**Зміст.**

# Вступ........................................................................................................................3

1. Суть монополій..............................................................................................5

1.1. Що таке монополія....................................................................................................5

* 1. Причини виникнення монополій..............................................................................5

1. Історія виникнення монополій в Україні і світі.........................................7
2. Види монополій ..........................................................................................12
   1. Адміністративна, природна, економічна...............................................................12
   2. Картель, синдикат, трест, концерн........................................................ ................13
   3. Прості, дискримінуючи, монопсонії, двосторонні...............................................15
   4. Міжнародні монополії............................................................................................17
3. Антимонопольне законодавство................................................................18
   1. Причини антимонопольного регулювання...........................................................18
   2. Історія виникнення антимонопольного законодавства........................................21
   3. Сучасне антимонопольне законодавство.............................................................23
4. Монопольне ціноутворення та максимізація прибутку монополії........26

5.1. Попит на продукцію монополіста..........................................................................26

5.2. Максимізація прибутку монополії.........................................................................29

5.3. Монопольне ціноутворення....................................................................................30

Висновок.................................................................................................................35

### Література..............................................................................................................37

**Вступ.**

Сучасне життя не можливо уявити без ринкових відносин, а відповідно і без ринків. Існує багато ринків: ринок товарів і послуг, ринок праці, ринок капіталу тощо. Але умовно всі ці ринки можна поділити на два види:

1. ринки досконалої конкуренції. Модель досконалої конкуренції описує функціонування ідеальної економічної системи, в якій господарські зв’язки організуються на засадах вільного обміну між незалежними економічними суб’єктами.
2. ринки недосконалої конкуренції – це структури, у яких не діють умови повної конкуренції. Найсуттєвіша відмінність неповністю конкурентних ринків від повністю конкурентних полягає у здатності учасників таких ринків впливати на ринкові ціни.

Моя курсова робота присвячується проблемі монополії, як одному з об’єктів ринку недосконалої конкуренції .

Проблема монополій є досить актуальною. Таким явищем як монополія цікавились ще в стародавній Греції і потім протягом всього розвитку людства. Але найбільш гостро це питання стало наприкінці 19 ст. але не дивлячись на таку довгу історію проблеми монополії й досі досліджуються. Це пов’язано з тим що монополій край неоднозначно впливають на суспільний розвиток – їх існування має як негативні так і позитивні наслідки.

Але не дивлячись на це сьогодні не має жодної розвинутої країни, яка б не мала антимонопольного законодавства, бо конкуренція є одним з найголовніших чинників існування добре функціонуючого ринку.

Завдання моєї курсової – визначити причини виникнення монополій, проаналізувавши історію їх виникнення та розвитку; розглянути різні види монополій – їх спільні та відмінні риси. Визначити негативні і позитивні наслідки існування монополії для суспільства, та шляхи обмеження монопольної влади. З’ясувати поведінку монополіста, щодо встановлення ціни та максимізації прибутка.

Щоб детальніше розібратися в цій проблемі я розглянула такі питання: передумови та причини існування монополій; встановлення монопольної ціни та максимізація прибутку; суспільні та економічні наслідки існування монополії; види монополій; антимонопольна політика держави.

Основною джерельною базою для підготовки курсової роботи були: підручники “Мікро і макроекономіка” за ред. С.В. Будаговської, “Економічна історія України і світу ” за ред. Б.Д. Лановика, “Політична економія” – Р. Барр, закон України “Про обмеження монопольної влади та недопущення недосконалої конкуренції ”.

**1 Суть монополій.**

**1.1 Що таке монополія.**

***Монополія —*** це такий *тип ринкової структури,* де:

1) весь галузевий випуск постачає одна фірма, частка кожного споживача (яких на ринку дуже багато) в загальному обсязі ринкової продукції незначна;

2) продукція однорідна i не має близьких замінників;

3) входження на ринок нових фірм блоковано;

4) споживачі не взаемодіють між собою;

5) існує повна поінформованість щодо ринкових цін, обсягів та попиту покупців.

Відповідно, фірма в умовах монополії зветься ***монополістом,*** а рынок, на якому діє монополіст — ***монопольним ринком.***

Практично монополією звуться також ринки iз порушеннями деяких iз вищезазначених умов. Наприклад, монополіст може виробляти лише 80% галузевого обсягу, а 20% постачатимуть дрібні виробники; також може бути послаблена умова шодо відсутності замінників.

Ринок, де сурово виконуються всі зазначені умови називається чистою монополією(але на практиці її так само не існує як і досконалої конкуренції). **[1. стр 94]**

**1.2 Причини виникнення монополій**

Об’єктивною основою монополізму є домінуюче положення фірми на ринку, що дозволяє їй проявляти вирішальний вплив на конкуренцію, підвищувати ціни і знижувати обсяг виробництва, ускладнювати доступ на ринок іншим фірмам. Продавець має моноп-ольну владу, якщо він може підвищувати ціни на свою продукцію шляхом обмеження випуску цієї продукції. Підтримці монопольної влади сприяють вхідні бар’єри, які бло-кують входження у монополізовану галузь завдяки чинникам, що створюють несприят-ливі умови для фірм-новачків порівняно з фірмою яка вже працює в галузі. Серед основ-них типів бар’єрів можна виділити такі:

1. *Виняткові права* отримані від влади. Так органи влади зазвичай надають право монополії на надання транспортних послуг, послуг зв’язку, а також комунальні послуги. В багатьох випадках влада сама ж і керує монополіями.
2. *Патенти і авторські права,* які забезпечують винахідникам нових продуктів або творів мистецтва виключні права, щоб продавати або надавати ліцензії, які б дозволяли користуватись цими винаходами. Але патенти і авторські права можуть забезпечувати монопольні позиції тільки на обмежену кількість років. Після закінчення строку дії патенту монопольні права на винахід зникають.

Коли яка-небудь фірма випускає товар не придбавши патенту її можуть примусити припинити продаж за рішенням суду. Так, наприклад, в 1985р. федеральний суд постановив, що “Кодак корпорейшн” порушила сім патентів, виданих фірмі “Поларойд корпорейшин”, виготовляючи з 1976р. фотоапарати миттєвої зйомки. Коли була видана постанова суду, компанія “Кодак”, на долю якої приходилось 25% річних продажів фотоапаратів миттєвої зйомки, змушена була припинити виробництво цих фотоапаратів.

1. *Монопольне володіння всім обсягом пропозиції окремого ресурсу.* ”De Beers” має монопольну владу на ринку алмазів завдяки її контролю над продажем 85% необроблених алмазів, придатних для виготовлеання коштовностей.
2. *Економія на масштабі* виникає тоді, коли одна фірма виробляє продукцію з меншими витратами, чим це було б можливо, якщо б ринок обслуговувався двома чи більшою кількість фірм.

5)  *Недобросовісна конкуренція.* Деякі фірми-монополісти застосовують методи боротьбу з конкурентами, які не тільки не відповідають кодексу честі підприємця, а й у більшості випадків заборонені законом. Це може бути тиск на постачальників сировини, профспілки, банки, переманювання провідного персоналу, цінова війна з метою банкрутства конкурента тощо. Однак виявити порушника закону та застосувати до нього відповідне покарання досить складно.

На основі вище сказаного можна зробити такі висновки про причини виникнення моно-

полій:

1) через процес концентрації виробництва, коли підприємства замість введення між собою всеможливої конкурентної боротьби укладають між собою угоди, тобто обєднують капітал.

2) на основі централізації виробництва і капіталу.

Централізація виробництва - це збільшення масштабів виробництва продукції в результаті обєднань кількох підприємств в одне із загальним управлінням.

Централізація капіталу - це збільшення розмірів капіталу внасоідок обєднання раніше самостійних капіталів.

3) внаслідок дій держави, спеціальних або навмисних її кроків.

4) поява акціонерної капіталістичної власності, коли індивідуальна приватна власність перетворюється на гальма розвитку продуктивних сил. Вона виникає в результаті злиття, обєднання декількох капіталістів.

**2. Історія виникнення монополій в Україні і світі.**

Історія монополій сягає сивої давнини. Згадку про неї знаходимо вже у стародавнього філософа Аристотеля. Він відносить її до “мистецтва наживати майно”. **[3.стр 397]**

Англійський філософ Т. Гоббс описує монополії,створені ще феодальною державою для зарубіжної торгівлі. Він їх називає корпораціями, зазначаючи, що “ метою подібної корпорації є збільшення прибутків шляхом монопольного права купівлі і продажу”. **[4. стр180]**

Монополістичні тенденції у різних формах і неоднаковою мірою проявляються на всіх етапах розвитку ринкових процесів. Проте їх новітня історія починається у другій поло-вині 19 ст.Їх виникнення було пов’язано з такими процесами в суспільстві, як збільшення акціонерної власності, нова роль банків, концентрація виробництва і капіталу, еволюція форм капіталістичних об’єднань. Всі ці процеси прискорили розвиток монопольного господарства.

