

# Экономическая природа и причины возникновения МОНОПОЛИИ

❖ **Монополия** – это рыночная структура, при которой крупная компания осуществляет контроль над производством и сбытом одного или нескольких видов товара, продукции.

❖ **Монополия** предполагает, что одно предприятие является единственным производителем продукции, не имеющей аналогов. Покупатели при этом не имеют возможности выбора: они вынуждены приобретать продукцию предприятия-монополиста.

## ❖ **Виды монополий:**

- естественная монополия;
- искусственная монополия;
- открытая монополия;
- государственная (закрытая) монополия.

# Естественная монополия

- ❖ Естественная монополия возникает тогда, когда бизнес приносит прибыль в долгосрочной перспективе только при обслуживании всего рынка. Обычно хозяйственная деятельность требует больших затрат на начальном этапе.
- ❖ При естественной монополии предприятия объединены в единую сбытовую организацию.
- ❖ Примерами естественной монополии являются системы водоснабжения, железнодорожные перевозки.

# Искусственная монополия

- ❖ Искусственная монополия обычно создается при объединении нескольких предприятий.
- ❖ Сговор компаний позволяет устранять конкурентов на товарных рынках.
- ❖ При искусственной монополии созданная структура для устранения конкурентов применяет такие методы, как:
  - ценовое маневрирование;
  - хозяйственный бойкот;
  - демпинг цен;
  - промышленный шпионаж;
  - спекуляция ценными бумагами.

# Открытая монополия

- Открытая монополия – это рынок единственного поставщика.
- При открытой монополии существует временная ситуация, которая образуется в результате появления новой технологии или продукта в период, пока конкуренты не освоили данную технологию и производство данного продукта.
- Таким образом, открытая монополия характерна для компаний, которые предлагают новые, инновационные продукты, у которых нет аналогов на текущий момент.

# Государственная (закрытая) монополия

- ❖ Государственная (закрытая) монополия – это монополия, которая создана с помощью законодательных барьеров, которые определяют:
  - субъект монополии (монополиста);
  - товарные границы монопольного рынка;
  - формы контроля и регулирования его деятельности;
  - компетенцию контролирующего органа.
- ❖ Таким образом, государственная (закрытая) монополия защищена от конкурентов законодательством.
- ❖ При государственной (закрытой) монополии ограничения могут касаться налогообложения, лицензирования, сертификации, авторских прав, патентов, передачи уникальных прав на владение и пользование ресурсами и т. п.

❖ **Главной причиной** создания монополий является стремление бизнеса получить максимальную прибыль за счет монополизации рынка.

❖ **Дополнительными факторами**, способствующими появлению монополий, могут быть:

- установление правительством законодательных барьеров для ведения деятельности в отношении сертификации, лицензирования, распределения квот;
- значительные затраты при ведении бизнеса, которые не окупаются в конкурентной среде;
- укрупнение фирм в результате поглощения и слияния;
- политика протекционизма, защищающая отечественных производителей от иностранных конкурентов.



# К наиболее значимым характеристикам структуры рынка чистой монополии относятся следующие:

1. **Единственный производитель** (продавец) конкретного товара или услуги.
2. **Не существует близких товаров-заменителей.**

В условиях чистой монополии фирма обладает особой **рыночной властью**, позволяющей ей регулировать рыночные цены на свою продукцию, изменяя объемы продаж. Вместе с тем фирма не может назначать любые цены, поскольку ограничена платежеспособностью потребителей и действием закона спроса.

3. **Отсутствие свободы входа на рынок.**

Монополия может существовать лишь в условиях, когда проникновение и деятельность на рынке других фирм являются практически невозможными или экономически неэффективными.

Среди наиболее важных **барьеров** входа в отрасль выделяют:

**Естественный монополизм** — основан на положительной экономии от масштаба производства, которая столь значительна, что одна фирма может обеспечить продукцией весь рыночный спрос при меньших издержках, чем несколько открыто конкурирующих фирм.

Примером естественной монополии могут служить компании "Газпром", РАО ЕЭС.