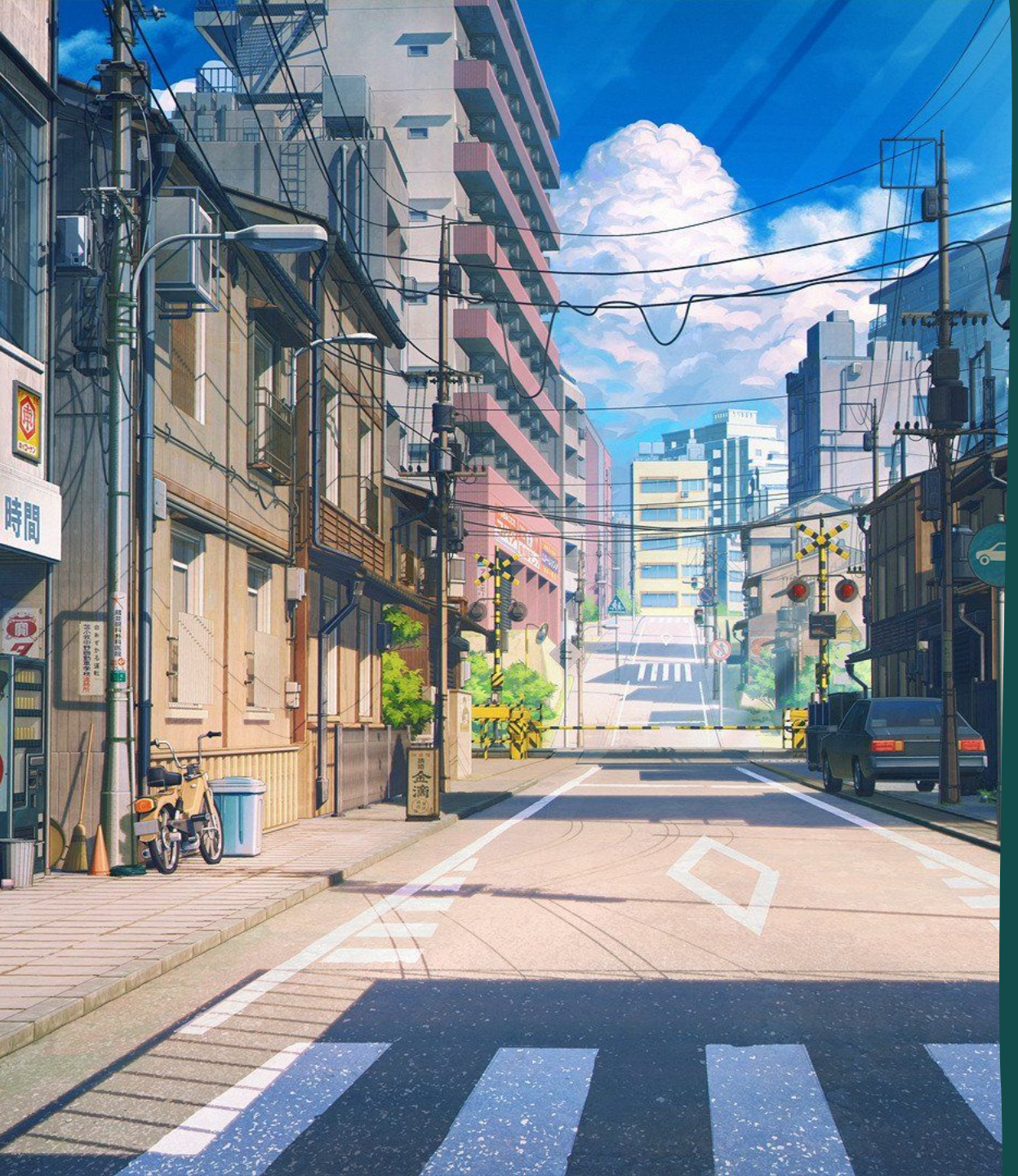
МОНОПОЛИИ

подготовил студент ИЮЮР 21-15 Курин Н.В.

Слово "монополия" является результатом сложения двух греческих слов: monoz ("один") и poleo ("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 велик 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 монопсоническую 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.