МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Кафедра теоретической экономики**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Работу выполнил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Р.А. Чаплыгин

(подпись, дата)

Факультет экономический

Направление 38.03.02 – Международный менеджмент

Научный руководитель

канд. экон. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.А. Давыдюк

(подпись, дата)

Нормоконтролер

канд. экон. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.А. Давыдюк

(подпись, дата)

Краснодар 2016

СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 2](#_Toc451029858)

[1. Теоретические подходы к понимаю конкуренции и монополии 5](#_Toc451029859)

[1. 1 Конкуренция как элемент рыночного механизма в классической политической экономии 5](#_Toc451029860)

[1. 2 Теория несовершенной конкуренции и её модели 8](#_Toc451029861)

[1. 3 Особенности современных конкурентных отношений и методы их реализации 12](#_Toc451029862)

[2. Формирование условий работающей конкуренции в современной экономике 15](#_Toc451029863)

[2. 1 Антитрестовская политика США 15](#_Toc451029864)

[2. 2 Антимонопольная политика в России 18](#_Toc451029865)

[2. 3 Проблемы конкуренции на региональном и местном рынках (на примере рынка хлебобулочных изделий г. Краснодара) 26](#_Toc451029866)

[Заключение 29](#_Toc451029867)

[Список источников 30](#_Toc451029868)

# ВВЕДЕНИЕ

 «Без конкурентов даже самая богатая страна может очень быстро прийти в упадок, не успев почувствовать признаки приближающейся угрозы», - писали Дж. Грейсон и К. О`Делл.[[1]](#footnote-1) Безусловно, слова Дж. Грейсона, основателя и руководителя Американского центра воспроизводительности и К. О`Делл, исследователя это Центра, не были безосновательными. Конкуренция всегда была двигателем прогресса, заставляла придумывать новые изобретения, дабы улучшить что-либо, завоевать потребителей и т.п.

 Соответственно, когда происходит некая узурпация какой-либо сферы на рынке, то по причине того, что власть распоряжаться какими-либо благами сосредоточена в руках только одного крупного игрока, сегмент рынка и вообще покупатели приобретают зависимость, которая выражается как во внедрение достижений науки в эту сферу, так и в изменение цен на данные товары или услуги.

 Безусловно, актуальность темы курсовой работы «Конкуренция и монополия» обоснована тем, что вопреки изменения структуры и конъюктуры развития рыночных отношений и рынка в целом, это два явления существуют и будут существовать, ограничиваясь и закрепляясь в законах.

 Целью курсовой работы является изучение таких понятий как «монополия» и «конкуренция», их различные характеристики, а также анализ антимонопольной политики в целом в США и России.

 Задачами являются:

1. изучение сущности явлений конкуренции и монополии, исходя из их различных видов;
2. оценка нормативно-правовой базы регулирования антимонопольной политики в США и России;
3. оценка состояния конкуренции на примере г. Краснодар.

 Предметом исследования являются экономические процессы, сформировавшиеся в условиях рыночной экономики, как «монополия» и «конкуренция».

 Объект исследования – это рыночные хозяйства.

 При написании работы были использованы труды таких авторов, как Грейсон Джексон К. младший, О'Делл Карла, Руднев В. Д., Баликоева В.З., Воронина А.Ю., Журавлевой Г. П. Позднякова Н. А. Поздняковой Ю. А., Басовского Л. Е. Басовской Е. Н., Никулиной И.Н., Рудаковой И. Е., Антипиной О. Н., Вощиковой Н. К., Макконнелл К. Р., Брю С. Л., Флинн Ш. М., Нечаева А.С., Фитисовой Т.В., Прокопьева А.В., Родионовой И.В., Тяпкиной М.Ф., Монгуш Ю.Д., Акимовой И.О.

 В работе также был использован Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 05.10.2015) "О защите конкуренции" (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016)

 Курсовая работы состоит из введения, двух глав (в каждой по при параграфа), заключения, списка использованных источников.

 В первой главе три параграфа, в которых раскрываются теоретические аспекты конкуренции и монополии.

 Во второй главе приводится анализ антитрестовской политики США, антимонопольной политики в России, а также состояние конкуренции на рынке хлебобулочных изделий в г. Краснодар.

 В заключение обобщается полученная и проанализированная информация и на основе неё делается вывод по всей проделанной работе.

# 1 Теоретические подходы к понимаю конкуренции и монополии

## 1.1 Конкуренция как элемент рыночного механизма в классической политической экономии

 Политическая экономия – это молодая и в тоже время древняя наука. Древняя, потому что экономическая мысль получила довольно значительное развитие ещё в Древнем Востоке («Поучение гераклепольского царя своему сыну» (XXII в. до н. э.), «Речение Ипусера» (начало XVIII в. до н.э.) в Древнем Египте, кодекс законов старовавилонского царя Хаммурапи (XVIII в. до н.э.), конфуцианство (VI – V в. до н.э.) В Китае, «Артхашастра» (конец IV в.) в Древней Греции (VI – V в. до н.э.)). Первое название науки также было дано греками: ойкос – дом, номос – закон (законы домохозяйства, домостроя).

 В то же время политическая экономия – наука молодая, ибо как система научных взглядов она получила своё развитие только с возникновением капитализма.

 Теория конкуренции, впервые обобщенная А. Смитом, была впоследствии развита Д. Риккардо, Ф. Эджоуртом, Э. Чемберлином и др.[[2]](#footnote-2) Конкуренция – в переводе с латинского означает «сталкиваться». Согласно ст. 4 Федерального Закона «О защите конкуренции» конкуренция - соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.[[3]](#footnote-3)

 Конкуренция – это экономический закон рыночного хозяйства. Она происходит между продавцами и покупателями, среди продавцов и покупателей. Такое столкновения неизбежно и порождается объективными условиями: полной хозяйственной обособленностью каждого производителя, его зависимостью от конъюктуры рынка, противоборством со всеми другими товаровладельцами в борьбе за покупательский спрос.