Методи концентрації і централізації капіталу, які використовувались в 19 ст., не забез-

печували достатньої концентрації капіталу для ефективного виробництва. Концентрація виробництва, створення нових великих заводів і фабрик потребувалирозширення кордо-иів капіталістичної власності. Шляхи такого швидкого розширення існували давно, але лише під впливом бурхливого зростання продуктивних сил вони отримали широке розповсюдження і вирішальне значення. Це, в першу чергу, акціонерна форма організації компаній.

Важлива сторона розвитку монополій пов’язана з новою роллю банків. Збільшення концентрації виробництва постійно посилювало необхідність розширення ролі банків, змушуючи промислові компанії шукати з банками контактів для отримання довготер-інових позик. Це призвело до перетворення банків у всесильних монополістів.

Важливою формою створення галузевих та міжгалузевих монополістичних союзів була система участі. Суть її полягає в тому, що при акціонерній формі організації, компанія належить власнику контрольного пакету акцій. Якщо власником контрольного пакету є інша компанія, то вона тим самим отримує право керувати своєю “дочірньою” компанією.

У США процеси акціонування, концентрації виробництва i капіталу прискорилися після кризи 1873 р. Кількість підприємств збільшувалась повільніше, ніж вартість їхньої продукції. Так, в обробній промисловості за 1900 — 1913 рр. зростання становило відповідно 130 i 210 %. У 1914 р. акціонерні товариства становили 28,3% вciх підприємств, а випускали 83,2% промислової продукції, на них працювало 80% робітників. У 1910 р. підприємства за обсягом виробництва поділялися на невеликі (до 20 тис. дол.) — 67,2%, середні (від 20 до 100 тис. дол.) — 21,3%. Великі (100 тис. дол. i більше) — 11,5% корпорацій, вартість продукції яких була понад 1 млн дол., виробляли міді — 99%, свинцю— 92%, прокату — 91, чавуну — 85,8, автомобілів, сільськогосподарських машин, продукцію хімічної, електро-технічної, текстильної галузей — 50, переробляли м'яса — 80%.

Монополізація розпочалася з виникненням залізничної iмпepiї Вандербільта. Першою формою монополістичних об'єднань були пули (або картелі), які встановлювали ціни, розподіляли замовлення та прибутки. У 1866 р. виник соляний пул у штаті Мічіган, у 1870 р. — Чиказький пул, який контролював залізничні перевезення. Панівною формою монополій спочатку в легкій, потім у важкій промисловості стали трести. Першим з них був нафтовий трест Рокфеллера "Стандарт ойл Компані”, утворений у 1870 р.

У 90-х роках провідна роль у монополізації промисловості, транспорту, банків перейшла до холдинг-компаній та концернів. У 1901 р. в США налічувалося 440 трестів з загальним капіталом 20,3 млрд дол.

Одночасно відбувалась монополізація банків. У 1890 р. у Нью-Йорку було 64 банки, що володіли капіталом 302 млн дол., у 1900 р. — 58, капітал яких збільшився до 548 млн дол. Інтенсивно, внаслідок злиття банківського та промислового капіталів, формувався фінан-совий капітал.

Найбільшими американськими монополіями були групи Рокфеллера (контролювали 95% американського видобутку нафти i 90% її експорту, промислові підприємства, банки, залізниці), Моргана ("Юнайтед Стейтс Стіл", що монополізував виробництво 2/3 сталі, трести в сільськогосподарському машинобудуванні, торговому пароплавстві; електро-технічна корпорація "Дженерал електрік", підприємства зв'язку, міського транспорту, страхові компанії), Пенсільванська група, група Вандербільта, групи Гульда, Гарримана, три автомобільні корпорації: "Форд", "Дженерал моторс", "Крайслер" та фінансові групи Рокфеллера та Моргана контролювали 112 банков.

У Німеччині активний розвиток акціонерної власності (грюндерства) почався з будівництва залізниць у 70-х роках XIX ст. У 1870 р. Існувало 418 акціонерних товари-ств, за період 1871 — 1872 рр. з'явилося 978 нових з акціонерним капіталом 2,8 млрд марок. Процес монополізації охопив yci галузі промисловості, навіть ті, які в інших країнах залишились полем для конкуренції (виготовлення відривних календарів).[5] На відміну від США, монополії об'єднували більшу кількість підприємств (кілька сотень), існували у формі картелів i синдикатів. У 1879 р. їx кількість становила 14, в 1900 р. — 300, перед першою світовою війною кількість їx зросла в 2 рази. У кінці 90-х років XIX ст. — на початку ХХ ст. з'явилися перші трести: електротехнічні корпорацй АЕГ i товариство "Ciмeнc".

Інтенсивно формувався фінансовий капітал. У 1913 р. icнyвало 1850 банків; 9 берлінських банків контролювали 85 % банківського капіталу (11,3 млрд марок). До таких банків належали Німецький (капітал 3 млрд марок i контроль за 87 банками), Дрезден-ський, Дармштадтський банки, облікове товариство (власний капітал 300 млн марок), їхній прибуток в 1895 — 1900 рр. становив 38,6 — 67,7% щорічно. Німецькі банки вкла-дали капітали в основному в промисловість. Так, 6 берлінських банків контролювали 751 підприемств.

У Великобританії ще на початку 60-х років XIX ст. було 639 акціонерних корпорацій. Проте перші монополії виникли лише в кінці 80-90-х рр. XIX ст. У 1888 р. виник Соляний союз, що контролював 90% продукцій. В 1894-1896 рр. у Шотландій утворилося моно-польне об'єднання з виготовлення труб. Поступово монополії з'явились в хімічній, трубо-прокатній, військовій промисловості, суднобудуванні, на транспорті. В 1913 р. у Велико-британії їх налічувалось 93. Отже, формування монополиї розпочалося пізніше, нїж в США та Німеччині та здійснювалося повільніше. В основному вони об'єднували 30-50 фірм. Контроль над галузями був практично відсутній. Найменше монополій було в легкій i видобувній промисловості. За темпами монополізації банківський капітал випереджав промисловий. У 80-х роках XIX ст. кількість приватних банків зменшилася до 172, а кількість акціонерних досягла 91. Депозити в банках за 1880-1908 рр. зросли в 2,8 раза, їм належало 25% вciх цінних паперів світу. В 1913 р. 12 банків на чолі з Англійським зосередили 70% всього cвітовогo капіталу.**[6. стр.160-162]**

В Україні перші монополії почали зароджуватись в кінці 19 на початку 20 ст., поява яких сприяла розвитку економіки. Як і у всьому світі поява монополій була пов’язана з зростанням концентрації виробництва і капіталу. Переломним моментом процесу зростаючої концентрації була економічна криза 1900-1903рр. Вона безпосередньо призвела до краху сотень невеликих і слабких підприємств та створенню ряду великих монополістичних об’єднань.

Важливим фактором у монополізації промисловості було створення у 1904р. синдикату “Продвугілля”, який об’єднав майже весь видобуток і продаж кам’яного вугілля в Донбасі. Це був один з найбільших синдикатів в Російській імперії, до якого входило 18 акціонерних товариств, які зосереджували 75% видобутку всього вугілля в Донбасі.

У 1902р. в Україні було засновано найбільший у металургії завод ”Продамет”, що об’єднував 12 металургійних заводів, які виробляли 2/3 усього заліза і сталі Пд. України.

У харчовій промисловості найбільшим був синдикат “Цукрозавод”, який об’єднував 90% усього виробництва галузі, підприємці навмисно вивозили частину цукру за кордон, тим самим підтримуючи високі ціни на нього в Україні. Ще у харчовій промисловості існували синдикат “Дріжжі”, соляна монополія, тютюновий трест.

Монополії охопили своєю діяльністю й інші галузі народного господарства. Напередодні першої світової війни в Україні вже не було жодної важливої галузі промисловості, щоб не була монополізована. Усі монополістичні об’єднання, що діяли в Україні мали не регіональне, а загальноімперське значення **[6.стр.486]**

**3. Види монополій.**

**3.1. Адміністративна, природна, економічна монополії**

Протягом всієї історії розвитку монополій, вони були представлені різними видами, які можна класифікувати за такими ознаками:

1) За причиною виникнення. За такою ознакою можна виділити три основні види монополій – природна, адміністративна, економічна.

