# 

**Содержание.**

**Введение**

**Глава 1.**

Положение о регулировании монополий в Республике Молдова……………………………………………………………………2

1.Общие положения…………………………….3

2.Определение основных понятий…………………………………………4

3.Методы регулирования монополий……………………………………4

4.Перечень монополий государства и органов публичного управления уполномоченных их регламентировать………………………………….8

**Глава 2.**

Понятие естественной монополии………………………………………………….13

1.Монополия.

2.Максимизация прибыли монополиста………………………………22

3.Естественная монополия……………………………29

**Заключение…………………………………..30**

**Список литературы…………………………32**

# **Введение**

Выбранная тема является актуальной, т.к. вопрос о сущности и трансформации естественной монополии, способах ее реформирования и государственного регулирования в Молдове приобрел в настоящее время особую значимость. Это обусловлено тесной взаимосвязью естественных монополий с социальной и экономической жизнью общества, их непосредственным влиянием на эффективность деятельности других субъектов экономики, а также несоответствием внутренней организации естественных монополий условиям функционирования в рыночной среде. Любые негативные моменты в ходе преобразований естественных монополий, осуществления структурных реформ прямо или косвенно могут отразиться на экономических показателях государства и благосостоянии его граждан. Такое положение естественных монополий обязывает государство проводить взвешенную экономическую политику.[[1]](#footnote-1)

Целью работы являются выявление и исследование основных элементов механизма государственно-правового регулирования.

**Глава1.**

**Положение**

**о регулировании монополий в Республике**

**Молдова**

**1. Общие положения**

Положение о регулировании монополий (в дальнейшем - Положение) устанавливает и определяет основы государственного регулирования деятельности  субъектов монополий государства и естественных монополий в национальной экономике, исходя из того, что

безопасность граждан и общества от неконтролируемого производства, реализации или  приобретения  оружия, взрывчатых  веществ,  наркотиков, алкоголя,  других товаров и услуг, а также от подделки денежных  знаков, ценных бумаг наиболее полно обеспечивается монополией государства на их производство и распространение;

преобразование государственно-монополистической структуры национальной экономики, сложившейся в условиях командно-административной системы, и незамедлительное устранение монополий могут привести к резкому и значительному спаду производства и снижению народнохозяйственной эффективности;

производство, реализация  или  приобретение  определенной группы товаров и оказание услуг в условиях естественной монополии по природным, технологическим и экономическим причинам имеет более высокую народнохозяйственную эффективность, а конкуренция в сфере действия естественной   монополии  становится  расточительной  и  может   вредить интересам народного хозяйства и общества;

государство обязано  в  интересах  общества устранить  монополии  из народного  хозяйства или, если их незамедлительное устранение невозможно или оно нецелесообразно, регулировать их деятельность.

Настоящее Положение  устанавливает основные направления  и  методы контроля  и регулирования деятельности субъектов монополий государства и естественных монополий.

Объектом настоящего  Положения  являются отношения,  возникающие  на внутреннем товарном рынке в области монополий государства и естественных монополий, в  которых участвуют органы   публичного   управления, хозяйствующие субъекты и потребители.

Настоящее Положение не распространяется на монопольное использование хозяйствующими  субъектами торговых марок, товарных знаков и других форм промышленной собственности.

Положение не регулирует  также  отношения  и  монопольные  права, возникающие   в  результате  правовой  охраны  изобретений,  патентов  и интеллектуальной собственности.

**2. Определение основных понятий**

Для целей настоящего  Положения  принимаются следующие понятия и  их определения:

монополия государства - ситуация, при которой ограниченное число хозяйствующих субъектов  наделяется  органами  публичного управления исключительным  правом или исключительными  правами на ведение хозяйственной деятельности в какой-либо сфере производства, транспортировки, реализации, приобретения товаров (услуг).

К монополии государства относятся сферы деятельности, обеспечивающие соответствующим  органам  публичного управления  выполнение  функций, связанных  с обороной и безопасностью государства, а также производством и реализацией специфических видов товаров (услуг).

Естественная  монополия - ситуация  при  которой   производство, транспортировка,  реализация, приобретение товаров, групп взаимозаменяемых  товаров, а также оказание отдельных видов услуг в силу природных  экономических или технологических причин находятся под прямым и косвенным контролем одного или нескольких хозяйствующих субъектов.

В сферах естественной монополии наряду с государственными хозяйствующими субъектами   могут осуществлять деятельность и негосударственные хозяйствующие субъекты.

Субъекты монополий -  хозяйствующие субъекты,  осуществляющие деятельность в областях, на которые установлены монополии.

**3. Методы регулирования монополий**

Правительство проводит политику по надзору и регламентированию деятельности субъектов  монополий государства и естественных  монополий через посредство центральных и местных органов публичного управления.

Местные органы публичного управления могут устанавливать на подчиненной им территории особые методы регламентирования деятельности субъектов  монополий  государства  и естественных  монополий  в  области водоснабжения и коммунального хозяйства, территориальных систем энерго, тепло и газоснабжения.

В целях проведения эффективной государственной политики к субъектами монополий  органы публичного управления, уполномоченные регламентировать их деятельность, вправе применять следующие общие и специальные методы:

выбор и реализация приоритетов развития производств на основе общей социально- экономической и структурной политики;

разработка и утверждение специальных государственных и отраслевых программ демонополизации экономики и развития конкуренции;

выработка рекомендаций по созданию предприятий негосударственных форм собственности в примыкающих к области монополий видах деятельности;

рассмотрение фактов нарушений хозяйствующими субъектами-монополистами антимонопольного законодательства;

контроль за соблюдением стандартов безопасности работ;

государственный надзор по метрологии;

государственный надзор за соблюдением требований к технико-нормативной документации;

контроль за эмиссией ценных бумаг;

установление контроля над регулируемым хозяйствующим субъектом, осуществляющим  деятельность  в области вышеуказанных  монополий,  через приобретение контрольного пакета акций;