 В научной литературе представлены три подхода к определению конкуренции. Первый подход определяет конкуренцию как состязательность рынка. Такой подход характерен для отечественной литературы. Второй подход рассматривает конкуренцию как элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение. Данный подход характерен для классической экономической теории. Третий – определяет конкуренцию как критерий, по которому определяется тип отраслевого рынка. Данный подход основывается на современной теории морфологии рынка.[[4]](#footnote-4) Конкуренция является одним из важнейших условий существования рынка с момента его возникновения. Но особое значение она приобретает с образованием.

 По мнению Журавлевой Г. П., Позднякова Н. А. и Позднякова Ю. А. в рыночной экономике столкновение хозяйств между собой неизбежно, ибо оно порождается следующими объективными условиями:

1. наличием множества равноправных рыночных субъектов;
2. полной экономической обособленностью каждого из них;
3. зависимостью рыночных субъектов от конъюктуры рынка;
4. противоборством со всеми другими рыночными субъектами за удовлетворение покупательского спроса.

 Также Журавлева Г. П., Поздняков Н. А. и Поздняков Ю. А. считают, что сущность конкуренции проявляется в её следующих функциях:

1. обеспечение нацеленности производителя на запросы потребителя, без чего нельзя получить прибыль;
2. стимулирование роста эффективности производства, обеспечивающее «выживание» производителей;
3. дифференциация товаропроизводителей (одни выигрывают, другие остаются при своём, третьи разоряются);
4. давление на производство, распределение ресурсов между отраслями экономики в соответствии со спросом и нормой прибыли;
5. ликвидация неконкурентоспособных предприятий;
6. стимулирование снижения цен и повышения качества товаров.[[5]](#footnote-5)

 По мнению Баликоева В. З. конкуренция характеризуется двумя особенностями:

1. наличием на рынке достаточно большого числа независимо действующих производителей и покупателей любого конкретного товара;
2. свободой для производителей и покупателей выступать на рынок или покидать его.[[6]](#footnote-6)

 В процессе развития рыночных отношений формируется процесс, который неразрывно связан с конкуренций, однако препятствует её полноценному функционированию. Такой процесс получил название монополия (или несовершенная конкуренция).

##  Теория несовершенной конкуренции и её модели

 Понятие «несовершенная конкуренция» появилось с выходом в свет в 1933 г. работ Э. Чемберлина «Теория монополистической конкуренции» и Дж. Робинсон «Экономическая теория несовершенной конкуренции», где были исследованы новые условия рынка.[[7]](#footnote-7)

 Анализ и изложение этих работ были представлены в учебниках по экономической теории. Так, авторы одного из них, Басовский Л.Е. и Басовская Е.Н., выделяют следующие виды несовершенной конкуренции: монополистическую конкуренцию, монополию, олигополию (рис. 1).[[8]](#footnote-8)

 Рисунок 1 – Виды несовершенной конкуренции[[9]](#footnote-9)

 В учебнике И. Н. Никулиной «Микроэкономика», монополистическая конкуренция (monopolistic competition) – тип рынка несовершенной конкуренции, который реально существует во многих отраслях.

 И. Н. Никулина выделяет следующие характерные черты монополистической конкуренции:

1. дифференциация продукта (product differentiation). Фирмы производят продукты, которые являются несовершенными заменителями друг друга. дифференциация может быть связана с качеством товаров, субъективными представлениями покупателей, условиями продажи и гарантийного обслуживания товаров, пространственным расположением продавцов и потенциальных покупателей товаров и др.;
2. сравнительно большое число продавцов и множество его покупателей. рыночная доля каждой фирмы сравнительно невелика, но больше, чем в условиях совершенной конкуренции. фирмы практически не учитывают возможную реакцию своих конкурентов при выборе цены или объёма продукции;
3. свободный вход фирм на рынок и уход с него;
4. покупатели и продавцы обладают полной и совершенной экономической информацией.[[10]](#footnote-10)

 Олигополия – это рыночная структура, при которой предложение товаров осуществляется небольшим числом крупных фирм, каждая из которых, определяя своё рыночное поведение, принимает во внимание действия конкурентов и осознаёт влияние их выбор цены или уровня выпуска на свою прибыль.

 К структурным характеристикам (признакам) олигопольного рынка Рудакова И. Е., Антипина О. Н. и Вощикова Н. К. относят следующие:

1. на рынке есть несколько крупных фирм-продавцов, которые на цену, и много покупателей, которые не влияют на цену;
2. каждая фирма знает, что решения других фирм в отрасли повлияют на её прибыль, и поэтому принимает решения с учётом действий и ответной реакции конкурентов; иными словами, поведение фирм в отрасли стратегично;
3. продукт олигополии может быть стандартизированным и, следовательно, иметь совершенные субинституты, или дифференцированным; но в любом случае продукт олигополии должен иметь достаточно близкие субинститута, что заставляет олигополистов осознавать зависимость друг от друга;
4. возможности входа на рынок варьируют в диапазоне от легко преодолимых барьеров на вход (или даже их отсутствия) до непреодолимых заслонов для конкурентов; контроль олигополии над доступом к важнейшим видам ресурсов может быть сильным или отсутствовать;
5. у рыночных контрагентов нет полной информации о ценах, характеристиках продукта, объёмах выпуска и пр.; степень информированности игроков олигополистического рынка влияет на природу рыночного равновесия.[[11]](#footnote-11)

 Чистая монополия – такая структура рынка, при которой удовлетворение рыночного спроса осуществляется только одним продавцом, фирмой-монополистом.