***Природна*** монополія виникає внаслідок об'єктивних причин. Вона відбиває ситуацію, коли попит на даний товар чи послугу найкраще задовольняється однією або кількома фірмами. В її ocнові — особливості технологій виробництва й обслуговування спожива- чів. Тут конкуренція неможлива або небажана, бо при входжені в галузь інших фірм, витрати на виготовлені продукції зростуть. Причиною є економія від маштабу – чим більше вироблено продукції, тим менша її вартість. Прикладом можуть служити енергоза-безпечення, телефонні послуги, зв'язок, трубопровідний транспорт i т. д. У цих галузях існує обмежена кількість, якщо не єдине національне підприємство, і тому, природньо, вони посідають монопольне становище на ринку. Ліквідація чи розукрупнення таких мо-нополій економічно недоцільно. Найвища ефективність функціонування галузі забезпе-чується лише за умови наявності одного виробника чи дистрибьютора (розподільника) .

***Адміністративна*** монополія вииикає внаслідок дій державних oрганів. 3 одного боку, це надання окремим фірмам виключного права на виконання певного роду діяльності. Так голландській та англійській Ост-Індським компаніям на початку 17 ст. державою було надано вийняткове право на торговлю з Індією.

3 другого боку, це органюзаційні структури для державних підприємств, коли вони об'єднуються і підпорядковуються різним главкам, міністерствам, асоціаціям. Тут, як правило, групуються підприємства однієї галузі Вони виступають на ринку як єдиний господарський суб'єкт i між ними відсутня конкуренція. Економіка колишнього Pa- дянського Союзу належала до найбільш монополізованих у cвіті. Домінуючою там була саме адміністративна монополія, пepeдусім монополія всесильних міністерств i відомств. Більше того, існувала абсолютна монополія держави на організацію й управління еконо-мікою, яка базувалась на пануючій державній власності на засоби виробництва.

Найпоширенішою є ***економічна*** монополія. Саме про неї ітиме головним чином мова далі. Її поява зумовлена економічними причинами, вона виростає на базі закономірностей господарського розвитку. Йдеться про підриємців, які зуміли завоювати монопольне становище на ринку. До нього ведуть два основні шляхи. Перший полягае в ycпішному розвитку підприємства, постійному зростанні його масштабів шляхом концентрації капі-талу. Другий—набагато швидший—базуеться на процесах центральзації капіталів, тобто на добровільному об'єднанні або поглинанні переможцями банкрутів. Тим чи іншим шляхом або поєднуючи обидва, підприємство досягає таких масштабів, коли починає домінувати на ринку. Воно переходить в іншу категорію підприємств: з розряду «статистів», що не грають істотної ролі i кожне зокрема не може вплинути на загальну ситуацію, до розряду «солістів», які фактично розігрують ринковий «спектакль». **[7. стр178]**

**3.2 Картель, синдикат, трест, концерн.**

2) За формою об’єднання капіталу монополії поділяють на трести, синдикати, картелі, багатогалузеві концерни.

***Картель –*** це об’єднання декількох підприємств однієї галузі виробництва, учасники якого зберігають свою власність на засоби виробництва і вироблений продукт, промис-лову і комерційну самостійність, і домовляються про частку кожного в загальному об’ємі виробництва, цінах, ринках збуту.

Існує багато міжнародних картелів. Найвідоміший з них – це картель Організації стран експортерів нафти ( ОПЕК ). Він намагається регулювати випуск нафти його членам, з метою контролювати ціну, щоб максимізувати групові прибутки.

***Синдикат*** *—* це об'єднання ряду підприємств однієї галузі промисловості, учасники якого зберігають власність на засоби виробництва, але втрачають власність на виго- товлений продукт, а значить, зберігають виробничу, але втрачають комерційну само-стьйність. У синдикатів збут товарів здійснюється загальною збутовою конторою.

Більш складні форми монополістичних об'єднань виникають тоді, коли процес моно-полізації поширюється і на сферу безпосереднього виробництва. У цьому випадку ви- никлає необхідність об'єднання у межах однієї корпорації послідовних, взаємопов'язаних виробництв кількох галузей промисловості, тобто вертикальній інтеграції, або комбіну- вання. Наприклад, у межах велетенських автомобільних корпорацій можуть об'єднуватися підприємства, що видобувають сировину, виплавляють сталь, виготовляють автомобілі та iн. На цій основі виникає така більш висока форма монополістичнх об'єднань, як трест.

***Трест*** *—* це об'єднання ряду підприємств однієї або декількох галузей промисловості, учасники якого втрачають власність на засоби виробництва i виготовлений продукт, виробничу i комерційну самостійність, тобто об'єднують виробництво, збут, фінанси, управліния, а на суму вкладеного капіталу власники окремих підприємств отримують акції тресту, які дають їм право брати участь в управлінні i привласнювати відповідну частку прибутку.

За допомогою механізму мікгалузевої конкуренції та переливання капіталів вертикальна інтеграція переростае у диверсифікацію, яка є процесом проникнення капіталу тієї чи іншої монополії у галузі, які безпосередньо не пов'язані з основною сферою їх діяльності. Якщо диверсифікація здійснюється на основі концентрації капіталу, то проникнення монополиї в іншу галузь промисловості здійснюється за рахунок внутрішнйх нагромаджень капіталу, коли цей процес відбувається на основі централізації капіталу, то організація виробництва в інших галузях здійснюється шляхом купівлі акцій, «системи участі».

На основі диверсифікації виникає така сучасна основна форма монополістичних об'єднань, як ***багатогалузевий концерн****.* Останній є об'єднанням десятків i навіть сотень підприємств різних галузей промисловості, транспорту, торгівлі, учасники якого втра-чають власність на засоби виробництва i виготовлений продукт, а головна фірма здійснює над іншими учасниками об'єднання фінансовий контроль. Серед 500 наймогутніших монополій США понад 90 % існують у формі багатогалузевих концернів. Лише 5 % серед цих гігантських корпорацій випускають однопрофільну продукцію, а переважна більшість їх має у своему складі у середньому підприемства 11 галузей, а найбільш могутні моно-полії — до 30-50 галузей.

У 60-ті роки у США i деяких інших країнах почали зростати ***конгломерати****,* тобто монополістичні об'єднання, які утворилися шляхом поглинання прибуткових різногалу-зевих підприємств, які не мали виробничої та технічної спільності. **[7. стр183]**

**3.3 Прості, дискримінуючи, монопсонії, двосторонні монополії.**

3) За своїм становищем на ринку, монополії можна поділити на:

***Прості монополії.*** Монополіст, що намагається отримати максимальний прибуток, буде намагатися встановити таку ціну і таку кількість товару, які будуть сумісні з вимогами попиту на цей товар, з його кривою витрат.

Він роздивляється попит як еластичний. Якщо він підніме ціну, то загубить частину своїх клієнтів; якщо зменшить ціну, то продасть більше.

Поведінку монополіста легко пояснити. В умовах досконалої конкуренції продавець може збільшити кількість продаваної продукції, не викликаючи зменшення ціни; продаж додаткової одиниці продукції додає до загального доходу ціну продажу цієї одиниці, і в цих умовах граничний дохід дорівнюватиме ціні продажу.

При монополії будь-який додатковий продаж призводить до зниження ціни, що відображається на всіх інших проданих одиницях товару. Таким чином отриманий моно-полістом доход менший за суму доходів, втрачених внаслідок зменшення цін на інші одиниці товару. Наприклад: продавець міг продати 7 одиниць товару по 50 гр. але, щоб продати восьму одиницю йому необхідно було б знизити ціну до 49 гр. Але восьма одиниця не принесе йому 49 гр., так як 7 попередніх одиниць будуть тепер продаватись по 49 гр., що означатиме втрату 7 гр. Таким чином граничний дохід за восьму одиницю становитиме лише 42 гр.

Але монополіст коли він встановлює ціну повинен також передбачити небезпеку того, що може з’явитись при появі конкурентів в цій галузі, де він домінував поки один. Тому монополіст буде намагатись встановити таку ціну, яка була б йому вигідна і забезпечувала прибуток на довгостроковий період, уникаючи того, щоб ця ціна могла вплинути на появу конкурентів.

***Дискримінуючі* *монополії*.** Дискримінація виникає тоді коли монополіст протягом одного періоду пропонує покупцям один і той же товар за різними цінами. Зрозуміло що дискримінація може відбуватися тоді коли продавець контролює ринок.

