**«Монополия далеко не всегда препятствие для экономического развития». (Йозеф Шумпетер)**

 Высказывание посвящено влиянию монополии на развитие экономики. Вопреки доминирующему мнению о том, что монополия вредит рынку, автор считает, что это не всегда так. Монополия – господствующее положение на рынке единственной компании, производящей уникальную продукцию, и имеющее высшую степень контроля над ценой и количеством этого товара на рынке. Монополии могут возникать в результате экономической политики государства (когда оно не предоставляет лицензии на занятие определённым видом деятельности, устанавливая барьеры по входу на такой рынок) или являются последствием жесткой конкуренции фирм, слияний и поглощений небольших предприятий крупной фирмой, возможна и ситуация сговора. Существуют государственные монополии, например, метро, или естественные монополии, действующие в сфере добычи природных ресурсов или инфраструктуры, к примеру, РЖД. Здесь присутствует частный капитал, но государство все равно имеет значительный контроль.

 Почему монополия препятствует развитию рынка? Осознавая своё господство на рынке, монополист может максимально повысить цену, что не всегда сопровождается ростом качества товара или предоставляемой услуги. При этом он знает, что альтернатив у потребителя нет. В качестве примера можно рассмотреть услуги такси в СССР. Была одна единственная служба такси, и люди часами стояли в очередях, ожидая машину. Качество услуг тоже не всегда было на уровне. Сегодня большое количество служб такси, включая IT-платформы, приводит к снижению стоимости поездок и стремлению фирм улучшать сервис.

 Чем же выгодна монополия? Крупные компании, которые являются разработчиками уникальных продуктов, основанных на новых технологиях, патентуют свои достижения, лишая других участников рынка их использовать. Примером может быть компания IBМ, начавшая эру компьютеров еще в 1943 году. Через сорок лет IBM уступила 1-е место по продажам персональных компьютеров другим фирмам. Такие монополии заставляют участников рынка развиваться. Конкуренты стремятся догнать лидера и тоже начинают битву за качество. Более того, и сам монополист понимает, что его власть на рынке не вечна. Он не станет необоснованно повышать цену и будет усовершенствовать свой товар.

 Подключая свой дом к электросетям, газовым сетям или городскому водопроводу, или покупая железнодорожный билет, у нас, как у потребителей нет возможности выбирать, у какой компании мы будем покупать электричество, воду, газ или билет. Это другое, оправданного с точки зрения экономики, и способствующее её развитию, экономическое явление, получившее название естественной монополии. Под ней понимают такую ситуацию на рынке, когда производство товара или оказание услуги эффективно одной компанией. Это связано с особенностями самого товара или услуги, требующих определённых условий или особой инфраструктуры. Например, для поставки электроэнергии, водопроводной воды, природного газа в дома граждан необходима специальная сеть коммуникаций. Их строительство и обслуживание являются дорогостоящими. При появлении конкурента, издержки значительно возрастут, прибыль предприятия сократится. Результатом будет повышение цен на услуги или товары. В то же время, государство не оставляет без внимания деятельность естественных монополий, контролируя их тарифы в ходе осуществления антимонопольной политики.

 Таким образом, мы доказали, что автор был прав, утверждая, что иногда монополия может оказывать положительное влияние на рынок.