



МОНОПОЛИИ

подготовил студент ИЮЮР 21-15 Курин Н.В.



Слово "монополия" является результатом сложения двух греческих слов: *μονος* ("один") и *ρολεο* ("продаю") и буквально означает "один продавец". Однако, в настоящее время термин «монополия» может быть использован для обозначения разных феноменов.

- Естественные монополии
- Географические монополии
- Технологические монополии





Естественная монополия существует, когда множество факторов делают конкуренцию неработоспособной, финансово неосуществимой или невозможной. Многие местные телефонные аппараты имеют естественную монополию в определенной области, поскольку обширная инфраструктура, необходимая для поддержки проводного телефонного обслуживания, слишком дорога для новых конкурентов. Кроме того, новая инфраструктура потребует ненужных телефонных столбов и другого неприглядного оборудования, которое местные регулирующие органы не позволят. В результате существующая местная телефонная компания сохраняет естественную монополию в своей сфере обслуживания, а конкуренты перестают развиваться. Подобные естественные монополии существуют в местных электросетевых и кабельных провайдерах, но правительства часто регулируют естественные монополии, чтобы обеспечить справедливую практику и ценообразование для клиентов.

Технологическая монополия. Бизнес, впервые продающий продукт или услугу, может получить патент или авторские права. Эта правовая защита делает бизнес технологической монополией. Например, у электроники будет технологическая монополия, если она патентует новый продукт, а конкурентам не будет предлагать один и тот же продукт по разным ценам. Аналогичным образом, продукты с конкретными и очень точными компонентами, такими как электроника и фармацевтика, подчиняются технологическим монополиям, поскольку конкуренты не могут создать функциональный конкурирующий продукт, не нарушая патент оригинальной компании. Во многих случаях конкуренты могут выпускать немаркированные продукты с аналогичными компонентами, которые не обеспечивают такого же качества или эффекта, как оригинал.



Географическая монополия. Когда только один бизнес предоставляет продукты или услуги в местном регионе, этот бизнес является географической монополией. Как правило, появляются географические монополии, поскольку клиентская база недостаточно велика для поддержки конкуренции. Например, сельские районы и очень маленькие города могут иметь только одну бензоколонку или продуктовый магазин, потому что население слишком мало для поддержки более чем одного из этих магазинов. Конкуренты иногда появляются в этих областях, но один из конкурирующих предприятий обычно закрывается, подтверждая географическую монополию.





Почему правительство регулирует монополию?

- 1) Предотвращение высоких цен. Без государственного регулирования монополии могут поставить цены выше конкурентного равновесия. Это приведет к неэффективности распределения и снижению благосостояния потребителей.
- 2) Качество обслуживания. Если фирма имеет монополию на предоставление определенной услуги, у нее может быть небольшой стимул предлагать качественный сервис. Правительственное регулирование может гарантировать, что фирма отвечает минимальным стандартам обслуживания.
- 3) Фирма с монополистической продажей может также быть в состоянии использовать монополистическую покупательную способность. Например, супермаркеты могут использовать свое доминирующее положение на рынке, чтобы сжать прибыль фермеров.
- 4) Некоторые отрасли промышленности являются естественными монополиями – из-за высокой экономии за счет масштаба наиболее эффективным числом фирм является одно. Поэтому мы не можем поощрять конкуренцию, и важно регулировать фирму, чтобы предотвратить злоупотребление монополистической властью.

Существует 3 основных метода повышения преимуществ монополий для общества:

- устранение или снижение барьеров для входа через антимонопольное законодательство, чтобы другие фирмы могли выйти на рынок, чтобы конкурировать;
- регулирование цен, которые может взимать монополия;
- управляя монополией как государственным предприятием.