регулирование (сохранение или увеличение)  объемов  производства, реализации или приобретения товаров (услуг);

определение объемов производства (услуг) для нужд государства;

определение групп   потребителей,    подлежащих    обязательному обслуживанию;

определение режимов работы хозяйствующих субъектов;

дача согласий на производство или поставку непрофильной продукции (услуг) или запрещение непрофильных видов деятельности;

введение ограничений  на потребление первоочередных товаров и услуг, поставки,  производимые или реализуемые в сфере естественной монополии в случаях  дефицита, вызванного аварией, стихийным бедствием, чрезвычайным положением;

контроль за качеством и регулярностью  поставок  (оказания  услуг) профильной продукции (услуг);

ценовое регулирование путем установления коэффициентов предельного повышения  фиксированных цен (тарифов), регистрация декларированных цен (тарифов), установление предельного уровня рентабельности;

организация аукционов  и конкурсов среди потенциальных инвесторов на право заниматься видами деятельности в сферах естественных монополий;

лицензирование видов деятельности в сфере естественных монополий;

регулирование инвестиционной деятельности (расширение производства, строительство новых объектов, открытие новых предприятий);

принудительное  разделение  хозяйствующих  субъектов, а также принудительное  выделение  их   подразделений с приданием  статуса юридического лица, открытием расчетных счетов в банковских учреждениях;

осуществление государственного контроля за слиянием и присоединением субъектов  монополий  государства  и  естественных  монополий,  а  также приобретением акций (долей в уставном капитале), а именно:

за слиянием и присоединением субъектов  монополий  государства  и естественных монополий к другим хозяйствующим субъектам;

за приобретением  акций (долей в уставном капитале)  субъектов монополий государства и естественных монополий.

Методы государственного регулирования применяются к конкретному субъекту монополий государства и естественных монополий в зависимости от ситуации на рынке.

Специальные методы регулирования деятельности субъектов монополий государства и  естественных монополий не могут использоваться в других сферах деятельности, за исключением случаев, установленных законодательством.

Субъекты монополий государства и естественных монополий обязаны:

полностью и в  установленный  срок выполнять решения и предписания отраслевого органа публичного управления;

представлять отраслевому органу  публичного  управления  отчеты  и информацию,  касающуюся  своей  деятельности,  в  порядке  и  в  сроки, установленные этим органом.

Субъекты монополий государства и естественных монополий,их должностные лица обязаны предоставлять по требованию отраслевых органов публичного управления достоверные документы, письменные и устные объяснения и иную информацию, необходимую для  осуществления функций центральных  органов  публичного управления, предусмотренных настоящим Положением.

Сведения, составляющие  коммерческую тайну, которые получены на основании настоящего Положения, не подлежат разглашению.

Необходимость соблюдения коммерческой тайны не может служить основанием для отказа представления требуемой информации.

Субъектам монополий государства и естественных монополий запрещается совершать действия, которые могут влиять на качество деятельности монополий государства и естественных монополий или ее прекращение.

Решения по всем вопросам,  касающимся введения, изменения или прекращения методов  регулирования деятельности субъектов монополий государства и естественных монополий, принимаются   Правительством Республики Молдова.

Вправе вносить предложения о введении, изменении или прекращении государственного    регулирования деятельности субъектов монополий государства и  естественных монополий центральные и местные органы публичного управления, организации потребителей и хозяйствующие субъекты.

Приложение N 2

к Постановлению Правительства

Республики Молдова N 582

от 17 августа 1995 г.

**ПЕРЕЧЕНЬ**

**монополий государства и органов публичного управления,**

**уполномоченных их регламентировать**

**1.Министерство финансов:**

производство  знаков,  свидетельствующих об  уплате  государственных сборов и пошлин;

изготовление орденов и медалей;

государственное  клеймение   изделий  из  драгоценных  металлов   и драгоценных камней;

деятельность,  связанная  с  использованием драгоценных  металлов  и драгоценных камней.

**2. Министерство сельского хозяйства и продовольствия:**

оказание ветеринарной  помощи  животным, страдающим  особо  опасными заболеваниями;

производство,хранение и оптовая реализация:алкогольной продукции (спирт этиловый  ректификованный) пищевой, спирт-сырец  пищевой,  спирт винный,  дистиллированный  спирт винный молодой для производства  дивина (коньяка),   спирт   винный   выдержанный,  дивин   (коньяк),   крепкие национальные напитки, включая бренди, ликеро-водочные изделия, игристые вина (шампанское), газированные вина, крепленые вина, для  производства которых  использовался спирт этиловый пищевой любого происхождения, вина натуральные, пиво;

производство табачных изделий.

**3. Министерство транспорта и связи**

изготовление знаков почтовой оплаты;

создание и обслуживание  систем связи государственных органов власти и управления;

предоставление почтовых услуг (исключая экспресс-почту)

**4. Министерство здравоохранения:**

экспорт и импорт наркотических веществ;

изготовление  и  реализация  наркотических,  сильнодействующих и ядовитых  веществ, включая посев, выращивание и сбыт культур, содержащих указанные вещества;

оказание следующих видов медицинской помощи:

лечение онкологических больных;

лечение больных  особо опасными инфекционными заболеваниями, в  том числе венерическими и заразными кожными;

лечение психически больных, нуждающихся по состоянию здоровья  в неотложной госпитализации;

выдача заключений о состоянии психического здоровья;

проведение декретированных  периодических и предварительных осмотров и обследований граждан;

организация экспертизы временной и стойкой утраты нетрудоспособности с выдачей соответствующих документов;

лечение наркомании;

наблюдение и лечение беременных женщин;

хирургические вмешательства, в том числе аборты;

инвазивные методы исследования и лечения;

осуществление государственного медико-санитарного контроля за технологическим процессом производства продовольственных и промышленных товаров;

проведение работ по санитарно-эпидемиологическому обслуживанию.

