

# Монополия. Антимонопольная деятельность государства

Основные вопросы:

1. Сущность и виды монополии.
2. Типы и формы монополий.
3. Условия равновесия фирмы-монополиста.
4. Монопольная цена и монопольная прибыль.
5. Показатели рыночной концентрации.
6. Источники монопольной власти.
7. Экономические последствия монополии.
8. Антимонопольное регулирование.

## Чистая монополия –

это такой тип рыночной структуры, при котором на рынке данного товара имеется только один товаропроизводитель, обладающий исключительным правом его производства и продажи

### Характерные черты

Выпуск товаров всей отрасли контролируется лишь одним продавцом этого товара (который называется монополистом)

Производимый фирмой-монополистом товар является особым в своем роде и не имеет близких, родственных заменителей

Фирма-монополист в состоянии самостоятельно в определенных пределах менять цену реализуемого товара в любом направлении

Монополия полностью закрыта для входа в отрасль новых фирм

Отсутствие свободного доступа для получения экономической информации

**Монополия** - это исключительное право на осуществление какого-либо вида деятельности, предоставляемое только определенному лицу, группе лиц, государству

*закрытая*, защищенная от конкуренции с помощью юридических запретов и ограничений

## Виды монополий

*естественная*, необходимая в связи с тем, что без такой монополии нельзя достичь эффективного использования ресурсов

*открытая*, при которой одна фирма в силу стечения обстоятельств стала единственным производителем и поставщиком товара

**Под монополией** понимается  
исключительное право кого-либо на что-либо

## **Типы монополий**

*собственно монополия* – наличие на каком-либо конкретном рынке единоличного производителя-продавца

*олигополия* – это рынок небольшого числа производителей-продавцов, как правило, однородного товара

*монопосония* – это рынок единоличного покупателя-потребителя конкретного товара

*двусторонняя монополия* – рынок единоличного продавца и единоличного покупателя

# Формы монополий

- 1) монополии, связанные исключительно с процессом концентрации производства
- 2) технологические олигополии – крупные предприятия (объединения), где сама технология требует достаточно высокого уровня концентрации производства
- 3) монополии, основанные на дифференциации продукции
- 4) монополии, связанные с лидерством в научно-техническом прогрессе (НТП)
- 5) обширная зона государственной естественной монополии
- 6) тотальное (всеобщее) господство командно-административной системы и практически полное огосударствление хозяйственной жизни общества

# Виды монополий

В зависимости от организационного оформления выделяют:

- **пул** (от англ. pool – букв. общий котел) – это монополия, в которой прибыль всех участников поступает в общий фонд и затем распределяется между ними согласно заранее установленной пропорции
- **корнер** (от англ. to corner – букв. загнать в угол) – простейшая форма объединения предпринимателей для скупки какого-либо товара или акций с целью последующей спекулятивной перепродажи
- **ринг** (от англ. ring) – кратковременное соглашение предпринимателей, имеющее целью получение прибыли путем скупки какого-либо товара на рынке и последующей его перепродажи по повышенным ценам
- **конвенция** (от лат. conventio – договор, соглашение) – договор между предпринимателями обычно одной отрасли по какому-либо специальному вопросу (прибыль, уровень цен и т.п.)

## Виды монополий (продолжение)

- **картель** (от фр. cartel) – объединение предпринимателей, участники которого договариваются о размерах производства, о рынках сбыта, условиях продажи, ценах, сроках платежа и т. д., сохраняя при этом производственную и коммерческую самостоятельность
- **синдикат** – вид монополии, объединение предпринимателей, которое берет на себя осуществление всей коммерческой деятельности (определение цен, сбыт продукции) при сохранении производственной и юридической самостоятельности входящих в него предприятий
- **трест** (от англ. trust) – объединение предпринимателей, характеризующееся тем, что входящие в него предприятия полностью теряют свою производственную, коммерческую и юридическую самостоятельность и подчиняются единому управлению



# Виды монополий (продолжение)

- **концерн** (от англ. concern) – объединение многих промышленных, финансовых и торговых предприятий (различных, но взаимосвязанных отраслей промышленности, транспорта, сферы услуг и финансовой сферы), формально сохраняющих самостоятельность, но фактически подчиненных финансовому контролю и руководству господствующей в объединении группы крупнейших предпринимателей
- **конгломерат** (от лат. conglomeratus – собранный, скопившийся) – вид монополии, которая объединяет предприятия, принадлежащие к различным отраслям экономики и не связанные прямой производственной кооперацией (этот вид монополий называют еще диверсифицированный концерн)
- **консорциум** (от лат. consortium – соучастие, сотоварищество) – монополия, временное соглашение между несколькими банками или промышленными предприятиями для совместного размещения займов, проведения финансовых или коммерческих операций большого масштаба, осуществления крупного промышленного строительства
- **комбинат** (от лат. combinare – соединять, сочетать) – объединение промышленных предприятий разных, но технологически взаимосвязанных между собой производственных отраслей, в котором продукты одного предприятия служат сырьем, полуфабрикатами или вспомогательными материалами для другого

