

Рынки с ослабленной конкуренцией

Монополия



Монополия

- **Монопо́лия** (от греч. *μονο* (*моно*) — один и *πωλέω* (*poleo*) — продаю) — исключительное (монопольное) право в какой-либо сфере деятельности государства, организации, фирмы и т. д.
- В экономике монополия появилась, когда монархи жаловали определённому купцу (ремесленнику, цеху) привилегию (монополию) на производство или торговлю определённым товаром.

Монополия

- В неоклассическом подходе экономической теории, монополия - один из видов рыночных структур, характеризующих следующие условия конкурентной борьбы между фирмами отрасли в условиях рынка:
- существует один продавец уникального товара, то есть товар не имеет близких заменителей, и его продажей занимается только одна фирма;
- существуют непреодолимые или труднопреодолимые входные барьеры в данную отрасль (на рынок данного товара), такие как эффект масштаба существуют непреодолимые или труднопреодолимые входные барьеры в данную отрасль (на рынок данного товара), такие как эффект масштаба (необходимость огромных капиталовложений для ведения хозяйственной деятельности в данной отрасли), превосходство монополиста (исключительная собственность на патенты существуют непреодолимые или труднопреодолимые входные барьеры в данную отрасль (на рынок данного товара), такие как эффект масштаба (необходимость огромных капиталовложений для ведения хозяйственной деятельности в данной отрасли), превосходство монополиста (исключительная собственность на патенты или контроль над сырьём существуют

Непреодолимые барьеры

1. Преимущества крупного производства.
2. Легальные барьеры.
3. Нечестная конкуренция.



Классификация монополий

По месту в торговых сделках монополии подразделяются на два вида:

- Монополия – объединение предприятий, продающее определенные товары множеству покупателей (т.е. имеется единственный продавец и много покупателей).
- Монопсония – хозяйственное объединение, скупающее какие-либо продукты у всех продавцов (т.е. имеется единственный покупатель и множество продавцов).

Классификация монополий

В зависимости от степени охвата рынка выделяются следующие виды монополистических организаций:

- Чистые монополии (монопсонии) – это организации, действующие в масштабах одной отрасли. В случае чистой монополии действует один продавец, доступ на рынок для возможных конкурентов закрыт, продавец имеет полный контроль над количеством товара, предназначенного для продажи, и его ценой. Чистая монопсония в отсутствие каких-либо конкурентов полностью контролирует скупку продукции множества товаропроизводителей по установленной ею цене.
- Абсолютная монополия (монопсония) – формируется в масштабе национальной экономики в целом. Она находится в руках государства или его каких-то хозяйственных органов (например, государственная монополия внешней торговли и т.п.).

Классификация монополий

В зависимости от характера и причин возникновения различают следующие виды монополистических объединений:

- Естественная монополия – возникает тогда, когда те или иные субъекты рынка имеют в своем распоряжении редкие и свободно не воспроизводимые элементы производства (например, редкие металлы, особые земельные участки под виноградники и т.п.). Иногда сюда же относят отрасли и производства, в которых недопустимо развивать конкуренцию в силу технологических особенностей производства (например, метрополитен, электрическая связь, железнодорожные перевозки и т.п.).

Классификация монополий

В экономической литературе иногда те монополии, которые сознательно поддерживаются, рассматривают особо и называют технологическими.

- Искусственные монополии – объединения, создаваемые в целях получения монополистических выгод и основанные на сосредоточении в одних руках производства и рынка сбыта какого-либо продукта. Искусственные монополии имели несколько форм – случайную, устойчивую и всеобщую.

Классификация монополий

Легальные монополии – образуются на законном основании. Это возможно при следующих обстоятельствах:

- Патентная система – удостоверяет авторство изобретений и обеспечивает приоритетное и исключительное право на их использование.
- Авторские права – закрепляет исключительное право авторов на использование собственных произведений в любых формах и любым способом.
- Товарные знаки – закрепляет исключительное право владельца товарного знака пользоваться и распоряжаться товарным знаком и запрещает его использование другими лицами.

Последствия несовершенной конкуренции

1. Сильное недопроизводство товаров по сравнению с конкурентным уровнем.
2. Значительное завышение цен в сравнении с величиной, которая сложилась бы при совершенной конкуренцией.
3. Тенденция к постоянному получению прибыли, превышающей нормальный уровень.

Антимонопольная политика

- Антимонопольная политика является одним из направлений государственного регулирования экономики и составляет систему мер (законодательство, налогообложение, разгосударствление, приватизация и др.), предусматривающих ограничение монополизации производства и рынков с целью активизации конкуренции.

Антимонопольная политика

Антимонопольная политика, имеющая целью нейтрализацию негативных последствий монополизма и стимулирование конкуренции в ее цивилизованных формах, проводится по нескольким направлениям:

- Ограничение монополизации рынка;
- Запрещение слияний конкурирующих компаний;
- Запрещение установления монопольных цен;
- Сохранение и поддержание конкуренции в ее цивилизованных формах.