**5. Министерство обороны:**

государственные закупки для нужд обороны боевой и специальной техники, боеприпасов, вооружения и специального имущества;

изготовление любых видов оружия, боевых припасов, взрывчатых веществ средств взрывания, пиротехнических изделий и торговля ими;

ремонт оружия (кроме спортивного и охотничьего).

**6. Министерство внутренних дел:**

изготовление печатей и штампов.

**7. Национальное агентство по  геодезии, картографии и кадастру:**

государственный учет, правовая регистрация и техническая инвентаризация (в том числе паспортизация) строений и домовладений;

проведение экспертиз по технической инвентаризации строений и объектов жилищно- коммунального  хозяйства, оценке и разделу строений  и домовладений, восстановление документов на право владения строениями.

**8. Национальный банк Молдовы:**

печатание и чеканка денег, эмиссия ценных бумаг.

**9. Департамент стандартов, метрологии и технического надзора:**

государственная проверка средств измерений;

осуществление работ по стандартизации и патентизации на национальном уровне.

**10. Национальное агентство по геодезии, картографии и кадастру:**

проведение работ по картографии;

геодезические, астрономо-геодезические работы, математическая обработка геодезических измерений государственной геодезической сети;

гравиметрические работы;

топографические работы масштабного ряда от 1:2000  и мельче;

картографические  работы  в  графическом и  цифровом  виде  масштаба 1:10000 и мельче;

кадастровые работы (топографо-геодезическая и картографическая основа, банки данных,   содержащие топографо-геодезическую и картографическую информацию) на территории республики.

**11. Главное управление по государственным резервам при Правительстве Республики Молдова:**

создание государственных резервов.

**12. Департамент охраны окружающей среды:**

проведение работ по гидрометеорологии;

разработка проектов и определение норм предельно допустимых концентраций сбросов и размещения отходов;

разработка и определение норм предельно допустимых выбросов вредных веществ и инвентаризация источников загрязнения атмосферного воздуха;

осуществление  исследований  по  оценке воздействия  на  окружающую среду.

**13. Государственное предприятие Молдавская гидрогеологическая экспедиция «EHGeoM»:**   
      выполнение работ в области геологического изучения.

Приложение N 3

к Постановлению Правительства

Республики Молдова N 582

от 17 августа 1995 г.

**ПЕРЕЧЕНЬ**

**естественных монополий и органов публичного управления,**

**уполномоченных их регламентировать**

**1. Министерство транспорта и связи**

магистральные железные дороги с полосами отвода, путевыми устройствами, искусственными сооружениями и службами их эксплуатации;

станции и раздельные пункты для технологической обработки и пропуска железнодорожного подвижного состава;

пассажирские вокзалы;

автомобильные дороги, построенные за счет республиканского и местных бюджетов  с  полосами отвода, искусственными сооружениями и службами  их содержания и эксплуатации;

естественные  и  искусственные водные пути с системами  навигации  и обеспечения судоходной обстановки;

речные порты, портовые сооружения, пристани и причалы общего пользования  на естественных и искусственных водных путях со службами их содержания и эксплуатации;

предприятия всех  видов  общественного  транспорта,  за  исключением такси.

магистральные сети связи;

сети телевидения и радиовещания для трансляции государственных программ;

сети проводного радиовещания общего пользования;

сети международной телефонной связи;

сеть по распространению периодической печати.

# **Глава2.Понятие естественной монополии.**

# **1.Монополия**

Фирма обладает монополией, если она – единственный поставщик продукта, не имеющий близких субститутов. Основная причина возникновения монополии-барьеры на входе в рынок, которые не позволяют другим фирмам вступить в конкуренцию с монополистом.

Барьеры на входе, в свою очередь, возникают в следующих случаях:

* Ключевым ресурсом производства владеет единственная фирма.
* Правительство предоставило исключительные права на производство некоторой продукции одной фирме.
* Издержки производства таковы, что максимальная эффективность выпуска возможна при наличии на рынке единственного производителя [[2]](#footnote-2).

В реальной жизни примеров чистой монополии немного, так как деятельность лишь немногих фирм может удовлетворять следующим условиям:

1. Монополист – единственный производитель данного товара или услуги на данном рынке. Т.о. объем выпуска продукции на рынке – объем выпуска монополиста.

Хотя по классификации Антимонопольного Комитета, монополия – это компания с долей рынка более 25%. Оптимальной для монополиста считается доля в 60%, так как она позволяет ему не снижать производства даже в условиях спада или кризиса.

1. Продукция монополиста не имеет близких субститутов. Это означает, что у потребителя нет альтернатив: либо он покупает товар или услугу монополиста, либо обходится без этого товара или услуги.

Но не всегда просто отделить заменяемые товары от «уникальных». Рассмотрим рынок телефонной связи: является ли мобильная связь отдельным рынком или же это часть рынка телекоммуникационных услуг? Несколько лет назад ответ на вопрос, являются ли услуги мобильной и стационарной связи взаимозаменителями, был очевиден - нет, так как мобильная связь была предметом роскоши. Но теперь, когда тарифы на фиксированную связь стали повременными, а мобильная связь стала доступной; ввод новых стационарных номеров происходит крайне медленно, а сотовый приобретается за считанные минуты; (не говоря уже об превалирующем удобстве сотовой связи); количества пользователей мобильной и фиксированной связей примерно равны.

1. В зависимости от типа предлагаемых продукта или услуги монополист может и не заниматься деятельностью по стимулированию сбыта. Так, например, производитель товаров роскоши может проводить рекламную компанию с целью привлечения покупателей, возможно, кто-то отдаст предпочтение этому товару, взамен другого. А вот службам, оказывающим такие услуги и товары, как водопровод (воду), электричество, газопровод (газ), телефонная связь и их обслуживание, нет смысла тратиться на рекламу. Так как это товары первой необходимости, и потребитель в любом случае будет их приобретать.

Подобным предприятиям выгодно «напоминать о себе» при помощи рекламы в случае, если это акционерное общество. Таким образом, организация показывает свою силу, демонстрирует стабильность и уверенность в завтрашнем дне .