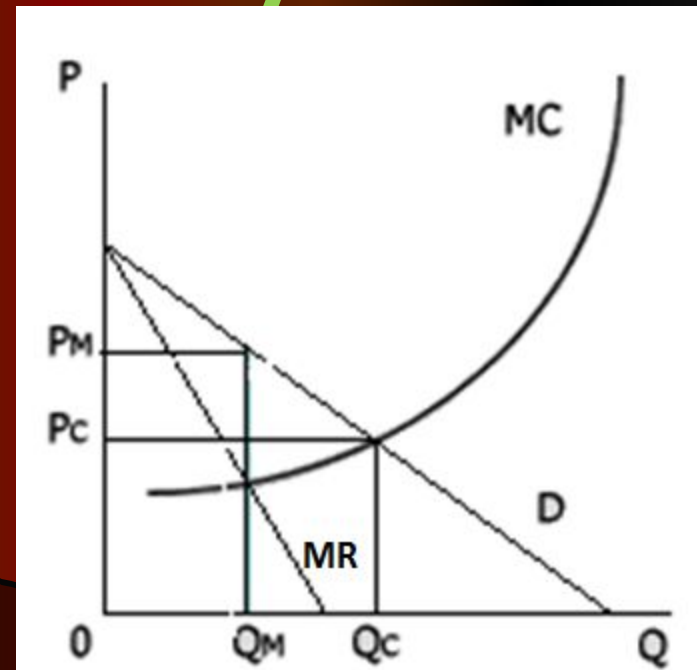


# Равновесие фирмы-монополиста

Объем производства  $Q_m$  является таким, при котором кривая предельного дохода  $MR$  пересекается с кривой предельных издержек  $MC$ , а ценой монополиста будет цена  $P_m$ , соответствующая этому объему

Тогда условия максимума прибыли в условиях монополии:

$$MR=MC < P$$



# Выводы из условия равновесия

## МОНОПОЛИСТА

монополист устанавливает не максимально возможную цену, которую он хотел бы получить

монополист избегает неэластичного участка кривой спроса при выборе решения об объеме продаж и цене

при равновесии фирмы предельные издержки меньше цены  $MC < P_m$

$$L = \frac{P_M - MC}{P_M}$$

- *степень монопольного влияния* фирмы определяется с помощью *индекса Лернера*  $L$  (Lerner index)

**Монопольная цена** - цена, которая устойчиво отклоняется от ее возможного уровня на конкурентном рынке и устанавливается доминирующим на рынке хозяйствующим субъектом или вступившими в сговор предприятиями в целях реализации своих экономических интересов за счет злоупотребления монопольной властью

**монопольно высокой** является цена, которая устанавливается с целью получения сверхприбыли и (или) компенсации необоснованных затрат за счет ущемления экономических интересов других предприятий или граждан

### Виды монопольных цен

**монопольно низкой** считается цена, которая при устойчивом спросе за счет преднамеренного снижения доходов (прибыли) в краткосрочном периоде затрудняет доступ на рынок другим предприятиям и, тем самым, ограничивает конкуренцию на рынке определенного товара

**монопсонически низкой** ценой является цена, устанавливаемая предприятием, доминирующим на рынке определенного товара в качестве покупателя, в целях получения сверхприбыли и (или) компенсации необоснованных затрат за счет поставщика

**Монопольной прибылью** называют прибыль выше средней, получаемую монопольными компаниями в результате их особого положения на рынке

## Способы получения монополиями сверхприбылей

- **удержание монопольно высоких цен**
- **сокращение производства в целях снижения издержек производства**
- **создание в обществе тотального дефицита**
- **прямое уничтожение части произведенной продукции**
- **стандартизация и унификация продукции**

**Концентрация** — степень преобладания одного или нескольких независимых хозяйствующих субъектов в системе производства взаимозаменяемых товаров, поставляемых на один географический товарный рынок

**Индекс концентрации  $CR_k$**  определяется как **сумма рыночных долей крупнейших продавцов рынка:**

$k$

$$CR_k = \sum_{I=1}^k y_i, \quad k \leq N,$$

где:  $CR_k$  — индекс концентрации

$N$  — число фирм в отрасли

$y_i = q_i / Q$  — доля производства (продаж)  $i$ -й фирмы в общем объеме выпуска (сбыта) отрасли