 Чистая монополия – это антипод рынка совершенной конкуренции. Никулина И. Н. выделяет следующие признаки монополии:[[12]](#footnote-12)

1. на рынке только одна фирма-продавец и много покупателей;
2. существуют высокие барьеры для входа на рынок, непреодолимые для реальных и потенциальных конкурентов. Барьеры для входа разнообразны. Достаточно высокая насыщенность рынка товарами, низкая платёжеспособность покупателей, необходимость значительных инвестиций могут являться серьёзнейшими препятствиями для входа на рынок;
3. контроль монополии над доступом к важнейшим видам ресурсов;
4. отсутствие близких заменителей (субститутов) для товаров, производимых монополистом;
5. фирма-монополист как единственный продавец контролирует цену своей продукции, формирует рыночную цену (т.е. является ценообразователем).

 Фирмам-монополистам, защищённым барьерами входа на рынок, нет необходимости учитывать ответную реакцию других фирм (потенциальных конкурентов) при назначении цен на свою продукцию и планирование прибыли. Многочисленные мелкие покупатели, противостоящие монополии, принимают установленную монополистом цену; они являются ценополучателями.

 Безусловно, по причине присутствия на рынке фирм – монополистов, развитие которых контролируется и подавляется со стороны государства, возникают трудности в реализации полноценной здоровой конкуренции в рыночных отношениях. На современном этапе развития рыночных возникают проблемы и трудности в реализации конкуренции. Решение данных вопросов имеет большое значение для экономики любого государства.

##

##  Особенности современных конкурентных отношений и методы их реализации

 Особенность развития конкуренции конца прошлого – начала нынешнего столетия состоим в том, что под воздействием новых эконмических условия изменился и сам подход к анализу современных явлений и в том числе к изучению роли конкуренции в хозяйственной практике.

 Большинство современных исследователей рассматривает конкуренцию как необходимую реальность рыночного процесса. Причем основное внимание уделяется источникам конкретных проявлений конкуренции – конкурентным преимуществам. Благодаря им становится возможным соперничество различных производителей. В связи с этим наиболее актуальными проблемами теории конкуренции становятся:

1. стратегия опережения конкурентов;
2. исследование конкуренции как постоянно развивающегося процесса, а не как ситуации;
3. выявление конкурентных преимуществ стран и компаний;
4. завоевание будущих рынков в конкурентной борьбе;
5. факторы конкурентоспособности стран и компаний;
6. участие в глобальной конкуренции;
7. взаимосвязь конкуренции национальных компаний и внутренней конкуренции;
8. стратегия выработки конкурентных компетенций и лидерства на рынке.

 Анализу этих проблем посвящены работы таких известных учёных-экономистов, как И. Кирцнер, М. Портер, Г. Хамел и К.К. Прахалада. Отличительными особенностями их вклада в развитие теории конкуренции является практическая адаптация основных выводов их работ в хозяйственной практике.

 Суть теории конкуренции М. Портера заключается в исследовании структуры и способов развития экономики стран и компаний, с помощью которых достигаются конкурентные преимущества. Понимание этого он считает основой науки о конкуренции. Методология анализа конкуренции, разработанная им, применяется в прогнозировании деятельности компаний в условиях развитой конкурентной среды. Теория, разработанная М. Портером, называется теорией отраслевой ориентации.

 В хозяйственной практике западных компаний одним из способов успешной конкурентной борьбы является реструктуризация. Однако, по мнению Г. Хамела и К.К. Прахалада компания, преуспевающая в реструктуризации, но неспособная создавать «рынки будущего», не сможет удержать лидерство на рынке. Это связано с тем, что, как правило, основной целью реструктуризации является желание избавиться от не приносящих ощутимых результатов видов бизнеса и повысить производительность активов. В ходе её осуществления выигрывают лишь время. Поэтому «конкурировать вовремя», по мнению Г. Хамела и К.К. Прахалада, - это важная задача и крупное конкурентное преимущество после расширения масштабов детальности.

 В последнем десятилетии XX века в западной экономической мысли появились различные теории достижения лидерства на рынке, которые сочетали в себе знания о конкуренции, конкурентной борьбе и методах поведения конкурентов на рынке. Их анализ представляет большой практический интерес для российской экономики, проходящей период активного развития рыночных отношений и определения роли государственных компаний на конкурентном рынке.

 М. Трейси и Ф. Вирсема представили так называемые «ценностные дисциплины» или способы доставки потребителю той или иной ценности, под которыми подразумеваются производственное совершенство, лидерство по продукту и близость к потребителю. По их мнению, компании, стремящиеся доминировать на своих рынках, должны выбрать из этих способов и добиться в этой области наибольшего совершенства.

 Дж. Ф. Мур предлагает новую понятийную категорию деловой среды, которую он называет экосистемой. В бизнесе под ней необходимо понимать, считает он[[13]](#footnote-13), «хозяйственной сообщество, опирающееся на фундамент, который составляет взаимодействующие организации и индивиды, организмы мира предпринимательства. Экосистема любого предприятия включает потребителей, рыночных посредников, поставщиков и, конечно, саму фирму».[[14]](#footnote-14)

 Функционирование конкуренции и развитие монополии в разных государствах происходит по-разному в связи с разной скоростью перехода к рыночным отношениям. Безусловно, чем быстрее страна переходит к рыночным отношениям, тем быстрее встаёт вопрос о здоровой конкуренции и монополии, и, значит, правительство скорее начинает принимать меры, способствующие развитию конкуренции и, следовательно, движению рынка (например, издавать законы, касающиеся конкуренции), тем самым ограничивать появление и подавлять существующие монополии.

# 2 Формирование условий работающей конкуренции в современной экономике

##  Антитрестовская политика США

 Антитрестовская политика – это совокупность законов и действий властей, направленная на предотвращение монопольного поведения и способствующая конкуренции.

