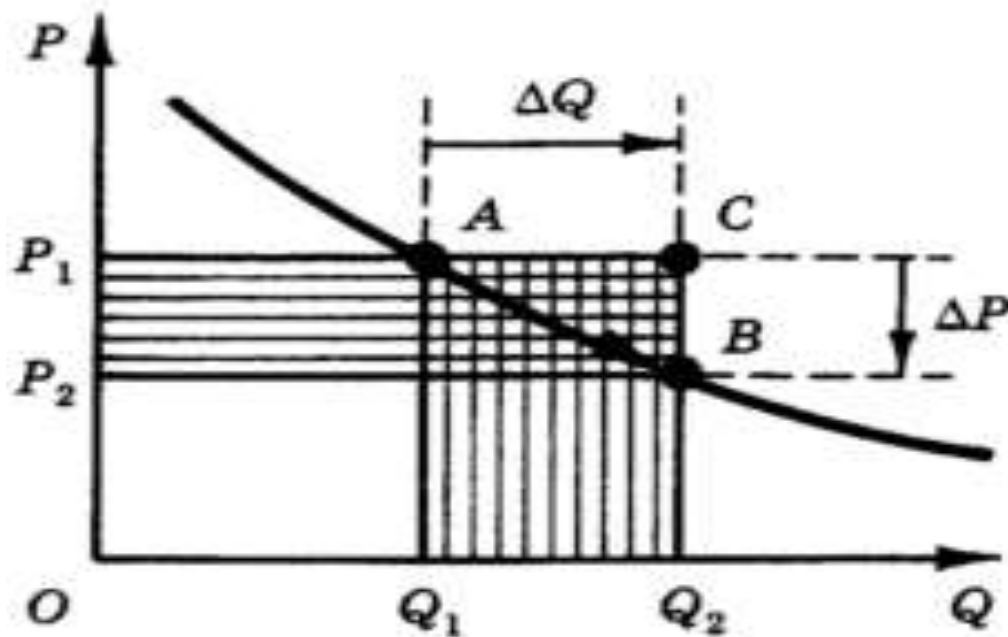
# Экономика монополии (2)



Для самого простого анализа поведения монополиста, представим ситуацию, при которой у монополиста вообще нет затрат, и он может реализовать любое количество товара. В такой ситуации монополист должен максимизировать выручку.

Выручка  $TR = PQ$

Спрос  $P = P_D(Q)$ .  $\Delta TR = P_2Q_2 - P_1Q_1$ .



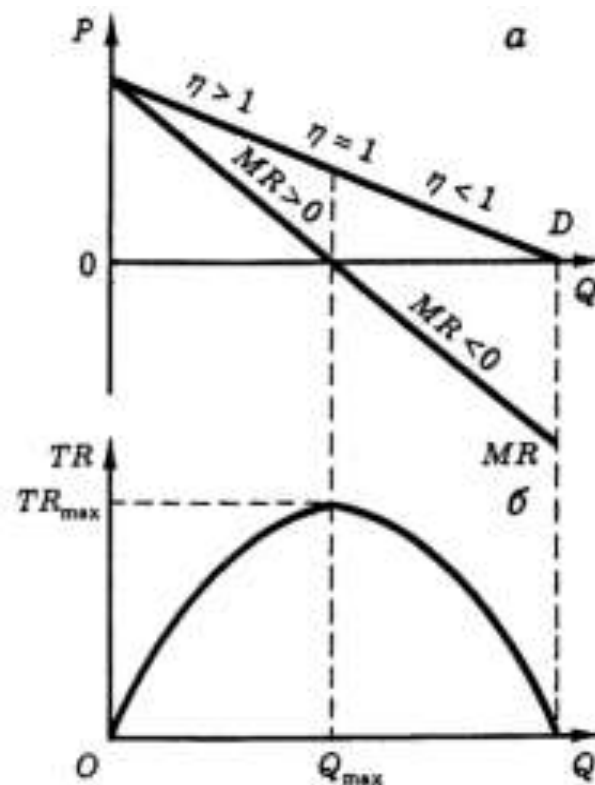


# Экономика монополии (3)

Путём дальнейшего математического анализа данной формулы и графика приходим к выражению

$TR_{max}$  – там, где  $MR=0$ . То есть, когда маржинальная прибыль становится отрицательной, то и общая прибыль идёт на спад.