1. На входе в рынок существуют высокие барьеры, которые удерживают других предпринимателей от вступления в эту отрасль. Само существование монополии - это следствие существования барьеров для вступления в отрасль. «Блокировка входа» может быть вызвана экономическими, юридическими, природными или техническими аспектами.
2. Цена товара на рынке – цена, установленная монополистом.

Т.о. монополист имеет большое влияние на цену на рынке, но не безграничную, т.к. его ограничивает рыночный спрос. Монополист выпускает, а значит и контролирует рыночный объем предложения. Имея классическую (убывающую) кривую спроса, хоз. субъект может влиять на изменение цены путем изменения объема выпуска.

Можно сказать, что монополистический рынок - это рынок продавца. Прибыли фирмы-производителя в данном случае велики за счет объема производства, за счет высоких цен (фактически в данных условиях покупателю всегда приходиться принимать цену, которая значительно выше себестоимости).

Рассмотрим механизм принятия решений монополиста о цене, об объемах производства и т.д. на примере фирмы-монополиста «Альфа». Эта фирма действует рационально, т.е. стремится к максимизации прибыли.

Рассчитаем оптимальный объём выпуска (Qm\*), т.е. тот объем, при котором фирма получит максимальную прибыль.

Попутно отметим особенности монополии.

#### Первая: рынок = монополист, т.к. в данном случае рынок и фирма - синонимы, то график спроса монополиста (dm) имеет отрицательный наклон. То есть подчиняется закону спроса (Law of demand). Иными словами: чем ниже цена товара, тем большее его количество готовы приобрести покупатели (тем выше спрос на товар).

#### Вторая: монополист – ценопроизводитель. Увеличение спроса на продукцию монополиста может повести за собой как увеличение выпуска, так и цены на его товар (второе более вероятно). Для монополиста определяющим фактором является изменение *эластичности* при изменении спроса. Изменение кривой спроса влечет за собой изменение кривой предельного дохода, а уже эта кривая напрямую связана с эластичностью спроса по цене. В итоге изменения и сдвиги кривой MR влияют на политику монополиста.

#### Третья: низкая эластичность спроса. Спрос на продукцию или услуги естественной монополии находится в слабой зависимости от изменения цены, потому что товаров-заменителей у него нет. Особенно слаба эта зависимость для товаров первой необходимости.

Для понимания ценовой стратегии монополиста обратим внимание на взаимосвязь эластичности спроса по цене (Ed[[3]](#footnote-3)) и выручки (TR[[4]](#footnote-4)). (см. табл. и рис. 1)

Таблица 1 (отображает взаимосвязь между предельным доходом, эластичностью спроса по цене и общим доходом.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ed | MR | Воздействие снижения Р на TR |
| Неэластичный | - | сокращается |
| Единичный | const | const |
| Эластичный | + | увеличивается |

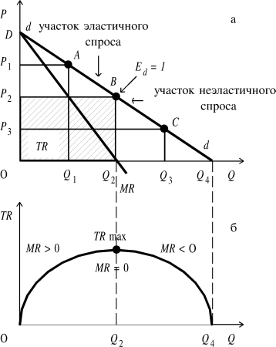


Рисунок 1. Взаимосвязь Ed, MR и TR

Таким образом, монополисту выгодно иметь неэластичный спрос, ведь чем ниже эластичность тем больше у него возможностей для повышения цены.

Формула нахождения цены, при заданной эластичности:

**Pm\*= **

Формула эластичности:



Для измерения величины реакции спроса на изменение цены удобнее использовать абсолютную величину эластичности:

η = |Εp[D]|

Спрос называют неэластичным, если 0<*η*<1, и эластичным, если *η*>1. Посмотрим, с какими реальными обстоятельствами связана эластичность спроса по цене.

Таблица 2 (отображает реакцию покупателей на изменение цен при разных уровнях эластичности)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **η** | **Характер спроса** | ***Поведение покупателей*** | |
| **при снижении цены** | ***при возрастании цены*** |
| η= ∞ | Совершенно эластичный | Повышают объем закупок на неограниченную величину | *Снижают объем закупок на неограниченную величину (полностью отказываются от товара)* |
| 1<η < ∞ | Эластичный | Значительно повышают объем закупок (спрос растет более высоким темпом, чем снижается цена) | *Значительно снижают объем закупок (спрос снижается более высоким темпом, чем растет цена)* |
| η=1 | Единичная эластичность | Спрос растет в том же темпе, что и падает цена | *Спрос снижается в том же темпе, что и растет цена* |
| 0<η <1 | Неэластичный | Темп роста спроса меньше темпа снижения цены | *Темп снижения спроса меньше темпа роста цены* |
| *η= 0* | *Совершенно неэластичный* | *Совершенно не изменяется объем закупок* | *Совершенно не изменяется объем закупок* |

**Р\***

Q

P, MC, ATC, MR

Рисунок 2

Оптимальный выпуск для монополии **R=MC**

D

0

**АТС\***

**МR**

E

A

Q\*

MR=MC

**МC**

**АТС**

Цена монополиста (Pm\*) превышает предельный доход (MR[[5]](#footnote-5)).

(Pm\*>MR) Как показано на рисунках 1а и 1б, кривая MR пересекает ось Q в точке, в которой TR достигает своего максимума. Так же из рисунка видно, что: в случаях, когда MR>0, TR может быть увеличен за счёт роста объёма продаж(Q); а в случаях, когда MR<0, TR может быть увеличен за счёт снижения объёма продаж(Q).

Т.е.: TR=max при MR=0.

На рисунке 2 показаны, уже знакомые по рисунку 1а, кривая спроса по цене D и кривая предельного дохода MR. На рисунке изображена также кривая предельных издержек фирмы (MC[[6]](#footnote-6)).

Когда монополист увеличивает Q = i на одну ед., TR изменяется на величину MR полученную от производства Qi+1. Когда монополист увеличивает Q = i на одну ед., TC[[7]](#footnote-7) изменяется на величину MC полученную от производства Qi+1.