 В Соединённых Штатах Америки в «Деле U. S. Steel» в 1920 г. суды применили правило разумного подхода, которое провозглашало незаконной отнюдь не каждую монополию. Исходя из того, что деятельность была законной, не направленной против конкурентов и монопольная власть не была использована необоснованно, U. S. Steel посчитали «хорошим трестом», не нарушающим положений антитрестовского законодательства.

 А в 1945 г. в «Деле Alcoa» Верховный суд отправил это дело в Апелляционный суд, продемонстрировав совершенно изменившуюся позицию спустя 25 лет. Вопреки тому, что, как и в «Деле U. S. Steel» в 1920 г., деятельность компании не нарушала закона, однако Alcoa была признана нарушителем закона.

 Эти дела свидетельствуют о продолжающихся разногласиях в антитрестовской политике. Следует ли судить об отрасли по её поведению (как в "деле U. S. Steel") или по ее структуре (как в «Деле Alkoa")?

 "Структуралисты" утверждают, что отрасль, имеющая высокую степень концентрации, будет вести себя как монополист. Следовательно, экономические действия таких отраслей с точки зрения общества обязательно будут нежелательными. А сами такие отрасли являются законными мишенями для подачи против них антитрестовского иска. Изменение структуры такой отрасли, говорят они, путем разделения монополиста на несколько относительно небольших фирм приведет к улучшению поведения участников отрасли и улучшению показателей ее функционирования.

 «Бихевиoристы» же подчеркивают, что связь между структурой и действием является очень тонкой и неявной. Они считают, что отрасль с высокой степенью концентрации может быть технологически прогрессивной и иметь завидную репутацию, предоставляя потребителям продукты, качество которых растет по приемлемым ценам. Поэтому если отрасль хорошо служит обществу и не занимается антиконкурентной деятельностью, ее следовало бы обвинять в нарушении антитрестовского законодательства лишь на там основании, что ее рыночная доля очень высока. Такая доля может быть результатом применения самых современных технологий, выпуска новейших продуктов и экономии на масштабах деятельности "Зачем применять антитрестовское законодательство для наказания эффективных, ведущих технологически и хорошо управляемых фирм?" - спрашивают они.

 Некоторые администрации США под руководством президентов претворяли антитрестовские законы в жизнь более строго, чем другие. Степень настойчивости федеральных антитрестовских органов во многом определяла на каждом этапе и общий объём антитрестовских действий в экономике. Следует отметить, что отдельные фирмы могут подавать иски против других фирм на основе антитрестовских законов. Например, в 2005 г AMD, производитель микропроцессоров, на этом основании подала иск против Intel, заявив, что Intel как монополист прибегает к антиконкурентным приемам, чтобы препятствовать росту рыночной доли AMD. Но крупные антитрестовские дела часто продолжаются долгие годы и требуют больших расходов. Поэтому стороны, потерпевшие ущерб, часто обращаются к федеральному правительству что бы оно инициировало подобные дела и само занималось ими. Если федеральное правительство добивается осуждения ответчика, сторонам. Потерпевшим ущерб не требуется самим доказывать виновность ответчика, и они могут получить с него сумму в тройном размере ущерба. Поэтому во многих случаях отсутствие федеральных антитрестовских действий означает сокращение масштабов правовых действий, осуществимых отдельными фирмами

 Активная антитрестовская перспектива заключается в том, что в некоторых обстоятельствах одной конкуренции недостаточно, чтобы добиться эффективности распределения и гарантировать справедливость потребителям и конкурирующим фирмам. фирмы время от времени используют незаконные приемы, чтобы добиться доминирования на рынках или сохранять его в дальнейшем. В других случаях конкуренты договариваются о фиксировании цен или осуществляют слияние, чтобы повысить свою монопольную мощь. Активное и строгое претворение в жизнь антитрестовских законов необходимо, чтобы прекратить незаконные приёмы бизнеса, не допустить антиконкурентных слияний и устранить негативные последствия монополий. Такой тип правительственного вмешательства поддерживает жизнеспособность и динамизм рыночной системы и тем самым позволяет обществу в полной мере добиваться выгод. С этой точки зрения антитрестовским структурам необходимо действовать скорее как судьям во время футбольного матча, т.е. они должны наблюдать действия игроков, выявлять нарушения и судить виновных по установленным правилам. И наоборот философия laissez-fatre (от франц. невмешательство) исходит из того, что антитрестовское вмешательство преимущественно не нужно особенно если это касается монополий. Экономисты, придерживающиеся этой точки зрения, рассматривают конкуренцию как долгосрочный экономический процесс, в ходе которого фирмы сражаются друг с другом за достижение доминирующей роли на рынках.

 Доказали ли антитрестовские законы свою эффективность? Хотя ответить на данный вопрос трудно, можно кое-что понять, если разобраться в том, как эти законы применялись к существующим рыночным структурам, слияниям, фиксации цен и принудительным контрактам.

 Действуя на основе "правила разумного подхода". Органы власти обычно проявляют законов к монополиям, которые образовались естественным образом. Обычно федеральное правительство преследует фирму судебном порядке только в случае. если у нее высокая рыночная доля и при этом есть свидетельства ее злоупотреблений для достижения, поддержания или расширения своего доминирующего положения на рынке. [[15]](#footnote-15)

 Развитие антитрестовской политики в США прошло длинный путь: деятельность монополистов могла признаваться законной и судом не ограничивалась. Однако на данный момент стало ясно, что монополии сдерживают развитие рынка и нормальное функционирование конкуренции. Поэтому на данный момент США так, же, как и Российская Федерация, борется с монополиями.

