Monopol Varsayımları; • Tek satıcı çok sayıda alıcı vardır. • üretilen malların yakın ikamesi yoktur. • Piyasaya giriş engellidir. • Piyasada eksik bilgi vardır. • Piyasada reklam söz konusu değildir. • Monopol firma fiyat belirleyicidir.

Monopol firmanın MR’si her zaman talep eğrisinin altında yer alır. Bunun nedeni monopol firmanın malına olan talep eğrisinin negatif eğimli olmalıdır. Monopol firma her zamana talep eğrisi üzerinde esnekliği 1’den büyük olduğu bölgede üretim gerçekleştirir. Esnekliğin 1’den küçük olduğu aralıkta marjinal hasılatın negatif değer olması nedeniyle monopol firma bu aralıkta üretim yapmaz. Toplam hasılatın max olduğu durumda monopol firmanın üretim yapma koşulu MC’nin “0” olması ile gerçekleşir.

Monopol firmanın satış fiyatını marjinal maliyetinin üzerinde belirleme gücüne “Monopol Gücü” denir. Monopol firma için kar max. üretim düzeyinde fiyat marjinal maliyetten her zaman büyüktür. Fiyat MC’den uzaklaştıkça firmanın monopol gücü artar. Monopol gücü “0” ile “1” arasında değer alır. Buna göre; 1’e yaklaştıkça monopol gücü artarken 0’a yaklaştıkça monopol gücü azalır. Monopol gücü ile talep esnekliği arasında ters yönlü ilişki söz konusudur. Buna göre; esneklik değeri arttıkça monopol gücü azalacaktır. Monopol Firmanın Uzun Dönem Dengesi Monopol firma uzun dönemde her zaman ekonomik kar elde eder. bunun nedeni; piyasaya girişin engelli olmasıdır. Monopol firma uzun dönem dengesinde ortalama maliyetin azaldığı bölgede tam rekabete göre daha yüksek maliyetle üretim gerçekleştirip daha yüksek fiyattan mal satmaktadır. Monopol üretimde etkin çalışmamakta ve kaynak israfına sebep olmaktadır. Uzun dönem dengede monopol firmanın P=MC koşulunda çalışmaması piyasada dara kaybına sebep olmaktadır. Monopolde Arz Eğrisinin Olmaması Rekabetçi piyasada fiyatın MR’ye eşit olması sebebiyle kar max. koşulunda yani MR=MC sağlandığı durumda firmanın üretim düzeyi MC veri iken fiyata göre belirlenir. Monopol firma için fiyat MR’ye eşit değildir. ve MR’yi belirleyen fiyat ve talep esnekliği gibi iki unsur söz konusudur. Dolayısıyla monopolde denge üretim düzeyini belirleyen fiyat talep esnekliği ve MC’dir. MC’nin veri olduğu durumda fiyat ve talep esnekliğine bağlı olarak üretim düzeyi belirlenir. Bu durumda monopolün aynı fiyattan farklı miktarlarda üretim yapmasına yada farklı fiyatlardan aynı miktarda üretim yapmasına imkan verir. bu durumda monopol için fiyat ve üretim miktarı arasında fonksiyonel bir ilişki söz konusu değildir ve arz eğrisi çizilemez. Monopolde Fiyat Farklılaştırması Monopol firma tüketici rantını ele geçirmek için ve karlılığını arttırmak için ürettiği malı farklı fiyatlardan satabilir. Buna fiyat farklılaştırması denir. a. 1. Dereceden Fiyat Farklılaştırması- Birimler Arası F.F: Monopol firmanın ürettiği malın her birimini tüketicinin ödemeye razı olduğu en yüksek fiyattan sattığı farklılaştırma türüdür.

1. Derece Fiyat Farklılaştırması: Monopol firmanın sattığı malın belli bir miktarını farklı fiyat belli bir miktarını ise daha düşük fiyat uyguladığı farklılaştırma türüdür. Burada temel amaç tüketiciyi tüketime teşvik etmektir. İkinci derece fiyat farklılaştımasının olabilmesi için piyasada “arbitrajın” olmaması gerekir. c. 3. Derece F.F- Alıcılar Arası: yaş cinsiyet gelir grubu gibi ayrımlara giderek aynı malı alıcılara farklı fiyattan satma durumdur. Fiyat farklılaştırılmasının yapılabilmesi için gerekli koşullar; • Piyasalar bölünmüş olmalı ve piyasalar arasında geçiş olmamalı. • alt piyasalarda farklı talep esneklikleri söz konusu olmalı. • Firmanın fazladan bir MC’si olmamalı
2. Monopolün Düzenlenmesi Monopol firmanın yol açtığı etkinsizliği azaltmak ya da tamamen kaldırmak için uygulanan politikalara monopolün düzenlenmesi denir. Monopolün düzenlenmesinde 4 farklı yöntem söz konusudur. 1. Tavan fiyat : MC fiyatlaması ve AC fiyatlaması 2. Subvansiyon Uygulanması 3. Vergi uygulaması 4. Monopol Hakkının Satılması.