Таким образом, если MR>MC, то TR возрастает в большей степени, чем TC, и соответственно, прибыль(Pr)[[8]](#footnote-8) увеличивается. Но если Qi+1-ая единица продукции увеличивает TC на большую величину, чем MR, то выпуск(Q) следует сократить. Итак, если фирма вообще что-либо производит, то она максимизирует свою прибыль, производя такой Qm>0, при котором MC=MR.

В условиях совершенной конкуренции установление равновесной цены происходит несколько иначе:

В точке Е, точке равновесия, достигается равновесный объем производства Qe и равновесная цена Pe. Площадь 0BEQe соответствует величине издержек производителей, PeВЕ – составляет прибыль производителей всего рынка. Равновесие при совершенной конкуренции устанавливается тогда, когда Pe оказывается равной придельным издержкам (МС).

P

Q

**Qe**

**Pe**

**A**

**B**

**S, (МС)**

**D**

**E**

Рисунок 3.

**Оптимальный выпуск для совершенной конкуренции:**

В этом случае все агенты рынка возмещают свои затраты и ни у кого нет стимулов к изменению объемов продаж[[9]](#footnote-9).

Обратимся теперь к рисунку 4. Этот рисунок совмещает в себе уже рассмотренные рисунки 2 и 3.

P, MC, MR

Q

**Qe**

**Pe**

A

B

S, MC

D

MR

**Pm**

**Qm**

Рисунок 4

**Сравнение монополии и сов.конкуренции:**

0

На этом рисунке четко видно, что Pm>Pe и Qm<Qe.

Это следует из того, что при монополии Pm>MC, а Qm находится из условия MC=MR.

### Два стереотипа о монополиях:

1. Обычно считают, что *монопольные цены - самые высокие*. Действительно, они, как правило, выше конкурентных, однако следует помнить, что монополист стремится к максимизации Pr, а не прибыли на единицу продукции.[[10]](#footnote-10)

Под монопольной прибылью понимается вся прибыль, присваиваемая монополиями и входящая в цены продаваемых ими товаров. Монопольная прибыль отличается от средней прибыли по следующим направлениям:

* по получателям. Среднюю прибыль получает любой предприниматель, который осуществляет производство и сбыт продукции в общественно нормальных условиях производства. Монопольную прибыль присваивают только участники монополистических союзов;
* по величине. Монопольная прибыль превышает среднюю прибыль. Она намного больше прибыли немонополизированных предприятий. Монополии присваивают все возрастающие прибыли;
* по источникам. Единственным источником средней прибыли служит прибавочная стоимость. Монопольная прибыль также имеет своим источником прежде всего прибавочную стоимость. Однако монопольная прибыль черпается не только из прибавочной стоимости, но и из стоимости, создаваемой трудом других социальных групп населения[[11]](#footnote-11).

**2.** Существует еще один стереотип, будто *монополист всегда стремится ограничить выпуск продукции*. Но это не совсем верно. По мере монополизации отрасли издержки и спрос, как правило, изменяются. На издержки действуют два прямо противоположных - понижающий и повышающий. Понижающий так как в результате создания монополии можно полнее использовать положительный эффект от роста масштаба производства (экономия на постоянных издержках, централизация снабжения и сбыта, экономия на маркетинговых операциях и т.д.) С другой стороны действует и тенденция к их повышению, связанная с их разбуханием и бюрократизацией управленческого аппарата, ослаблениям стимулов к инновациям и риску вообще. Эту тенденцию Х. Лейбенстайн обозначил как

**Х-неэффективность**

Х-неэффективность

**АТС'**

**АТС**

АТСm

АТСc

АТС

Q

Qm

Qc

**C**

**D**

**B**

**A**

Рисунок 5

**Определение Х-неэффективности**

Х-эффективность. Согласно Лейбенстайну, Х-неэффективность возникает всегда, когда фактические издержки при любом объеме производства выше средних совокупных издержек (ATC[[12]](#footnote-12)). Даже при совершенной конкуренции возможна Х-неэффективность. В этих условиях фирма увеличивает производство до той точки, где пересекутся MC и ATC, в нашем случае до минимума АТС (точка А). Если реальные издержки превышают min ATC на величину АВ, то при производстве Qc возникает Х-неэффективность. Однако в условиях свободной конкуренции подобная ситуация есть исключение из правил, ибо фирмы с Х-неэффективностью обречены на гибель. Совсем иная ситуация складывается на монополизированном рынке. Объем производства сокращается с Qc до Qm, а Х-неэффективность (отрезок СD) заметно увеличивается[[13]](#footnote-13).

## 2.Максимизация прибыли монополиста

Монополист может максимизировать свою прибыль путем оптимального выпуска продукции, как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде, разница состоит только в том, что последний включает LRMC. В SR монополист стремится покрыть свои переменные издержки (VC[[14]](#footnote-14)). Тогда как в LR должны быть покрыты TC (TC=VC+FC[[15]](#footnote-15)). Соответственно правила максимизации прибыли монополиста в SR и в LR несколько разятся:

Таблица 3 (Решение монополиста об оптимальном объёме предложения)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Период | **Предельное условие** | **Проверка прибылью** |
| Краткосрочный (SR, short round) | Производить Q, при котором MR=SRMC | Производить только в том случае, если Р\*≥AVC[[16]](#footnote-16). Прекратить производство, если Р\*<AVС |
| Долгосрочный (LR, long round) | Производить Q, при котором MR=LRMC | Производить только в том случае, если Р\*≥LRAC. Прекратить производство, если Р\*<LRAC |

Так как монополист сам волен устанавливать цену и объем выпуска для своей продукции, то нельзя вывести для него кривую предложения, как при совершенной конкуренции. Монополиста ограничивают только издержки и спрос на его продукцию. Если говорить конкретно, то акцентируется внимание на предельных издержках МС.