##  Антимонопольная политика в России

 Опыт общественного развития в России и странах зарубежья показал необходимость вмешательства государства в экономические процессы, для того, чтобы согласовать интересы всех участников и найти наилучшие пути прогресса общества. Ограничения монополистической деятельности и обеспечения конкуренции выражается в антимонопольной политике.

 Антимонопольная политик - комплекс государственных мер (соответствующие законодательство и система налогообложения, денационализация собственности, поощрение малого предпринимательства и пр.), направленных против монополизации производства и на развитие конкуренции среди товаропроизводителей.[[16]](#footnote-16)

 Первая попытка создания антимонопольного законодательства в России предпринималась еще в 1908 г. За образец был взят действовавший в США закон Шермана. Однако организации российских предпринимателей встретили проект закона в штыки и сумели сорвать его принятие. Осуществление антимонопольной политики в России до недавнего времени было невозможным: российская экономика приняла от советского высокого уровня концентрации производства во многих отраслях. Только в 90-х годах 20 века антимонопольная проблема стала одной из главных тем в прениях о переходе экономики России к рынку.

 Юридическая основа для борьбы с монополиями и недобросовестной конкуренцией появилась в России только в 1991 г., когда был принят Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Проведение антимонопольной политики стало необходимостью для экономики страны. Антимонопольное законодательство в России стране слабо воздействует на все сферы экономики, потому что широкое изучение проблематики антимонопольного регулирования начинается только сейчас.

 К проблемам антимонопольного регулирования, по мнению Нечаева А.С., можно отнести:

1. чрезмерную продолжительность судебных процессов по антимонопольным делам;
2. огромные проблемы с определением мер, предотвращающих негативные последствия монополизации;
3. большие издержки разграничения слияний, которые увеличивают эффективность использования ресурсов и слияний, ограничивающих конкуренцию;
4. трудности, связанные с осуществлением мер антимонопольного регулирования;
5. большое влияние политики на дела, связанные с нарушением антимонопольного законодательства;
6. узкое поле для антимонопольной политики.[[17]](#footnote-17)

 Антимонопольная политика, по мнению Фитисовой Т.В., Свитус В.А., Касьяновой Ю., Васильевой Е. и Зацепина П., имеет несколько основных направлений, к ним относятся: стимулирование предпринимательства, развитие конкуренции, организационно-правовое обеспечение антимонопольной политики.[[18]](#footnote-18)

 По мнению Нечаева А.С., автора статьи «Модифицированная методика расчёта чистого эффекта лизинга», существует 2 основных метода регулирования монополий: прямой и косвенный. Прямой метод регулирования включает меры, которые устраняют и предупреждают монопольное положение отдельных субъектов на рынке. А к мерам косвенного регулирования относятся в основном финансово-кредитные методы предупреждения и преодоления монополистических явлений в экономике страны.[[19]](#footnote-19)

 В капиталистических странах монополии появились в то время, когда уже существовали рыночные отношения, и государство, чтобы регулировать конкуренцию, начало создавать определенные ограничивающие нормы. Российское законодательство о конкуренции разрабатывалось при сильных монополиях и только зарождающихся рыночных отношениях. Именно поэтому, для России необходимо как уменьшить уровень монополизации, так и добиться соблюдения правил конкуренции, осуществлять меры наказания за их нарушения.

 Специалисты в вопросах антимонопольной политики выявляют следующие причины невысокого уровня развития конкуренции в России:

1. приватизация не привела к возникновению таких собственников, заботящихся о развитии своей организации, а не о максимизации прибыли;
2. принудительная реорганизация предприятий не была использована в полной мере;
3. малый бизнес не смог получить должного развития.[[20]](#footnote-20)

 В большинстве стран малый бизнес является одной из основ формирования конкурентной среды. У малого бизнеса большие возможности маневрирования, низкие операционные расходы, у служащих высокое чувство причастности к делам фирмы и заинтересованность в ее успехе. Даже в условиях высоких рисков малый бизнес не перестают вовлекать инновации, которые затем смогут быть отданы на тиражирование более крупному промышленному бизнесу.

 Если рассмотреть опыт зарубежных стран, то можно увидеть, что увеличение доли малых организаций в общем числе хозяйствующих субъектов приводит в уменьшение уровня безработицы и развитию конкуренции. Но, к сожалению, на сегодняшний день рост числа таких предприятий уменьшился, так как они в основном торговлей и посреднической деятельностью.

 Меры антимонопольной политики в России определяются спецификой монополистических отношений в экономике. По мнению Родионовой И.В., обычно используются такие правовые средства, как:[[21]](#footnote-21)

1. государственный контроль за деятельностью хозяйствующих субъектов, которые занимают главные положения на товарном рынке. Если положение фирмы является доминирующим, то устанавливается особый государственный контроль за объемом производства и качеством товаров, уровнем цен и иными показателями деятельности этого хозяйствующего субъекта;
2. принятие определенных мер по реорганизации и ликвидации хозяйствующих субъектов, если таковые занимают доминирующее положение на товарном рынке. Меры по реорганизации или ликвидации хозяйствующего субъекта осуществляются при данных условиях:
3. возможности организационного, а также территориального обособления предприятий, структурных подразделений или единиц;
4. отсутствия технологической взаимосвязи предприятий, структурных подразделений, а также структурных единиц;
5. государственный контроль как за реорганизацией, так и ликвидацией хозяйствующих субъектов.

 На данный момент на территории РФ действует Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 05.10.2015) "О защите конкуренции" (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016).

 Проведенный Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации при взаимодействии с Торгово-промышленной палатой Российской Федерации с 3 марта по 15 апреля 2015 года онлайн-опрос позволил оценить взгляд представителей российского бизнеса на общее состояние конкуренции и конкурентной среды. В опросе приняли участие около 650 респондентов.

1. По оценкам бизнеса, уровень конкуренции в российской экономике является умеренным и в среднем составляет 53%, то заметно ниже прошлогоднего уровня (70%).

