

## Глава 10

# МОНОПОЛИЯ И МОНОПОЛЬНАЯ ВЛАСТЬ

Монополией в экономической теории называют такой тип строения рынка, при котором существует один и *только один продавец* определенного товара. Будучи единственным поставщиком, *предприятие-монополист* (его также часто называют монополией) сталкивается с *совокупным спросом* всех потенциальных покупателей товара в пределах *данного* (национального или местного) рынка, и *в этом смысле* оно тождественно отрасли. Это предопределяет отличия поведения монополиста от поведения предприятия, функционирующего в условиях совершенной конкуренции.

Как мы знаем из главы 9, кривая спроса на продукцию совершенно конкурентного предприятия бесконечно эластична и имеет вид прямой, параллельной оси выпуска. Напротив, кривая спроса на продукцию монополиста, как и кривая рыночного спроса на продукцию совершенно конкурентной *отрасли*, имеет отрицательный наклон. Поэтому всякое увеличение (уменьшение) объема продукции, продаваемой монополистом, сопряжено со снижением (повышением) ее цены, тогда как совершенно конкурентное предприятие может продать любой объем продукции по существующей (и не зависящей от его поведения) рыночной цене. Следовательно, совершенно конкурентное предприятие, будучи ценополучателем, может максимизировать прибыль, лишь варьируя объем производства, тогда как монополист может достигнуть этой цели, варьируя либо объем производства, либо уровень цены. Разумеется, он не мо-

жет изменять объем выпуска и цену независимо, поскольку их соотношение однозначно определено его функцией спроса и инвариантно выбору независимой переменной.

## 10.1. ДОПУЩЕНИЯ

Модель монополии, как и модель совершенной конкуренции, основана на ряде допущений.

**1. Отсутствие совершенных заменителей.** Предприятие-монополист может выпускать однородную или дифференцированную продукцию, но в любом случае эта продукция не имеет *совершенных* (с точки зрения покупателей) заменителей, или субститутов. Конечно, все потребительские товары являются взаимозаменяемыми в том смысле, что все они конкурируют или соперничают за деньги покупателей. Однако если товары, выпускаемые совершенно конкурентным предприятием, имеют совершенные субституты, производимые другими предприятиями той же отрасли (см. раздел 9.1), то субституты товаров, производимых монополистом, *менее чем совершенны*. Иначе говоря, перекрестная эластичность спроса между продуктами монополиста и *любым другим товаром* либо равна нулю, либо пренебрежимо мала:

$$e_{i,j} = \frac{dq_i}{dp_j} \frac{p_j}{q_i} \rightarrow 0. \quad (10.1)$$

Хотя монополист и является единственным продавцом определенного единичного товара, он все же должен учитывать существование более или менее близких, хотя и несовершенных, заменителей своего товара, производимых другими предприятиями. Это давление всеобщей конкуренции за деньги покупателей *воплощено в самой функции (кривой) спроса*, которой для монополиста является *рыночная (отраслевая) функция* (кривая) спроса на его товар.

**2. Отсутствие свободы входа на рынок (в отрасль).** Монополия может существовать лишь постольку, поскольку вход на рынок представляется другим предприятиям невыгодным или невозможным. Если другим фирмам удастся войти в отрасль, монополия, по определению, исчезнет. Поэтому наличие входных барьеров является обязательным условием и возникнове-