Ранее на рисунке 2 мы уже видели АТС. Она имеет U – образную форму. Обратим внимание, что при оптимальном Qm>0 и АТС\* оптимальны. Значит Аπ = Pm – ATC\*. Таким образом, если фирма выберет Qm, то все издержки будут покрыты.

Прибыль фирмы (Pr) равняется заштрихованной площади:

(Pm – ATC\*)\* Qm.

Хозяйствующий субъект будет получать монопольную прибыль только в том случае, если кривая спроса на его товары или услуги (D) лежит выше кривой его средних издержек (ATC).

Для получения максимальной прибыли, производитель использует неценовые факторы спроса, например: повышение качества товара и улучшение его внешнего вида, реклама, расширение ассортимента товара и предлагаемых услуг.

Получение высоких прибылей, очевидно, делает отрасль привлекательной для других фирм. Но что их сдерживает?

### Ограничители:

#### 1) Государственная политика.

На некоторых рынках право заниматься бизнесом предоставляется только владельцам государственной лицензии.

**Государственная лицензия** - в узком смысле - официальный документ установленного образца, который разрешает осуществление указанных в нем видов работ в течение установленного срока, а также определяет условия их осуществления[[17]](#footnote-17).

Государство само ограничивает приток новых фирм в отрасль, предоставляя исключительное право на продажу блага только одной фирме. Обычно это отрасли инфраструктуры, имеющие большое значение для общества: нефте- и гозопроводы, железнодорожный транспорт, порты, аэропорты и прочие транспортные терминалы, кабельное телевидение, системы связи, электрическая и тепловая энергия, водоснабжение и канализация, военно-промышленный комплекс и т.п. Также исключительное право может предоставляться на импорт или экспорт определенных товаров. Иногда возникновение такой монополии - это результат политического влияния производителя. В некоторых случаях право на монополию правительство оставляет за собой (в некоторых странах только гос. монополии могут продавать табак).

#### 2) Патентное и авторское право.

Патент - документ:

* выдаваемый компетентным государственным органом на определенный срок;
* удостоверяющий авторство и исключительное право на изобретение;
* наделяющий владельца титулом собственника на изобретение.

Патент защищает владельца от внутренних и зарубежных конкурентов и действует на территории той страны, где он выдан. Обычно патент подкрепляется регистрацией товарного знака или промышленного образца[[18]](#footnote-18).

Авторское право - исключительное право на воспроизведение, публикацию и продажу содержания и формы литературного, музыкального или иного художественного произведения[[19]](#footnote-19).

Патенты и авторские права обеспечивают создателям новых продуктов исключительные права, чтобы продавать или предоставлять лицензии на использование их изобретений. Также патенты могут выдаваться на производственные технологии. Патенты и авторские права обеспечивают монополию только на ограниченное число лет. После истечения срока действия патента барьер для входа на рынок исчезает[[20]](#footnote-20).

Фирма - единственный владелец редких и свободно не воспроизводимых ресурсов: сырья, знаний, защищенных патентом или авторским правом (например: редкие металлы, минералы, особые земельные участки). Самые яркие примеры: алмазная компания «De Beers», которая владеет месторождениями алмазов и операционные системы «Windows» компании Microsoft, которая владеет авторским правом на этот товар, фирма «Полароид», владеет патентом на продажу определенных типов фотопленки и фотокамер.

3) Эффект масштаба**[[21]](#footnote-21):**

**Эффект масштаба -** это изменения АТС в зависимости от объема производства в долгосрочный период.

Эффект масштаба может быть:

* положительный (себестоимость продукции падает при наращивании объема производства);
* отрицательный (себестоимость продукции возрастает при наращивании объемов производства).

АТС

Q

Положительный эффект масштаба

Отрицательный эффект масштаба

А

0

**АТС**

##### 

##### Положительный эффект от масштаба:

преимущества крупного производства

###### 1) Техника или технология.

Производство больших объемов продукции чутко реагирует на любые технические и технологические изменения. За счет оборота даже незначительное сокращение издержек ведет к существенному увеличению прибыли фирмы-монополиста и к увеличению производительности. Чем ниже цена продукта, при неизменном качестве, тем он более конкурентоспособен. Или же при неизменной цене, но с улучшившимся качеством.

Известно, что во многих случаях предприятие становилось монополистом в своей отрасли в случае приобретения капиталоемкого оборудования. За счет его недоступности остальным предприятиям первое значительно могло вырваться вперед. Аналогично происходит в случае приобретения патента на новую технологию производства.

###### 2) Разделение труда, специализация.

Если хоз. субьект производит малое количество товара, то некоторые операции могут производиться вручную. Например, маленькая ферма по выращиванию розовых кустов: полив растений и подержание необходимых условий осуществляется вручную, т.к. нет смысла устанавливать дорогостоящую поливную и прочие системы. Если же предприятие обеспечивает этими кустами крупные садовые магазины и соответственно, количество растений исчисляется сотнями, то имеет смысл автоматизировать теплицы и значит, снизить затраты на выращивание одного розового куста. Такая же ситуация и с функциями персонала. На маленькой ферме и покупкой удобрений и выращиванием занимается один человек, на крупной же может быть целый штат биологов, занимающихся исследованием почвы, удобрений и прочего. А значит, производство будет производиться более профессиональными кадрами.

###### 3) Безотходное производство.

Отходы крупного предприятия во многих случаях позволяют использовать и перерабатывать их, производя, таким образом, новый продукт. Например, молочная ферма. Помимо молочных продуктов она может предлагать на рынке и удобрения.

###### 4) Оптом дешевле.

Чем больше объем производства, тем больше и закупки материалов для этого производства. Следовательно, крупным монополистам приходиться большие оптовые делать закупки. Как правило, на оптовым покупателям делают скидки, что ведет к снижению себестоимости продукции монополиста.

###### 5) Доступный кредит.

Чем крупнее компания, тем больше доверия она внушает. А доверие-это один из определяющих факторов для кредиторов. Соответственно, крупные компании кредитуют охотнее. А если есть капитал (инвестиции), тоу фирмы есть все предпосылки для дальнейшего развития.

