



1) Виды монополий 1. Естественная монополия. Хозяйствующий субъект занимает привилегированное положение на рынке. Оно достигается путем наличия особых технологических характеристик производства – обладание эксклюзивными ресурсами или исключительной материально-технической базой. Такие монополии чаще всего представляют фирмы с трудоемкой инфраструктурой, создание которой повторно технически проблематично или экономически нецелесообразно (например, железнодорожное производство, электро- или водоснабжение). 2. Государственная монополия. Создается на основе существующего законодательства, которое определяет субъект монополии, границы рынка, объект, контролирующей и регулирующий деятельность субъекта, а также полномочия контролирующего органа 3. Чистая монополия. Характеризуется наличием единственного поставщика определенного товара. Имеет ряд характерных черт: Отрасль представляется одной фирмой, так как товар не имеет аналогичных; У покупателя нет выбора – либо он покупает товар данной фирмы-монополиста, либо отказывается от покупки этого товара вовсе; Отсутствие какой-либо конкуренции, в том числе скрытой или потенциальной; Наличие большого количества барьеров для входа в отрасль; Покупатель может быть только один, или их может быть множество; Фирма монополист контролирует объем выпускаемого и реализуемого товара и соответственно его цену. 4. Конгломерат. Группа лиц, характеризующие разнородные предприятия, вместе с тем взаимно и финансово интегрированные. 5. Закрытая монополия. Характеризуется наличием определенной защиты от конкурентов в связи с наличием патентов или авторских прав. 6. Открытая монополия. Характеризуется наличием единственного поставщика услуг и при этом отсутствием защиты от конкуренции. То есть фирма становится монополистом на определенное время – в основном это относится к фирмам, которые вышли на рынок с новым товаром впервые. 7. Олигополия. Характеризуется наличием нескольких продавцов. Большая часть продукции производится не одной, а несколькими фирмами, при этом они достаточно велики, чтобы оказывать значительное влияние на рынок (например, автомобильная и сталелитейная промышленность, производства изделий из круп для завтраков и т.п.). 2) Признаки монополии: Присутствие одного крупного продавца; Отсутствие у продукции конкурентных аналогов; Наличие высоких входных критериев, практически не позволяющих появлению новых предприятий на аналогичных сегментах рынка. 3) - единственный продавец - отсутствие близких продуктов-

заменителей - диктуемая цена - нет конкурентов Это всё плюсы для предприятия. а это минусы для экономики и потребителя: - неоправданный рост цен - увеличение издержек производства и обращения - замедление научно-технического прогресса - снижение конкурентоспособности на мировых рынках - падение эффективности экономики

4) Монополия - это тип рынка, где действует только один покупатель и множество продавцов. В результате цену диктует покупатель, а продавцам приходится подстраиваться под его требования.

5) Антитрестовская (антимонопольная) политика - комплекс экономических, законодательных и административных мер, направленных на ограничение условий возникновения и функционирования монополий и защиту конкурентного рынка. Необходимость вмешательства государства в этот аспект рыночных отношений связана с тем, что монополии формируют искусственные барьеры для вхождения в отрасль, препятствующие конкуренции, поддерживают монопольно высокие цены, ограничивая потребление, сдерживают технический прогресс (большие капиталы, которые нужно обновлять, монопольное положение не обязывает их совершенствовать производство и продукт).