**Важно:** хотя данная формула используется в МЭ как постулат, она не работает, когда кривая спроса имеет обратный наклон (анализ рынка нефти в 1-й лекции) или волновую форму.





## Экономика монополии (4)

- Как уже отмечалось, стратегия монополиста в образовании цены зависит от степени эластичности спроса. На участках с высокой эластичностью монополист будет увеличивать общую прибыль с каждой проданной единицей товара (почти до бесконечности, если бы это было возможно), на неэластичном рынке надо стремиться к росту цены, а не количества проданных товаров.
- Таким образом, наибольший “ущерб” экономике (за счёт высокой цены на товар/услуги) приносят монополии на рынках с неэластичным спросом. На рынках с высокой эластичностью спроса этот ущерб относительно невелик. Однако, на таких рынках, как правило, меньше монополий в принципе.
- Если  $h$  – коэффициент эластичности спроса, то  $MR = P(1 - 1/h)$



# Экономика монополии (4)

Теперь рассмотрим эффективность работы монополии с учётом затрат. Это не сильно усложняет анализ, т.к. мы уже знаем, что точка производства с наиболее эффективным уровнем затрат достигается там, где предельные затраты равны нулю.

$$\Pi(Q) = TR(Q) - TC(Q)$$

$$d\Pi/dQ = dTR/dQ - dTC/dQ = 0,$$

$$MR(Q_E) = MC(Q_E).$$

Таким образом, фирма максимизирует объём прибыли в точке, где её предельная выручка равна предельным затратам.

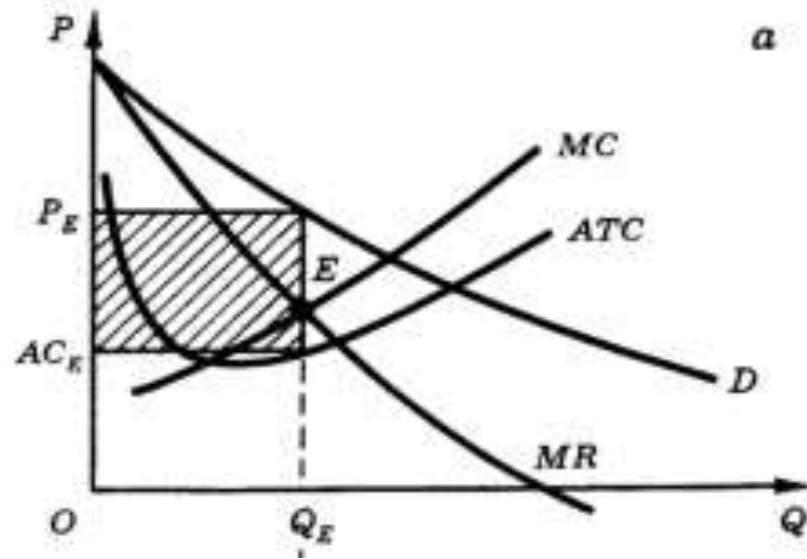
Формула максимизации прибыли на рынке совершенной конкуренции

$P = MC(Q_E)$  есть лишь частный случай данного правила.

# Экономика монополии (5)



- График, иллюстрирующий образование прибыли монополиста.