- рынок считается **неконцентрированным** при значениях индекса для 3 фирм  $CR_3$  ниже 45%
- **умеренно концентрированным** — при  $CR_3 = 45-70\%$
- **высококонтцентрированным** — при  $CR_3 > 70\%$



# Измерение уровня концентрации

- **Индекс Херфиндаля-Хиршмана  $HHI$**  определяется как **сумма квадратов долей всех фирм, действующих на рынке:**

$$HHI = \sum_{I=1}^N y_i^2$$

где:  **$HHI$**  — индекс Херфиндаля-Хиршмана;

**$y_i = q_i / Q$**  — доля производства (продаж)  $i$ -й фирмы в общем объеме выпуска (сбыта) отрасли;

**$N$**  — число фирм в отрасли.

Значения  **$y_i$**  могут быть выражены в долях либо в процентах:

- $0 < HHI \leq 1$ ,
- $0 < HHI \leq 10000$

## Определение уровня концентрации по двум показателям

Показатель	Концентрация		
	низкая	средняя	высокая
Индекс концентрации $CR_k$	менее 45%	45%—70%	70%—100%
Индекс Херфиндаля-Хиршмана $HNI$	менее 1000	1000—2000	2000—10000



**Монопольная власть** заключается в возможности устанавливать цену выше предельных издержек, и величина, на которую цена превышает предельные издержки, обратно пропорциональна эластичности спроса для фирмы

Чем менее эластичен спрос для фирмы, тем большей монопольной властью обладает фирма

Факторы, определяющие эластичность спроса для фирмы:

*эластичность рыночного спроса* (собственный спрос фирмы будет, по крайней мере, столь же эластичен, как и рыночный спрос)

*число фирм на рынке* (если на рынке много фирм, то маловероятно, что одна из них может повлиять на цену)

*взаимодействие между фирмами* (даже если на рынке имеются лишь 2 или 3 фирмы, ни одна из них не сможет увеличить цену во много раз, если соперничество между ними носит агрессивный характер, когда каждая фирма старается захватить львиную долю рынка)

# Экономические последствия монополии

*Нерациональное  
использование  
общественных ресурсов;  
производственная  
неэффективность*

*Неравенство в  
распределении дохода*

**Негативные последствия**

*Высокий уровень  
производственных  
издержек*

*Отсутствие стимула  
к НТП*

# Экономические последствия монополии

уверенность в том, что экономическая прибыль сохранится долгое время, и инвестиции в НИОКР дадут долговременную отдачу

наличие достаточных финансовых ресурсов для инвестиций в НТП

получение монопольной прибыли за счет более высоких цен является стимулом инновационной деятельности

**Преимущества с точки зрения НТП**

монополия стимулирует конкуренцию

монополия способствует снижению издержек и реализации эффекта масштаба

# Антимонопольная деятельность государства

- это непрерывная, целенаправленная работа соответствующих государственных структур не столько по ограничению монополистической эксплуатации рынков, сколько по ликвидации самих экономических и других условий, порождающих те или иные монополии

**Целью антимонопольной деятельности государства** является обеспечение лучших условий для работы рыночного механизма, повышения общего конкурентного тонуса всей экономики

# **Антимонопольная политика государства – это его деятельность, направленная, во 1-х, на ограничение влияния на экономические процессы существующих монополий, во 2-х, на недопущение появления в экономике страны новых монополий**

## **Содержание:**

- **запрет на ограничение самостоятельности предприятий и предпринимателей в области производства и реализации товаров и услуг**
- **запрет на установление исключительных условий для деятельности отдельных хозяйствующих субъектов**
- **отмена монополистических соглашений**
- **запрет конкурирующим фирмам договариваться о ценах**
- **контроль на рынке ценных бумаг за приобретением акций конкурирующих фирм**
- **запрет действий, относящихся к недобросовестной конкуренции**
- **разделение компаний-монополистов**
- **стимулирование развития малого и среднего бизнеса**
- **контроль над процессами создания, реорганизации и ликвидации хозяйствующих субъектов**
- **контроль над ходом приватизации предприятий-монополистов**

**Демонополизация** –  
это государственная политика борьбы со  
сверхмонополизмом

## Основные принципы политики демонополизации

- 1) определение зоны естественного монополизма и разработка методов его регулирования
- 2) всемерное укрепление рыночных структур, поскольку, чем эффективнее работает механизм рынка, тем слабее монополизм
- 3) синхронизация (одновременное осуществление) процесса демонополизации и реформы управления экономикой