2. С 5% в 2014 году до 21% в 2015 году увеличилась доля тех, кто ощущает слабую конкуренцию или вовсе ее отсутствие.

3. 42 % процентов считают конкуренцию полезной для развития бизнеса. Примечательно, что полезность конкуренции отмечал тот бизнес, который интенсивно конкурирует на своем рынке. Тем не менее 18% респондентов все же уверены, что конкуренция оказывает отрицательное влияние на бизнес.

4. Наиболее интенсивную конкуренцию бизнес ощущает в секторах торговли, услуг, строительства, а также в пищевой промышленности, более слабую – в сельском хозяйстве, металлургии, секторах производства машин и оборудования (в том числе электрического и оптического).

5. Снижение числа конкурентов отметили 15% респондентов (против 10% в прошлом году).

6. Основные причины снижения числа конкурентов бизнес видит в действиях органов власти: 58% респондентов указали на антиконкурентные действия со стороны органов власти, а 53% - на негативное влияние изменений нормативно-правовой базы.

7. Снижение числа конкурентов в пищевой промышленности всеми респондентами объяснялась уходом иностранных участников. Эту же причину отметили представители металлургии (33%), машиностроения (60%), торговли (10%) и сферы услуг (11%). Такие результаты отражают основные тенденции государственной политики в течение последнего года – импортозамещение, обеспечение продовольственной безопасности.

8. Ключевым барьером развития бизнеса является доступ к финансовым ресурсам: на него указали 52% респондентов.

9. Более 40% опрошенных время от времени или постоянно испытывают на себе антиконкурентное давление со стороны доминирующего участника рынка (с долей на рынке более 50%).

10. Намерение расширить бизнес стали менее распространенными: доля тех, кто не планирует выходить на новые рынки, составила 27% против 21% годом ранее.

11. Наибольшую активность при расширении своего бизнеса намерены проявить представители металлургии, 90% которых планируют выход на новые рынки.

12. Представители сферы услуг стали проявлять меньшую заинтересованность в дальнейшем расширении бизнеса: доля тех, кто не намерен расширять свой бизнес, выросла с 19% в 2014 году до30 % в 2015 году.

13. Заметно более уверенно относительно была сбыта продукции стал себя чувствовать сельскохозяйственный сектор: 42 % представителей сельского хозяйства уверены, что при росте цен на их продукцию на 10-15 % им в любом случае удастся ее реализовать.

14. Несмотря на то, что прослеживается динамика по сокращению интенсивности конкуренции, 95% бизнеса использовали как минимум один способ повышения конкурентоспособности их продукции в течение последних трех лет. 7% опрошенных только сокращали затраты. Доля бизнеса, который не предпринимал никаких действий, существенно снизилась с 14% в 2014 году до 5% в 2105 году;

15. Вместе с тем именно сельскохозяйственный сектор проявляет наименьшую активность по всем способам повышения конкурентоспособности их продукции: 26% вообще ничего не предпринимали, в то время как в среднем по выборке это значение составляет 5%.

16. Для представителей сферы услуг и торговли наиболее актуальными способами повышения конкурентоспособности их продукции являются использование новых маркетинговых стратегий по продвижению товаров (работ, услуг), применяемые 44% и 48% представителей бизнеса соответственно, обучение персонала (53% и 44%) и сокращение затрат (55% и 54%), тогда как НИОКР и приобретение лицензий, технологий и ноу-хау более популярны среди представителей более технологичных и знаниеемких отраслей.

17. Самостоятельное проведение НИОКР проводили 58% представителей машиностроения и 75% производителей электронного и оптического оборудования, приобретение технологий, патентов, лицензий осуществляли 33% бизнеса, предлагающего финансовые услуги. Для представителей сектора строительства наиболее актуальными способами являются сокращение затрат и закупка новых машин и оборудования: их использовали 59% и 40% представителей строительного сектора соответственно.

Таким образом, исходя из совокупности оценок Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации следует, что в 2015 году состояние конкуренции характеризуется избыточной концентрацией в ряде отраслей российской экономики. Состояние конкуренции на рынках в 2015 году обусловлено их структурой, наличием барьеров развития бизнеса, а также общим состоянием инвестиционного климата

 Неразвитое состояние конкурентной среды отражается на конкурентоспособности российских компаний на внутреннем и внешних рынках. Иностранные игроки, имеющие доступ к более развитой среде и инфраструктуре своих стран, в том числе финансовой, обладают конкурентными преимуществами по сравнению с российскими компаниями на отдельных рынках.[[22]](#footnote-22)

 Подводя итоги, можно назвать антимонопольную политику России важным атрибутом структурных преобразований во всех сферах экономики страны. Безусловно, в определенных случаях существование монополии является необходимым, но за этими процессами должен осуществляться строгий контроль со стороны государства. Стоит так же отметить, что свободный рынок не способен быстро заменить отраслевую монополию, которая складывалась десятилетиями, так как утверждение конкурентных отношений - не единовременная моментальная акция, а сложный и долгий процесс.[[23]](#footnote-23)

##  Проблемы конкуренции на региональном и местном рынках (на примере рынка хлебобулочных изделий г. Краснодара)

 На мой выбор примера для рассмотрения проблемы конкуренции повлияло то, что рынок потребительских товаров (продуктов в частности) удобен для анализа модели не совершенной конкуренции. По нему достаточно просто проследить влияние изменения модели рынка на предприятия данной отрасли.

 В 2000 годах рынка хлебобулочных изделий г. Краснодара представлял собой олигополию, так как имел ряд структурных характеристик, соответствующих данной модели. На рынке было 2 крупных и несколько небольших фирмы-производителя хлебобулочных изделий, легко преодолимые барьеры входа на рынок, осознание собственной зависимости от фирмы-конкурента.