Три основних типи дискримінаційно монополіїї:

1. особиста: наприклад, лікар встановлює різні гонорари в залежності від рівня доходів його хворих, або місця в театрі коштують найдорожче в партері а ніж в інших місцях залу. В цих випадках Д складається у врахуванні структури попиту і в вилученні споживчої ренти.
2. Матеріальна: вона базується на використанні продаваних товарів і послуг. Наприклад, встановлюється різний тариф для використання електрики в промисловості і побуті, для професійного і власного транспорту.
3. Географічна. Продавець враховуючи відстань між містами, різні транспортні витрати, встановлює різні ціни.

***Монопсонії.*** Цей вид монополії на ринку виникає тоді, коли велика кількість продавців має справу з одним покупцем. Чистий монопсоніст – це єдина фірма на ринку, яка є покупцем ресурсу чи послуг, які пропонуються на цьому ринку. Монопсоніст має владу, достатньою для впливу на ціну ресурсу, який закупає. Крива пропозиції послуг ресурса монопсоніста має зростаючий характер, тому монопсоніст може впливати на ціну ресурсу шляхом зміни його кількості.

***Двосторонні монополії*** – це така ситуація, коли на ринку існує один продавець і один покупець якогось товару чи послуги. Частіше така ситуація виникає на ринку труда, де профспілці працівників протидіє профспілка роботодавців. В умовах двосторонньої монополії продавець і покупець обумовлюють своє замовлення заздалегідь – вони обумовлюють як ціни так і кількість товару. Кожна з сторін хотіла б встановити умови найбільш вигідні для себе, але ризикуючи не отримати нічого, вони встановлюють ціни обмежені двома границями: верхнім – ціна яка позбавляє будь-якого прибутку покупця, нижнім – ціна яка позбавляє будь-якого прибутку продавця.. **[8. стр 512-522]**

**3.4. Міжнародні монополії.**

* Існує ще особливий вид монополій, який не відноситься до жодної з цих класифікацій - міжнародні монополії. Економічною основою виникнення і розвитку міжнародних монополій є інтернаціоналізація господарського життя. Існує два різновиди міжнародних монополій. Перший – ***транснаціональні монополії***. Вони національні за своїм капіталом та контролем, але міжнародні за сферою своєї діяльності. Наприклад більша частина виробленої потужностей та збуту організацій швейцарського харчового концерну “Нестлє” знаходиться в інших країнах. І тільки 2-3% всього обігу припадає на Швейцарію. Другий різновид – власне ***міжнародні монополії***. Особливість міжнародних трестів та концернів – міжнародний розподіл акціонерного капіталу. Наприклад: англо-голандський хімічно-харчовий концерн “Юнілевер”, німецько-бельгійський трест “Агфа-Геверт”. Їх кількість невелика, оскільки об’єднання капіталу з різних країн супроводжується великими труднощами: різниця в законодавстві країн, подвійний податок тощо. Основні форми об’єднання: започаткування монополіями різних країн спільної компанії у формі самостійно існуючого тресту чи концерну; придбання однією монополією частки контрольного пакету акцій іноземної монополії; безпосереднє злиття активів фірм різних країн; об’єднання фірм різних національностей шляхом “квазізлиттів”. Останнє відбувається шляхом обміну акціями між фірмами, які зберігають юридичну незалежність. Об’єднання такого типу є найбільш популярною формою створення міжнародних трестів та концернів.

**4. Антимонопольне законодавство.**

**4.1. Причини антимонопольного регулювання.**

Як ми можемо бачити – протягом всього розвитку монополій вони мали різні форми, вони і досі продовжують еволюціонувати. Але що було незмінним весь цей час так це те, що одразу після того як з’явились перші монополії, держави почали проводити антимонопольну політику, це було пов’язано з тим, що монополізація ринків у 6ільшості випадків не відповідає інтересам суспільства з економічних і соціальних міркувань.

Ми вже зазначали, що при наявності монопольної влади фірми завищуютьцінупорівняно з ефективною ціною на рівні граничної вартості, скорочують обсяги виробництвапорівняно з ефективним обсягом, тому що у монополістів відсутній конкурентній стимул для виробничої ефективності.

Для монополістичної фірми мінімізація вартості виробництва не є необхідною умовою максимізації прибутку, що не стимулює ефективного витрачання pecypciвi не вимагає необхідності економіїнамасштабі*.*

Різниця між фактичною та мінімально можливою вартістю виробництва означае так звану ***Х-неефективність*** *(або технологічну неефективність).* При аналізі вартості виробництва в традиційній теорії вважається, що фірма оперує з кривими мінмально можливої вартості. Внаслідок монопольної влади фірма має криві вартості, що, як правило, розташовані вище, ніж це мінімально можливо; тому виникае неефективне використання pecypciв, їхня продуктивність зменшується.

На монополізованих ринках втрачаються чисті вигоди для суспільствапорівняно з конкурентними ринками, зменшується суспільний добробут, зростає нерівність доходів за рахунок монополістичного прибутку. **[1. стр 122]**

Ще однією причиною монопольного регулювання є те, що монополія веде до гальмування науково-технічного прогресу. Послабивши натиск конкуренції, монополія створює штучні передумови для стримування запровадження у виробництво технічних новинок, сповільнення нововведень. Монопольне становище i вигоди, що з нього випливають, послаблюють стимули до постійного вдосконалення виробництва, до зростання ефективності. Ti ефекти, які звичайно досягаються шляхом раціоналізації, монополія може досягти «дешевше» — використовуючи свою «привілейовану» позицію. Це зовсім не означає зупинку науково-технічного прогресу. В сучасному світі i монополістам не забезпечується спокійне життя, їм постійно доводиться вступати у конкурентну боротьбу, захищаючи свої позиції. Це змушує шукати шляхи зниження витрат виробництва, у тому числі через удосконалення техніки та технології. Але сама можливість уникнути конкуренції, щоденної гонитви за лідерством у науково-технічному пргресі використовуеться у зручних ситуациях i приводить до уповільнення економічного розвитку. Найбільш шкідливою у цьому плані є адміністративна монополія. Тут у ролі монополистів здебільшого виступають відсталі технично та економічно підприємства.

Монополізація спричиняє деформацію господарських зв'язків i процесів. Замість народно-господарського оптимуму створюється структура, яка відповідає завданню оптимізації монопольних прибутків. Має місце неправилний розподіл доходів: виникають «незаслужені» прибутки монополистів. Через це відбуваеться неправильне розміщення pecypcів, здійснюються хибні інвестиції. Крім того, монопольні угоди на зразок картельних можуть сприяти збереженню економічно слабких підприємств, виділяючи їм відповідні кошти i встановлюючи ціни на високому рівні. Вони фактично консервують нежиттєздатні підприємства. Отже, монополістична деформація економіки знижуе її ефективність i продуктивності. Американсьий дослідник Ф. Шерер оцінює втрати від монополістичного нераціонального розподілу pecypсів у 0,5 — 2,0 5 валового націо-ального продукту США. **[7. стр 191]**

Доведено, що монополія зумовлює застой та загнивання господарсьного механізму, паралізує конкуренцію, загрожує нормальному ринку. П. Самуельсон, зважуючи позитивні та негативні риси і наслідки монополії, робить однозначний висновок: «це економічне зло». **[10. стр 110]**

Нарешті, монополії створюють певну політичну небезпеку для суспільства, коли здійснюють неправомірний тиск на уряд у пошуках пільг. Цьому є багато прикладів і в історії розвинутих країн, і сьогодні, в країнах з перехідною економікою. До речі, цей політичний тиск у вигляді витрат на лобіювання, забезпечення юридичної підтримки фірми є однією із причин збільшення вартості виробництва у монополістів.

Щоправда, не вci аргументи у критиці монополій є такими однозначними – існує багато аргументів “за” існування монополій. Так привласнюючи більші доходи монополісти можуть більше інвестувати, передусім в науково-технічні розробки, а це забезпечує вищу якість продукції. Зокрема, деякі великі корпорації досягли панівного становища на ринку

завдяки виробництву продукції високої якості, яка користується значним попитом споживачів. Крім того інколи при визначенні монопольного становища інколи недооцінюється справжня конкуренція, адже враховується лише внутрішньогалузева конкуренція. Але існуе ще й міжгалузева та іноземна конкуренції, що послаблюють реальну ринкову владу монополістів.