# Ущерб общества от монополий

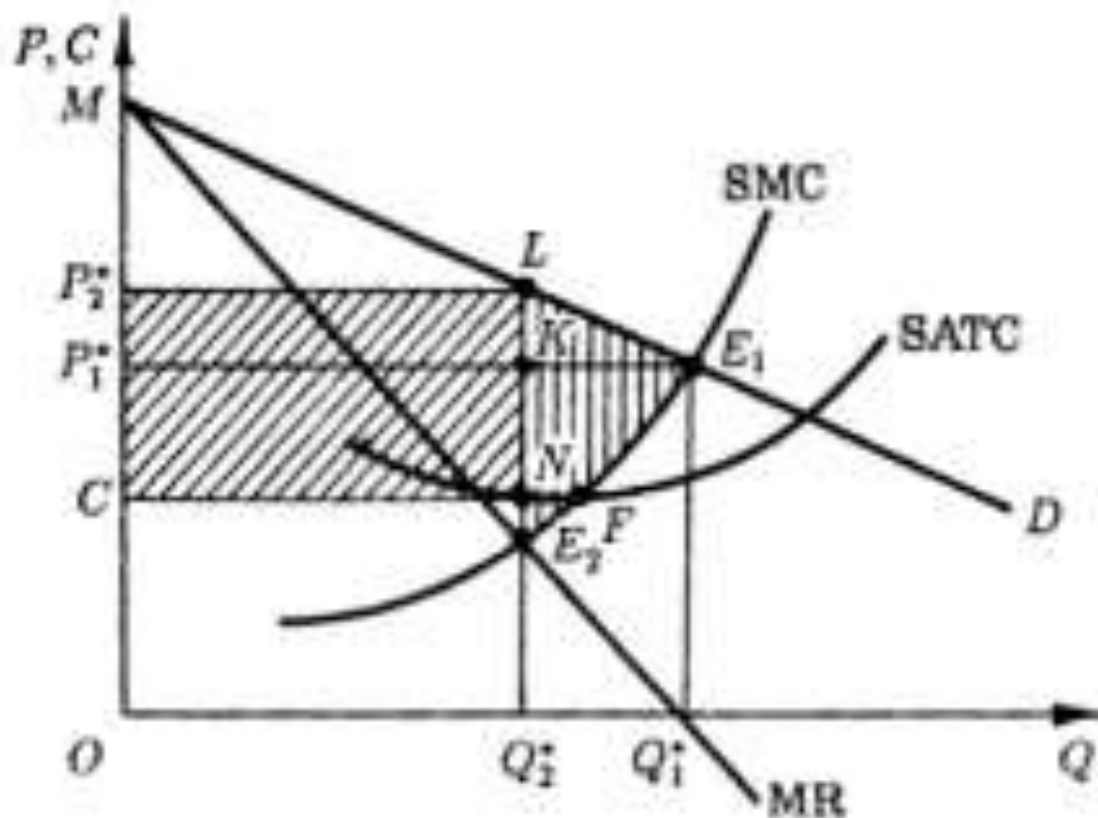
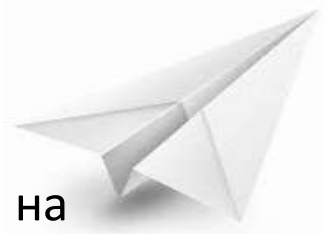


Рис. 10.9. Ущерб, приносимый монополией.



## Ущерб общества от монополий (2)

- На представленном графике – две ситуации: объём производства на конкурентном рынке ( $Q_1$ ) и рынке монополии ( $Q_2$ ). Во втором случае общество недополучает существенную часть “излишка потребителей”, который равен площади фигуры  $E_2-L-E_1$ .
- В то же время, по причинам, изложенным на предыдущих слайдах, данная потеря может частично или полностью компенсироваться обществу за счёт прочих, не видных на данном графике положительных эффектов от некоторых монополий (эффект масштаба – монополия может в принципе производить товары дешевле отдельных мелких производителей, инвестиционный потенциал – монополии на суперприбыли легче делать масштабные новые проекты и так далее).

# ДЗ



- Найти в Интернете две хорошие задачи по микроэкономике (с решением).
- Объяснить 1) почему Вам понравились именно данные задачи и 2) в чём они помогают лучше понять микроэкономику.
- 5 лучших задач будут презентованы авторами на следующем занятии.