 В период с 2004 по 2013 год ситуация на данном рынке стала претерпевать существенные изменения. Из-за легко преодолимых барьеров, число небольших пекарен стало возрастать. Особенно ускорился данный процесс в 2008-2010 годах. Данная рыночная ниша стала особенно привлекательной в период кризиса так как производство хлебобулочных изделий является производством «живых» денег (быстрый доход). Так же на данную сферу стали влиять производители (крупные холдинги) из других регионов. Роль ценовой политики возрастает. Холдинги из других регионов демпингуют цены. Все это приводи к обострению конкурентной борьбы.

 Если проанализировать данные события с точки зрения одного из хлебозаводов г. Краснодара, то мы сможем отследить следующую тенденцию: данное предприятие стало терять свои позиции на рынке (выработка падала на 2-3% в год, пока в 2014 году по равнению с 2013 падение данного показателя не составило примерно 7,15%). Стоит отметить, что падение продаж наблюдалось у «социального» хлеба (кирпичик). Это означает, что малообеспеченные слои населения перешли на более дешевые, но менее качественные субинституты. С падением выработки снижались и прибыль что вынудило управленцев данного предприятия искать способы повышения доходов и снижения издержек.

 Небольшие пекарни и крупные холдинги снижали цены за счет использования более дешевого сырья (которое часто уступало в качестве более дорогим аналогам), то рассматриваемый хлебозавод пошел другим путем. Во-первых, было закуплено более современное оборудование, что позволило сделать труд работников более эффективным, затем были произведено сокращение работников на 14% в период с 1 квартала 2013 года по 1 квартал 2016 года (это вызвано снижением выработки, частичной автоматизацией производства и повышением эффективности труда), так же активизировался маркетинговый отдел. Но главным шагом к возвращению своей доли рынка стало создание новой линейки «здоровых» хлебов. Уникальные технологии производства (без дрожжей и сахара, с использованием натуральной закваски) позволили создать продукт, не имеющий аналогов в регионе. Эта линейка ориентирована в первую очередь на обеспеченные слои населения и на людей, следящих и заботящихся о своем здоровье. Эти решения позволили исправит ситуацию и снова поднять прибыль предприятия до оптимального уровня.

 Проанализировав процессы, протекающие на данном рынке в период с 2000 года по 2016 год мы можем сделать вывод, что конкурентная борьба способствует развитию отрасли, улучшению качества продукции и появлению субинститутов данных товаров.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

 Конкуренция и монополия изучаются многие годы. И это не случайно. Безусловно, по прошествии определённого количество времени, рыночная система приобретает характерные для данного времени черты, связанные со многими аспектами жизни государств: с приобретёнными расхождениями в политических взглядах, а как следствие, мировой экономической ситуацией.

 Очевидно одно: конкуренция и монополия как присутствовали в рыночной экономической системе, так и продолжают существовать. Есть, безусловно, те основные черты этих явлений, которые статичны. Однако нельзя не отметить, что отношение к этим явлениям неизменно: двигателем конкуренция как было, так и остаётся. Отношение же к монополиям не всегда только негативное: монополист часто, дабы удержать приоритет на рынке, старается вводить достижения науки быстрее остальных, что заставляет данный сегмент рынка развиваться, только в пределах масштабов одной (двух как в олигополии) фирм.

 Антимонопольная политика России и антитрестовская политика США прошли долгий период, который имел и общие черты, и, безусловно, отличия. Однако, смело можно отметить, что важность влияния государства как некого регулятора отношений между элементами рыночных отношений при монополии, а также поддерживание здоровой конкуренции.