Деякі галузі мають спадну вартість виробництва (природні монополії), i в них неможлива конкуренція з об'ективных причин. І в такій ситуації існування декількох фірм в одній галузі було б невигідним.

Окремі аргументи на корысть монополій не знімають у цілому проблемы обмеження конкуренції з боку монопольних утворень. Тому, для того щоб перешкодити деструктивним силам монополізації проводиться антимонопольна політика – втручання влади в роботу ринкової системи з метою підтримки конкуренції, тобто з метою підвищення ефективності економіки. Таке втручання необхідно для:

* забезпечення балансу інтересів споживачів і підприємств
* стимулювання підприємств к зменшенню витрат, підвищення якості

обслуговування, підвищення ефективності інвестицій

* створення умов для забезпечення конкуренції

**4.2 Історія виникнення антимонопольного законодавства.**

Найголовнішою сферою антимонопольної політики є антимонопольне законодавство, яке являє собою пакет законів, що забезпечують підтримку Державою балансу між конкуренцією та монополією, встановлення офіційних правил гри на ринку .Батьківщина його є США, де в 1890 році було прийнято Закон Шермана. Цей закон являється ядром антитрестовської /антимонопольної політики в економічному житті США. Федеральний уряд США завдяки цьому закону мае право подавати позов до суду на фірми та ділові підприємства.

У 1919 році було прийнято ще один законодавчий акт – Закон Клейстона, основні положення якого декларували

* заборона практично усіх форм дискримінайіі у ціновій політиці
* ввод обмеженнь на реалізацию та продаж товарів з вимушеним асортиментом
* -заборона злиття фірм за рахунок придбання акцій конкурентів, якщо такі діі

приводять до зменшення конкурентної боротьби [11. стр 57]

-заборона сумісництва посад у радах директорів різних фірм та ділових підприємств.,

Водночас з цим законом Клейтона Конгрес США ратифікував закон про Федеральну

Торгову комісію, який доповнював закон Клейтона.Цей факт давав Федеральній торговій

Комісіі США повноваження вирішувати у кожному конкретному випадку факти присутності порушеннь антимонопольного законодавства. Значення цього органу лежить

у створенні незалежного від монопольних структур інститута, що має прово позову до суду.

В Європі перші законодавчі акти проти монополій з'явились лише у 30-х роках ХХ ст. (Бельгія i Голландія — у 1935 р., Данія —, у 1937, ФРН — у 1957 р.). У Велікобрітаніі діє закон про справедливу торгівлю та закон про обмеження у торгівлі. У Франціі – закон про конкуренцію, закон про контроль над економічною концентрацією та положення про ціни, у Німеччині – закон проти обмеження конкуренціі та інш. Цi закони порівняно з американськими є більш ліберальними. Вони мають на меті встановлення законодавчого контролю за картельними угодами. У 80-ті роки антимонопольні закони були прийняті також у ряді країн Африки (Кенія та Танзанія). Що стосується України, то перший анти монопольний закон в нащій країні з’явився у 1992 році – Закон “ Про обмеження монополізму та недо-пущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності”.

**4.3. Сучасне антимонопольне законодавство.**

Конкуренція i антимонопольна практика регулюються сьогодні i на міжнародному ринку. Так у Римському договоpi, що заклав підвалини Європейського Економічного Співтовариства, статті 85 і 86 теж забороняють монополістичні угоди та створення монополій. Вони є також об'єктом міжурядових договорів, регулюються документами комісії ООН з питань промисловості i торгівлі (ЮНКТАД) та ін**. [7. стр 200]**

В урядових структурах створені спеціальні органи, які повинні впроваджувати в життя антимонопольну політику, наглядати за дотриманням прийнятих законодавчих актів.

Що стосується України, то перший антимонопольний закон у нас в державі був прийнят у 1992 році – закон “ Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності”. Згідно з цим законом зловживаннями монопольним становищем вважаються:

1) обмеження або припинення виробництва, а також вилучення з обороту товарів, можуть призвести до створення дефіциту на ринку чи встановлення монопольних цін;

2) відмова від реалізації чи закупівлі товару при відсутності альтернативних джерел постачання або збуту, що створення дефіциту на ринку чи встановлення монопольних цін

3) інші дії, що призвели або можуть призвести до створення перешкод доступу на ринок (виходу з ринку) інших суб'єктів господарювання;

4) встановлення дискримінаційних цін на свої товари, що обмежують права окремих споживачів;

5) встановлення монопольно низьких цін на свої товари, що призвело або може призвести до обмеження конкуренції.

За порушення закону передбачаються такі норми покарання як стягнення штрафу, вилучення незаконно отриманого прибутку, відшкодування збитків.

Якщо виявляється що підприємство є монополією, то антимонопольний комітет може назначити примусовий поділ підприємства (крім тих випадків, коли не можлива територіальна відокремленість підприємства). **[12]**

Взагалі в світі існує два основних напрямка реалізаціі антимонопольного закона,спрямованого проти змови компаній:

А) судово-законодавче, пов”язане з судовим переслідуванням та покаранням у вигляді

санкцій, штрафів,мирового узгодження, тюремного ув”язнення від 4-х годин до 2-х

років:

Б) адміністративне, коми спеціальні органи вимагають від компаніі відміни антизаконних

рішеннь. **[11. стр 59]**

І хоча характер та конкретний зміст антимонопольного законодавства у різних країнах має свої особливості, але можливо виділити загальні для усіх країн основи цього законодавства:

* охорона та заохочення конкуренції:
* контроль над фірмами, що займають положення на ринку:
* контроль за цінами:
* захист інтересів користувачів:
* захист інтересів та сприяння розвитку середнього та мілкого бізнесу.

Сучасне антимонопольне законодавство має два рпинципових напрямки - контроль за цінами та контроль за злиттям компанії.

***Злиття —*** це об'єднання двох або більше фірм при згоді власників об’єднати їхні капітали у власність однієї нової фірми. Розрізняють горизонтальне*,* вертикальне та конгломератне злиття. ***Горизонтально злиття***— це злиття фірм, які конкурують на одному й тому ж ринку. ***Ввртикальне злиття —*** це злиття фірм, які пов'язані стосунками "постачальник- покупець". ***Конгломератне злиття —*** це злиття фірм, які діють на різних ринках, що не перетинаються (тобто продукція на цих ринках не є замінниками). Частіше обмежуеться горизонтальне злиття (у США найриклад, при використанні обмежень застосовується індекс Герфіндаля — Гіршмана, який зростае при горизонтальному злитті фірм). Вертикальне злиття, з одного боку, може навіть вітатися, тому що веде до зниження трансакційнихвитрат*,* зіншого — угода про таке злиття може містити дії, які обмежують конкуренцпо, що стае предметом розгляду владних антимонопольных органів.

***Фіксація цін —*** це спроба кількох фірм об'єднатися з метою встановлен ня певної ціни на товар або послугу. Як правило, фіксується або ціна, яка є завищеною, тобто монопольною (на зразок картельних угод), або така, що обмежуе появу нових конкурентів. Останне асоціюється із грабіжницькимціноутворенням ***—*** встановленням ціни нижче рівня вартості. Іншою не- формальною ознакою грабіжницької цни є встановлення її на такому низькому рівні, що це має сенс тільки для виштовхування слабших суперників з ринку.

Більш сучасним у світі вважається такий підхід до антимонопольного законодавства i антимонопольної політики взагалі, коли враховуються різні цілі суспільства, скажімо, не лише висока ефективність, але й справедливість. Більше уваги повинно приділятися проблемі підвищення суспільного добробуту, i зокрема добробуту споживачів.

3 урахуванням альтернативних цілей політики державна влада інколи сама йде на обмеження конкуренції. Зокрема, можуть робитись винятки з антимонопольного законодавства для деяких учасників ринку (наприклад, для профспілок); можуть створюватись *легальні картелі —* коли адміністративними рішеннями розподіляється ринок i обмежується конкуренція; можуть прийматись закони на зразок патентних, які з певних міркувань обмежують конкуренцію.

Існують погляди (наприклад, австрійської економічної школи), що неокласичне розуміння ефективності, яке обмежує взаемовигідні добровільні угоди, є надто вузьким, оскільки такі угоди є основним механізмом координації в ринковій економіці. Тому всі угоди слід вважати ефектйвними, бо вони спрямовані на кращу координацию економічних планів учасників. Звідси, найефективнішим є такий відкритий рынок, де кожний учасник має максимально вільний доступ до ринкової інформації i широкий спектр можливого планування своix цін.