###### 6) Не рискуют, но пьют шампанское.

Крупное предприятие чаще всего концентрируется не на одном конкретном товаре или услуге, а диверсифицирует производство по мере развития и роста. Это дает защиту от риска перемен покупательских настроений: если снизится спрос на один товар, то останется прежним, а возможно и возрастет, спрос на другой.

Увеличивая и наращивая производство, фирма однажды может столкнуться с обратной стороной медали: когда предприятие переходит черту и оказывается в зоне отрицательного эффекта масштаба.

##### Отрицательный эффект масштаба:

###### 1) Сложность в управлении.

Управлять крупным предприятием очень сложно, это требует больших издержек. К тому же появляется дублирование отделов, иерархичность. Контроль многочисленных звеньев ослабевает (особенно наиболее маленьких). Специализация может уже вредить и замедлять процессы.

2) Рост бюрократизма.

###### 3) Отдаленность руководителей от рабочих.

###### 4) Неповоротливость.

Низшие отделы не будут успевать реагировать на распоряжения «сверху», любая перестройка будет замедленной. А при рыночной экономике гибкость – залог успеха. К тому же изменения в основном производстве могут негативно сказываться на производствах сопутствующих товаров.

АТС

Q

Положительный эффект масштаба

Отрицательный эффект масштаба

А

0

**Рисунок 7а.**

Размер фирмы определяется формой кривых средних издержек в длительный период. Выделяют три типа отраслей, отличия которых представлены на рисунке 7:

а) на этом рынке могут работать только небольшие фирмы, т.к. положительный эффект от масштаба возможен только при небольших объемах производства.

б) на этом рынке могут работать и крупные, и небольшие фирмы, т.к. эффект масштаба постоянен при разных объемах производства.

**Рисунок 7б**

АТС

Q

Положительный эффект масштаба

Отрицательный эффект масштаба

А

0

в) на этом рынке могут работать только крупные фирмы, т.к. наименьшие издержки достигаются только при больших объемах производства.

АТС

Q

Положительный эффект масштаба

Отрицательный эффект масштаба

А

0

**Рисунок 7в**

Если производство любого объема продукции одной фирмой обходится дешевле, чем его производство двумя или более фирмами, то говорят, что отрасль является **естественной монополией** (Е.м.).

# **3.Естественная монополия**

Примеров *чистой* монополии, когда на рынке действительно только один хозяйствующий субъект, существует крайне мало. Это одно из идеальных понятий. К полной монополии все стремятся, но достигнуть ее не могут или же достигают только на краткий период.

Из этого правила существует только одно исключение: естественные монополии.

В случае Е.м. эффект масштаба позволяет одному монополисту обслуживать весь рынок имея издержки ниже, чем при наличии двух или более конкурирующих хозяйствующих субъектов на данном рынке (рисунок 7в). Такой монополист использует ресурсы наиболее эффективно, т.к. он является крупным предприятием (раз обеспечивает весь рынок), а значит и обладает высокой технической оснащенностью и большой мощностью; последние факторы ведут к повышению производительности труда и снижению издержек на единицу продукции (МС). Благодаря наименьшей из возможных себестоимости производства данного товара, Е.м. является желаемым явлением для общества. В противном случае вмешивается государство с целью регуляции деятельности монополиста.

К Е.м фактически приводит наличие у хозяйствующего субъекта уникального имущества (энергосистемы, трубопроводный и ж.-д. транспорт, уникальные природные ресурсы, почта), то есть необходимого для отраслей, где долгосрочные средние издержки (LRAC) минимальны только в том случае, если рынок обслуживает один производитель.

Есть простой тест на естественность монополии - боится ли она конкуренции. Настоящая естественная монополия знает, что "размер имеет значение": если конкуренты и войдут на рынок, им не удастся отобрать большую долю. Типичный пример - железные дороги в Швеции. В этой стране было проведено классическое вертикальное разделение на инфраструктуру и железнодорожные перевозки, после чего разрешена свободная конкуренция на рынке перевозок. За 10 лет новым компаниям удалось отвоевать у монополии всего лишь около 10% рынка. Эффект масштаба защищает монополию лучше всяких ограничений на вход[[22]](#footnote-22).

Если же монополия понимает уязвимость своей рыночной позиции, то она предпочитает, ссылаясь на упомянутую в федеральном законе «О естественных монополиях» эффективность в отсутствие конкуренции, требовать защиты от конкурентов. Например, российское правительство всячески выступает против попыток строительства частных нефтепроводов и частных сетей передачи электроэнергии. Добиваясь введения административных ограничений, монополии признают, что их "естественность" связана не с технологическим эффектом от масштаба, а с превосходством в лоббировании.

Вследствие изменений в технологии производства и в структуре экономики то, что вчера было естественной монополий, сегодня ею уже не является, и наоборот. Для правильного определения естественной монополии необходимо всего лишь прочитать статью 3 закона "О естественных монополиях" и, как в других странах, использовать экономический анализ, а не полагаться на общепринятые стереотипы, которыми так ловко пользуются некоторые группы интересов.[[23]](#footnote-23)

Монополии имеют естественные преимущества на тех рынках, где важно действие всей отрасли как единого механизма. Таким образом, с одной стороны, — естественные монополии неустранимы. С другой стороны, — в отличие от прочих виолентов они не имеют стимулов к самоограничению монополистических злоупотреблений, так как клиент не может уйти от них к конкурентам. Следствием этого становятся завышение цен, неэкономное отношение к затратам, безразличие к потребностям клиентов, искусственное занижение объема производства и полный набор других последствий монополизма, сопровождающийся к тому же получением сверхвысоких монополистических прибылей[[24]](#footnote-24).

Это одно из классических "фиаско рынка", то есть противоречий, с которыми сам рынок без вмешательства государства справиться не может. По этой причине во всех странах естественные монополии либо являются государственными компаниями, либо находятся под жестким государственным контролем[[25]](#footnote-25).