 Для определения конкуренции на местах, т.е. в регионах России, был выбран г. Краснодар. Проанализировав ситуацию на рынке хлебобулочных изделий, мы сделали ряд выводов, опираясь на которые, мы можем с уверенностью говорить о пользе конкурентной борьбы.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Антимонопольная политика в России / Т.В. Фитисова [и др.] // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук". – 2016. - №1-3. – С. 162-165
2. Архипова Л. С. Гагарина Г. Ю. Архипов А. М. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: Монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. - М.: ИНФРА-М, 2015 - 104 с.
3. Баликоев В. З. Общая экономическая теория: Учебник / В.З. Баликоев. - 16-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 528 с.
4. Басовский Л. Е. Басовская Е. Н. Микроэкономика: Учебник / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 224 с.
5. Бойетт Д.Г., Бойетт Д.Т. Путеводитель по царству мудрости: Лучшие идеи мастеров управления. Пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2004. – 512 с.
6. Большой юридический словарь. — М.: Инфра-М. А. Я. Сухарев, В. Е. Крутских, А.Я. Сухарева. 2003.
7. Воронин А. Ю. Общая экономическая теория: Учебник / А.Ю. Воронин; Под общ. ред. А.Ю. Воронина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 518 с.
8. Грейсон Джексон К. младший, О'Делл Карла ." Американский менеджмент на пороге XXI века" [Электронный источник]. Режим доступа: URL: molgun-ru.1gb.ru/lib/knigi/MARKETING/amreikanc\_mened\_na\_gjhjut.htm (дата обращения 13 апреля 2016 г.)
9. Журавлева Г. П. Поздняков Н. А. Поздняков Ю. А. Экономическая теория. Микроэкономика: Учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 440 с.
10. Макконнелл К. Р. Брю С. Л. Флинн Ш. М. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Уч. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн. -Пер.19-e англ. изд. - М.: ИНФРА-М, 2013. С.1185
11. Нечаев А.С. Анализ основных положений формирования эффективной амортизационной политики промышленного предприятия // Бизнес, менеджмент и право. 2010. № 1 (21). С. 103105.
12. Нечаев А.С. Модифицированная методика расчета чистого эффекта лизинга // Бизнес, менеджмент и право. 2009. № 3 (20). С. 75-78 6
13. Никулина И. Н. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 553 с.
14. Прокопьева А.В. Идентификация и управление рисками инновационной деятельности предприятий // автореферат ис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Иркутский государственный технический университет. Иркутск, 2014.
15. Родионова И.В: История экономических учений: учеб. пособие. [Электронный ресурс]- Владивосток: Мор. гос. ун.-т, 2010. – 31 с.: Режим доступа: http://www.aup.ru/books/i000.htm
16. Рудакова И. Е. Антипина О. Н. Вощикова Н. К. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика: Уч. / И.Е. Рудакова и др; Под ред. И.Е. Рудаковой - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 576 с.
17. Руднев В. Д. Политическая экономия (экономическая теория) [Электронный ресурс]: Учебник / Под общ. ред. д. э. н., проф. В. Д. Руднева. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 856 с.
18. Тяпкина М.Ф., Монгуш Ю.Д., Акимова И.О. Исследование показателей цикличности экономического развития страны // Российское предпринимательство. - 2014. - № 24. - С. 270
19. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 05.10.2015) "О защите конкуренции" (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016)
20. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2015 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL://fas.gov.ru/about/list-of-reports/report.html?id=1653 (дата обращения 29 мая 2016 г.)
1. Грейсон Джексон К. младший, О'Делл Карла ." Американский менеджмент на пороге XXI века" [Электронный источник]. Режим доступа: URL: molgun-ru.1gb.ru/lib/knigi/MARKETING/amreikanc\_mened\_na\_gjhjut.htm (дата обращения 13 апреля 2016 г.) [↑](#footnote-ref-1)
2. Руднев В. Д. Политическая экономия (экономическая теория) [Электронный ресурс]: Учебник / Под общ. ред. д. э. н., проф. В. Д. Руднева. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. – С. 42 [↑](#footnote-ref-2)
3. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 05.10.2015) "О защите конкуренции" (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016) [↑](#footnote-ref-3)
4. Воронин А. Ю. Общая экономическая теория: Учебник / А.Ю. Воронин; Под общ. ред. А.Ю. Воронина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – С. 127 [↑](#footnote-ref-4)
5. Журавлева Г. П. Поздняков Н. А. Поздняков Ю. А. Экономическая теория. Микроэкономика: Учебник / Г.П. Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков. - М.: ИНФРА-М, 2013. – С.140 [↑](#footnote-ref-5)
6. Баликоев В. З. Общая экономическая теория: Учебник / В.З. Баликоев. - 16-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – С.122 [↑](#footnote-ref-6)
7. Журавлева Г. П. Поздняков Н. А. Поздняков Ю. А. Экономическая теория. Микроэкономика… С. 307 [↑](#footnote-ref-7)
8. Басовский Л. Е. Басовская Е. Н. Микроэкономика: Учебник / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 224 с. [↑](#footnote-ref-8)
9. Таблица составлена на основе материала, изложенного в учебнике Басовского Л. Е. Басовской Е. Н. «Микроэкономика», С. 224 [↑](#footnote-ref-9)
10. Никулина И. Н. Микроэкономика: Учебник / И.Н. Никулина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – С. 449-450 [↑](#footnote-ref-10)
11. Рудакова И. Е. Антипина О. Н. Вощикова Н. К. Экономическая теория. Вводный курс. Микроэкономика: Уч. / И.Е. Рудакова и др; Под ред. И.Е. Рудаковой - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – С. 357 [↑](#footnote-ref-11)
12. Никулина И. Н. Микроэкономика… 2013. – С. 319 [↑](#footnote-ref-12)
13. Архипова Л. С. Гагарина Г. Ю. Архипов А. М. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: Монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. - М.: ИНФРА-М, 2015 – С. 68-75 [↑](#footnote-ref-13)
14. Бойетт Д.Г., Бойетт Д.Т. Путеводитель по царству мудрости: Лучшие идеи мастеров управления. Пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2004. – 512 с. [↑](#footnote-ref-14)
15. Макконнелл К. Р., Брю С. Л., Флинн Ш. М. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Уч. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн. -Пер.19-e англ. изд. - М.: ИНФРА-М, 2013. – С. 496-498 [↑](#footnote-ref-15)
16. Большой юридический словарь. — М.: Инфра-М. А. Я. Сухарев, В. Е. Крутских, А.Я. Сухарева. 2003. [↑](#footnote-ref-16)
17. Нечаев А.С. Анализ основных положений формирования эффективной амортизационной политики промышленного предприятия // Бизнес, менеджмент и право. 2010. № 1 (21). С. 103105. [↑](#footnote-ref-17)
18. Антимонопольная политика в России / Т.В. Фитисова [и др.] // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук". – 2016. - №1-3. – С. 162-165 [↑](#footnote-ref-18)
19. Нечаев А.С. Модифицированная методика расчета чистого эффекта лизинга // Бизнес, менеджмент и право. 2009. № 3 (20). С. 75-78 [↑](#footnote-ref-19)
20. Прокопьева А.В. Идентификация и управление рисками инновационной деятельности предприятий // автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Иркутский государственный технический университет. Иркутск, 2014 [↑](#footnote-ref-20)
21. Родионова И.В: История экономических учений: учеб. пособие. [Электронный ресурс]- Владивосток: Мор. гос. ун.-т, 2010. – 31 с.: Режим доступа: http://www.aup.ru/books/i000.htm [↑](#footnote-ref-21)
22. По данным Доклада о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2015 год [↑](#footnote-ref-22)
23. Тяпкина М.Ф., Монгуш Ю.Д., Акимова И.О. Исследование показателей цикличности экономического развития страны // Российское предпринимательство. 2014. № 24 С. 4-14. [↑](#footnote-ref-23)