Отже антимонопольна політика є предметом дискусій у багатьох країнах, а відповідна економічна теорія ще не набула завершеного вигляду.

**5. Встановлення ціни монополістом та максимізація монопольного прибутку.**

**5.1. Попит на продукцію монополіста.**

Практичну частину своєї роботи я б хотіла присвятити висвітленню такої проблеми як встановлення монопольної ціни та максимізація прибутку монополіста. Але спочатку я б хотіла висвітлити проблему вимірювання монопольної влади – розглянути показники на основі яких можна робити висновки є фірма монополією чи ні.

Для цього використовуються різноманітні кількісні показники. Найпоширеніший i найпростіший з них — це ***коефцієнт концентрації*** — відсоток сукупного галузевого випуску продукції, який забезпечує певна кількість найбільших фірм галузі. Поширене вимірювання коефіцієнта концентрації для чотирьох та для восьми найбіьших фірм. Для його обчислення визначається ринкова частка кожної фірми — відсоток галузевого обсягу випуску, який фірма постачає на рынок за певний проміжок часу (piк), а потім підсумовуються частки чотирьох (восьми) фірм з найвищим індивідуальним коефіцієнтом.

Індекс концентрації — величина недосконала, тому що він може бути однаковим i для олігополіїзкількома близькими за обсягом випуску фірмами, i для галузі з домінуючою фірмою, яка наближаеться до монополії. Чутливішим до виявлення таких відмінних ситуацій є ***індекс Герфіндаля- Грішмана (Н),*** який для галузі із *N* фірмами визначається за формулою

,



де S, — ринкова частка фірми "i" (i=1, 2, 3,..., N) у відсотках, причому **[1. стр 124]**



Зокрема, для чистої монополії (N=1) Н=10000, а для повної конкуренції *Н* може бути меншим за 1 (для N=20000 однакових за часткою фірм *H=O.5).* Зазначимо, що об'єднання фірм веде до збільшення галузевого індексу *Н,* отже, до поширення монопольної влади.

В paзі монопольної влади ринкові ціни перевищують граничну та середню вартість. Отже, ступінь монопольної влади можна визначити, якщо підрахувати, наскільки ціни *Р* перевищують рівень граничної вартості МС. Для цього варто скористатися ***індексом Лернера L*** (запропонований у 1934 р.): *L = (P-МС)/Р*  (1)

Зазначимо, що в умовах повної конкуренції *L=O.* Якщо врахувати, що граничну вартість не завжди можливо визначити, у формулі (1) МС можна приблизно замінити на середню вартість АС. Toдi індекс Лернера визначається як:



Тому частка прибутку у виручці вважається показником ринковоі влади фірми. Отже, для прибутків інших фірм індекс Лернера буде вищим, що означає більшу монопольну владу.

Для того, щоб перейти до питання про монопольне ціноутворення, розглянемо спочатку питання про попит на продукцію монополіста.

Оскільки фірма-монополіст одноосібно задовольняє попит на ринку певної продукції, то виробник зустрічається безпосередньо з кривою ринкового попиту, що відрізняє монополіста від конкурентної фірми.

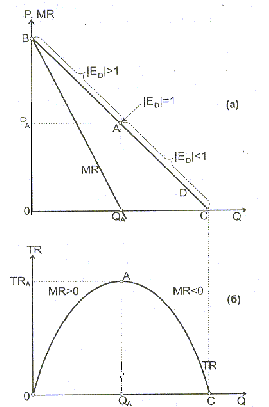
Сукупна виручка TR монополіста визначається за формулою TR=P\*Q , де ціна залежить від обсягу попиту, , згідно заданої функції попиту. Для випадку лінійної оберненої функції попиту, P=a – b , виручка визначається за формулою:



TR=R(Q)=P·Q=(a – b· Q)· Q = aQ – b



Тоді середня виручка AR складає: , тобто збігається з ринковою ціною. Гранична виручка визначається як похідна від функції загальної виручки:



Монополіст, як видно з мал.1., може приймати рішення щодо цін – встановити ціну на рівні . Але тоді обсяг реалізації буде визначатися тільки кривою попиту і складатиме . Монополіст може приймати рішення і щодо обсягів випуску.



***Мал.1.***(а) **попит на продукцію монополіста.** Якщо підрахувати цінову еластичність попиту в різних

(б) **Зв’язок між еластичністю попиту і** точках лінії попиту, згідно з відповідною формулою, то

**сукупною виручкою.** виявиться, що:

1. у точці А попит має одиничну еластичність, Е = -1, 2) у точці В – буде абсолютно еластичним, 3) у точці С – абсолютно не еластичним, Е =0, 4)при обсягах випуску 0<Q<-- еластичним, Е <-1, 5) при обсягах випуску <Q<2 -- нееластичним



Звідси можна встановити залежність між MR, TR і еластичністю попиту.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Еластичність і знак MR*** | ***Ціна збільшується*** | ***Ціна зменшується*** |
| Попит еластичний, MR>0 | TR спадає | TR зростає |
| Еластичність одинична,MR=0 | TR не змінюється | TR не змінюється |
| Попит нееластичний,MR<0 | TR зростає | TR спадає |

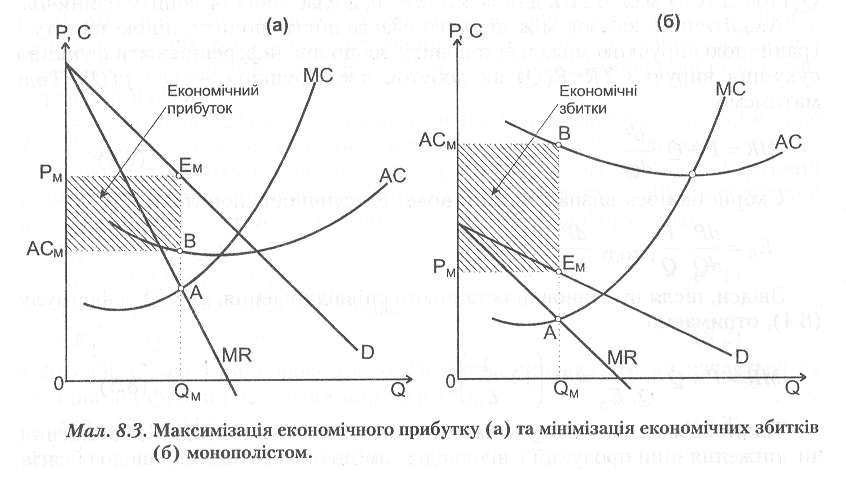
Такий зв’язок дає змогу монополістові визначати наслідки підвищення чи зниження цін продукції і, відповідно, зміни обсягів випуску щодо обсягів виручки.

**5.2. Максимізація прибутку монополії.**

Для монополіста як і для будь-якого іншого підприємця є важливою проблема максимізації прибутку. Правда це питання фірма-монополіст розв’язує дещо інакше ніж конкурентна фірма. Головна відмінність полягає в тому, що монополіст повинен прийняти рішення і щодо обсягу випуску, і щодо ціни, тоді як конкурентна фірма визначає лише обсяг.

Прибуток монополії як різниця між виручкою та загальними витратами виробництва визначається за формулою: Pr(Q) = TR(Q) – TC(Q). Із зростанням Q прибуток зростатиме, поки не досягне максимуму, а відтак почне зменшуватись. Певний обсяг виробництва максимізує прибуток в тому випадку, коли приріст прибутку від додаткового збільшення Q дорівнює нулю. Тобто коли MR=MC – це є універсально необхідною умовою максимального прибутку.

Отже для монополіста після знаходження оптимального обсягу, треба визначити оптимальну ціну. Для цього слід скористатися оберненою функцією попиту . Звідси матимемо - .



Графічно розв’язок задачі ілюструє мал.2(а). Точка А відповідає умові MR=MC, її координата на осі обсягів означає монопольний обсяг . Далі знаходимо точку Е, яка відповідає обсягу . Тоді горизонтальна координата точки Е буде визначати оптимальну ціну . Сукупна виручка TR чисельно дорівнюватиме площі прямокутника . Тоді монопольний прибуток дорівнює площі прямокутника .



Фірма-монополіст у короткостроковому періоді може мати економічні збитки, якщо навіть при виконанні умови максимізації прибутку вартість виробництва одиниці продукції перевищує її ціну. Тоді фірма може лише мінімізувати свої збитки. Цю ситуацію ілюструє мал.2(б).

Умова беззбитковості має такий вигляд: = minAC. Точка Е визначає стан короткострокової рівноваги монополіста. Для того щоб підприємство не приносило збитків крива попиту на продукцію монополіста повинна перетинатися з кривою середніх витрат.