# **Заключение**

Для развития экономики необходимо регулирование деятельности Е.м., но именно регулирование, а не дробление. Е.м. Могут не только органично вписаться в экономику региона, но и поднять его уровень до небывалых высот.

Если предприятие смогло стать монополистом в своей области, то это говорит о его силе и о грамотном управлении. По всему миру идет специализация. Целые страны становятся монополистами. «Делай то, что умеешь делать лучше всего». А в нашем случае и дешевле всего.

Приоритетной задачей правительства должно стать регулирование уже существующих Е.м. К сожалению, сейчас деятельность многих монополий вредит развитию малого бизнеса (сырьевые монополии). Деятельность именно таких монополий наиболее важна для регионов.

Антимонопольные органы пока еще только совершенствуются, и это сказывается на монополиях всех типов: с каждым годом все лучше для общества.

Основной проблемой в «большом» бизнесе скорее является именно коррупция, но это уже совсем другая тема.

Развитие и становление монополий под чутким руководством ФАС и прочих организаций способно оздоровить экономику региона, а значит, и улучшить благосостояние жителей. Кстати, именно монополии дают большое количество рабочих мест, так пусть они заботятся о своих рабочих и их семьях.

Учитывая особую роль для жизни общества отраслей, относящихся к естественным монополиям, их государственное регулирование (особенно в условиях системного экономического кризиса) должно быть направлено, прежде всего, на прекращение или сдерживание роста цена на продукцию (услуги) естественной монополии на внутреннем рынке при одновременном сохранении этих цен (тарифов) на уровне, достаточно для расширенного воспроизводства. При правильной политике государства можно рассчитывать на дальнейшее процветание как монопольных субъектов, так и граждан страны. Опыт западных стран нам тоже может помочь, хотя нельзя забывать, что «у России есть свой особенный путь развития». И она обязательно, как показывает история, пойдет по нему.

Итак, поставленные в работе задачи выполнены, а цели достигнуты. Естественные монополии и механизм их регулирования представлен .

**Список литературы**

Агапова И.И. История экономической мысли: Курс лекций. М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ».

1. Булатов А.С. Экономика. – 1995
2. Вильсон Дж., Цапелик В. «Естественные монополии России» //Вопросы экономики. – 1995. - №11
3. Городецкий А., Павленко Ю. Реформирование естественных монополий // Вопросы экономики. 2000. №1. С. 137
4. Грязнова и А.Ю. Юданова Микроэкономика: Теория и практика: Учебник//. –М., 1999 г
5. Иванов И.Д. Современные монополии и конкуренция. - М.: Мысль, 1990

1. [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. [↑](#footnote-ref-3)
4. [↑](#footnote-ref-4)
5. Предельный доход (Marginal revenue) - это величина изменения дохода, полученная в результате продажи дополнительной единицы блага. MR= dTR/dQ, где TR-общая выручка, Q –порядковый номер дополнительной ед. блага [↑](#footnote-ref-5)
6. Предельные затраты (Marginal cost) - изменение общих затрат при производстве дополнительной единицы продукции. MC(Q)=dTC(Q) / dQ [↑](#footnote-ref-6)
7. Общие затраты *(Total cost)* — все затраты, которые несет производитель в процессе производства блага. В экономической теории общие затраты равны экономическим затратам производителя. [↑](#footnote-ref-7)
8. Общая прибыль (Total profit, π, Pr) — разница между общей выручкой и общими затратами фирмы. π = TR(Q) – TC(Q) = (P – ATC) \* Q [↑](#footnote-ref-8)
9. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: Учебник для ВУЗов.- 2-е изд., изм. – М.: норма, 2004.- 676 с. Стр.:228 [↑](#footnote-ref-9)
10. Средняя прибыль (average profit, Aπ, APr) — общая прибыль на единицу проданного блага. Aπ =π/Q =TR(Q) / Q– TC(Q)/ Q = P – ATC [↑](#footnote-ref-10)
11. Иванов И.Д.Современные монополии и конкуренция. - М.: Мысль, 1990, с. 94 [↑](#footnote-ref-11)
12. Средние общие затраты (average total cost, ATC, AC) — общие затраты фирмы в расчете на единицу произведенной продукции [↑](#footnote-ref-12)
13. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: Учебник для ВУЗов.- 2-е изд., изм. – М.: норма, 2004.- 676 с. Стр.:230 [↑](#footnote-ref-13)
14. Переменные затраты (общие переменные затраты, variable cost, VC(Q), total variable fixed cost, TVC(Q)) — часть общих затрат фирмы, величина которых находится в прямой зависимости от объема производимой продукции [↑](#footnote-ref-14)
15. Постоянные затраты (общие постоянные затраты, fixed cost, FC, total fixed cost, TFC) — часть общих затрат фирмы, которая не зависит от объема производимой продукции [↑](#footnote-ref-15)
16. Средние переменные затраты (average variable cost, AVC) — переменные затраты в расчете на единицу произведенной продукции. AVC=VC/Q [↑](#footnote-ref-16)
17. Авторское и патентное право: словарь терминов [http://www.informexpress.ru/patent/dictionary.asp] [↑](#footnote-ref-17)
18. Там же [↑](#footnote-ref-18)
19. Там же [↑](#footnote-ref-19)
20. Сайт: История России [http://www.history.ru/] [↑](#footnote-ref-20)
21. (эффект масштаба) (returns to scale, economies of scale) — степень изменения объема выпускаемой продукции при изменении объема используемых факторов производства [↑](#footnote-ref-21)
22. Газета «Ведомости» , 12 мая [http://www.businesspress.ru/newspaper/article\_mId\_40\_aId\_263237.html] [↑](#footnote-ref-22)
23. Газета «Ведомости», 12 мая [http://www.businesspress.ru/newspaper/article\_mId\_40\_aId\_263237.html] [↑](#footnote-ref-23)
24. [↑](#footnote-ref-24)
25. [↑](#footnote-ref-25)