Що стосується кривої пропозиції то для фірми-монополіста вона не існує. Це можна довести, якщо при незмінних кривих вартості підібрати нову криву попиту з таким нахилом, щоб відповідна їй крива граничної виручки перетиналась з кривою МС у тій самій точці А, що й крива MR і МС на мал. 2(а). Тоді обсяг залишиться без змін, а монопольна ціна буде іншою бо визначатиметься новою кривою попиту. Отже одному і тому ж обсягу пропозиції у умовах монополії можуть відповідати 2 різних ціни, що суперечить умовам функцій . Тому для фірми-монополіста крива пропозиції не визначається.



**5.3. Монопольне ціноутворення; цінова дискримінація**

Ціноутворення за формулами MR=MC i визначає точні умови максимізації прибутку фірми-монополіста. На практиці монополісти користуються ***принципом ціноутворення "вартість плюс" —*** тобто ціна встановлюється на рівні граничної вартості МС плюс певна надбавка. 3 ураху-ванням формул і MR=MC матимемо:



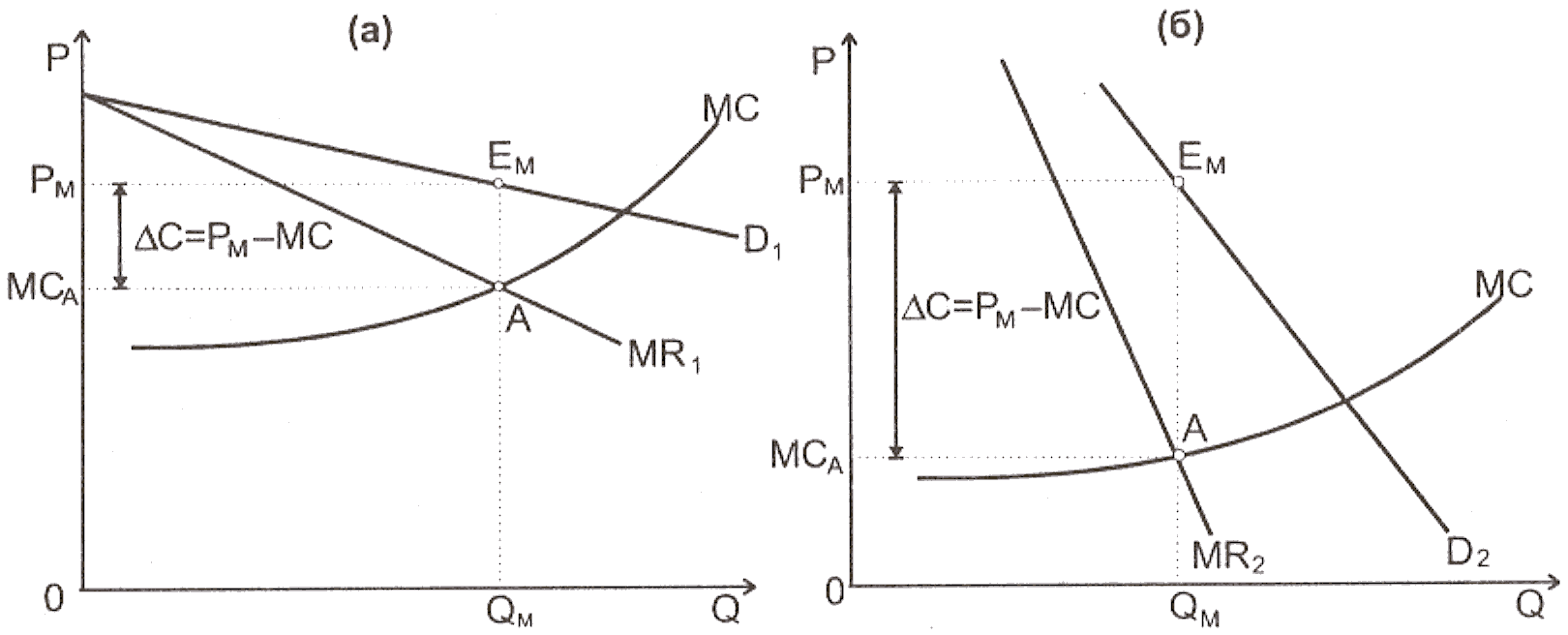
зв1дси (\*) [1.стр 102]



тобто ціна дійсно встановлюється вищою за ревень МС (нагадаемо, що <*0i).*

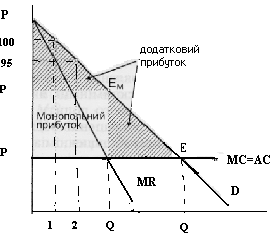


Застосування цього принципу ілюструє мал. 3.а i 3.б. Перший з них відповідає більшій еластичності попиту, ніж другий. Тому надбавка *АС=(Р- МС)* буде досить значною, коли цей принцип ціноутворення застосовується для товару нееластичного попиту ,і більш помірного для товару еластичного попиту.



**Мал. 3. Монопольне ціноутворення за принципом "вартість плюс": (а) рынок товару еластичного попиту; (б) рынок товару нееластичного попиту.**

Монополісти з метою збільшення свого прибутку досить широко використовують ***цінову дискримінацію —*** принцип ціноутворення, коли той самий товар або послуга продається різним категориям покупців за різними цінами. Для впровадження цінової дискримінації необхідно виконання двох умов:



1) icнyє формальна ознака, за якою можна розрізняти категорії споживачів;

2) благо не можна перепродавати (інакше ті, хто має можливість купувати його за нижчою ціною, перепродавали **Мал..4. цінова дискримінація 1-го ступеня.** б його іншим покупцям, а монополіст втрачав би

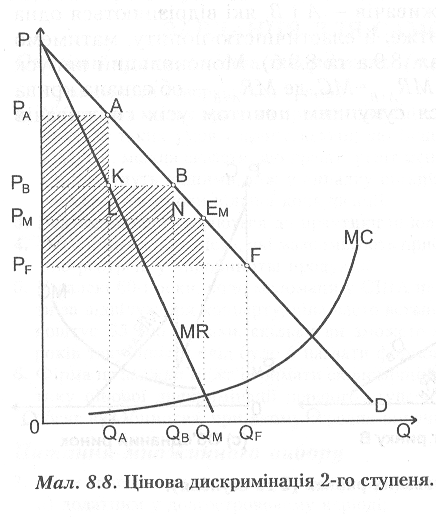
всю вигоду).

За умовами, які забезпечують можливість встановлення різних цін на одне і те ж благо розрізняють такі види цінової дискримінації:

1. просторову (продаж у містах і в селі)
2. часову (квитки на денні й вечірні кіносеанси)
3. за доходами покупців (послуги лікаря, юриста)
4. за обсягом споживання блага
5. за соціальним статусом споживача (проїзні квитки для студентів і працюючих) **[13.** **стр183]**

*Цінова дискримінація першого ступеня,* або ***абсолютна цінова дискримінація*** існує тоді, коли кожному споживачеві встановлюють індивідуальну ціну на piвні його готовності платити за благо, тобто найвищу із цін, за якою споживач погоджується на купівлю певної одиниці товару або послуги.

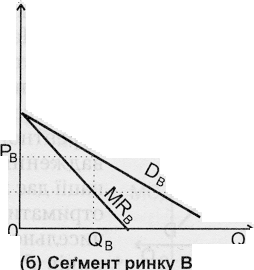
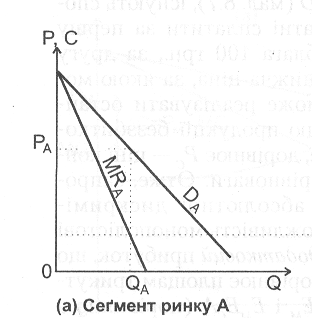
Так, згідно з кривою ринкового попиту *D* (мал. 4), існують споживачі, здатні сплатити за першу одиницю блага 100 грн., за другу — 95. Найнижча ціна, за якою монополіст може реалізувати останню одиницю продукції беззбитково для себе, дорівнює  *—* ціні конкурентної рівноваги. Отже, запровадження абсолютної дискримінації дає можливість монополистові отримати *додатковий* прибуток, що чисельно дорівнюе площам трикутників і - за рахунок скорочення чистих вигод споживачів. Сукупний монопольний прибуток у випадку запровадження дискримінації дорівнюватиме площі трикутника тоді як споживачі зовсім не отримають чистоi вигоди. Щоправда, така дискримінація має i позитивну рису — збільшення ринкового обсягу з до ефективного рівня .



*Цінова дискримінація другого ступеня* полягає у встановленні рівня ціни в залежності від обсягів продажу (мал. 5). Цей спосіб дискримінації, як i в попередньому випадку, використовує спадну криву ринкового попиту, що відбиває зменшення готовності покупця платить при збльшенні обсягу. Так, обсяг споживачі готові придбати за ціною при збільшенні партії товару до додатковий обсяг вони готові придбати за нижчою ціною*,* наступну партію товару — ще дешевше При монопольному ціноутворенні було б реалізовано обсяг за ціною  *.* Спроба продати обсяг за єдиною ценою принесла б фірмі менший прибуток, ніж максимальний монопольний*.* Запровадження дискримінацй (у наведеному прикладі — встановлення трьох різних цін у залежності від обсяпв продажу) дозволяє збільшити прибуток від продажу обсягу навіть порівняно з монопольним прибутком. Така цінова політика поширена на ринках електроенергії. Отже, і в цьому випадку дискримінація дає змогу збільшити сукупну виручку i прибуток монополіста.



*Цінова дискримінація третього ступеня (на сегментованих ринках)* запроваджується монополістом тоді, коли можна виділити кілька окремих груп споживачів з різною еластичністю попиту, тобто визначити так звані ***сегменти ринку.* У** випадку двох груп споживачів — А i *В,* які відрізняються одна від одної своїм попитом *,* отже, й еластичністю попиту, матимемо два відповідних сегменти рынку. Монопольний випуск



**Мал. 6. Цінова дискримінація на сегментованих ринках (3-го ступеня).**

встановлюється згідно з умовою =МС, де  *—* об'єднана крива граничної виручки, що визначається сукупним попитом ycix споживачів (мал. 6.в). Для максимізації прибутку треба, щоб i були рівними (інакше прибуток буде зростати при продажу додаткової одиниці на ринку з вищою граничною виручкою). Для групи споживачів А утворюється один рынок із ціною *P ,* за якою можна продати обсяг Q , для групи споживачів В утворюється свій ринок із ціною *P , i* обсягом продажу ; . Цiни на цих ринках можна також визначити за формулою (\*) з урахуванням відомих еластичностей попиту та граничної вартості виробництва МС.



Це найпоширеніший вapiaнт цінової дискримінації, який застосовується, скажімо, на ринках авіаперевезень, на залізниці. Звичайно, і в цьому випадку монополіст отримує можливість збільшити власні прибутки.

**Висновок.**

Монополія – це ринкова структура при якій одна фірма постачає весь галузевий випуск товару, який не має близьких замінників і де входження на ринок нових фірм блоковано.

До основних типів бар’єрів, які блокують входження на ринок нових фірм відносяться патенти, авторські права, володіння всім обсягом якогось ресурсу, економія н а масштабі.

Причинами виникнення монопольних об’єднань є централізація виробництва і капіталу, поява акціонерної власності, що виникає в результаті об’єднання декількох капіталістів, навмисні дії держави.

В залежності від причини виникнення розрізняють економічні, природні і адміністративні монополії. Ці монополії, в залежності від форми об’єднання капіталу поділяють на трести, картелі, синдикати, концерни. А в залежності від становища на ринку монополії можна поділити на прості, дискримінуючи, монопсонії та двосторонні .

Монополії виникли ще у стародавні часи, але розвитку та економічного значення вони набули у другій половині 19 ст. їх виникнення було пов’язано з такими процесами в суспільстві, як збільшення акціонерної власності, виникнення банків, концентрація виробництва і капіталу, еволюція форм капіталістичних об’єднань.

Швидке зростання монополій визначило необхідність антимонопольного регулювання. Так в США у 1890 р. було прийнято перший у світі антимонопольний закон – закон Шермана. Потім антимонопольні закони почали з’являтись у країнах Європи, а у 1992р. такий закон було прийнято і в Україні.

Взагалі антимонопольні закони й досі є предметом дискусій у багатьох країнах, а відповідна теорія ще не набула відповідного вигляду і вимагає все нових досліджень. Це насамперед пов’язано з тим, що монополія досить складне і суперечливе явище

* з одного боку вона приносить втрати для суспільства у вигляді меншої кількості

товару, більшої ціни, стримуванням науково-технічного прогресу, диференціації ціни на свій продукт. З іншого боку отримуючи більше прибутку ніж конкурентні фірми вони й інвестують більше в економіку. Крім того існують ситуації коли існування монополії дозволяє зменшити збитки підприємств.

- Інша суперечка полягає в тому, що влада надає деяким фірмам виняткові права, що спричиняє виникнення монополій. І таж сама влада видає закони про обмеження монопольної влади.

Взагалі, для того щоб визначити є фірма монополією чи ні використовують різні показники – коефіцієнт концентрації, індекс Герфіндаля-Грішмана, індекс Лернера. Скориставшись одним з цих показників можна зробити висновок щодо необхідності регулювання тієї чи іншої фірми.

Існує невірна думка, що монополії встановлюють надто високі ціни, і піднімають їх до безкінечності. Але це не так. Монополія, як і будь-яка фірма намагається максимізувати прибуток, бо отримання найбільшого прибутку за найменших витрат є метою економіки.

Думаючи про максимізацію свого прибутку, фірма-монополіст ніколи не встановить надто високі ціни, бо тоді вона отримає надто низькі прибутки. Але задля отримання більшого прибутку фірма монополіст може проводити політику цінової дискримінації – продажу одного і того ж товару за різними цінами, в залежності від доходу споживача.

Цінова дискримінація буває 3-х ступенів:

1. кожному споживачеві встановлюють індивідуальну ціну на рівні його готовності платити за благо
2. ціни встановлюються в залежності від обсягів продажу
3. запроваджується монополістом тоді коли можна виділити кілька окремих груп споживачів з різною еластичністю попиту.

## Список використаної літератури

1. Мікроекономіка і макроекономіка: підручник /за ред. С.В. Будаговської – К.: Основи, 2001.
2. Аристотель, Сочинения Т.4, 1983
3. Т.Гобс, Сочинения Т2 – М.: Мисль, 1991.
4. Історія економіки зарубіжних країн: підручник /за ред. В. Голубовіча – Мінськ – Екоперспектива, 2000.
5. Економічна історія України і світу: підручник / за ред. Б.Д. Лановика - К.: Вікар, 1999.
6. Основи економічної теорії: підручник /за ред. С.В. Мочерного – Тернопіль: Тарнекс, 1993.
7. Р.Барр. Політична економія. Т1 – М.,1994.
9. П.Самуельсон. Економіка – М.: НПО “Алгон”, 1994.
10. Державне регулювання ринкової економіки: підручник / за ред. З.В. Глухової – Омськ, 1999.
11. Закон України. Про обмеження монопольної влади та недопущення недобро-

совісної конкуренції у підприємницькій діяльності. Від 12 травня 1993 року N 49-

93, із змінами і доповненнями, внесеними Декретом Кабінету Міністрів України

 від 20 грудня 2001 року N 2905-III

1. Кириленко В.І. Мікроекономіка: навч. посібник для студентів екон. спец. вузів. – К.: Таксон, 1998.

## Список використаної літератури

1. Мікроекономіка і макроекономіка: підручник /за ред. С.В. Будаговської – К.: Основи, 2001.
2. Аристотель, Сочинения Т.4, 1983
3. Т.Гобс, Сочинения Т2 – М.: Мисль, 1991.
4. Історія економіки зарубіжних країн: підручник /за ред. В. Голубовіча – Мінськ – Екоперспектива, 2000.
5. Економічна історія України і світу: підручник / за ред. Б.Д. Лановика - К.: Вікар, 1999.
6. Основи економічної теорії: підручник /за ред. С.В. Мочерного – Тернопіль: Тарнекс, 1993.
7. Р.Барр. Політична економія. Т1 – М.,1994.
9. П.Самуельсон. Економіка – М.: НПО “Алгон”, 1994.
10. Державне регулювання ринкової економіки: підручник / за ред. З.В. Глухової – Омськ, 1999.
11. Закон України. Про обмеження монопольної влади та недопущення недобро-

совісної конкуренції у підприємницькій діяльності. Від 12 травня 1993 року N 49-

93, із змінами і доповненнями, внесеними Декретом Кабінету Міністрів України

 від 20 грудня 2001 року N 2905-III

1. Кириленко В.І. Мікроекономіка: навч. посібник для студентів екон. спец. вузів. – К.: Таксон, 1998.