МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВПО «КубГУ»)**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

КОНКУРЕНЦИЯ, ЕЁ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА И РОЛЬ

В ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ЖИЗНИ СТРАНЫ

Работу выполнил\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Л.В.Чернов

(подпись, дата)

Факультет экономический

Направление 27.03.05 − Инноватика

Научный руководитель к.э.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.В. Аретова

(подпись, дата)

Нормоконтролер к.э.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.В. Аретова

(подпись, дата)

Краснодар 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1 Конкуренция, её сущность и значение 6

* 1. Понятие и условия возникновения конкуренции 6
  2. Виды и функции конкуренции 8
  3. Механизм ценообразования в условиях конкуренции 12

1. Место и роль конкуренции в хозяйственной жизни страны 14
   1. Поведение фирм в условиях конкуренции 14
   2. Государственное регулирование конкуренции в России 16
   3. Проблемы и перспективы конкуренции в России 23

Заключение 26

Список использованных источников 28

Введение

В системе рыночных отношений покупатели свободно обмениваются благами на многих конкурентных рынках. Конкуренция является механизмом, который решает все экономические проблемы общества.

Рыночный характер экономических отношений означает свободу выбора для покупателя и продавца. Механизм рынка действует через соотношение спроса и предложения, что предполагает необходимую подвижность цен, конкуренцию товаров и, значит, товаропроизводителей. Конкуренция - это неотъемлемая частью рыночной среды, необходимое условие развития предпринимательской деятельности.

Конкуренция возникла одновременно с товарным производством, однако лишь при капитализме она превратилась в главный рычаг рыночного регулирования общественного производства.

Конкуренция одновременно имеет и положительные и отрицательные стороны.

Позитивное влияние конкуренции на экономику заключается в следующем:

а) она способствует развитию научно-технического прогресса, постоянно заставляя товаропроизводителя применять лучшие технологии, рационально использовать ресурсы. Благодаря конкурентной борьбе вымываются экономически неэффективные производства, устаревшая техника, некачественные товары;

б) она чутко реагирует на изменение спроса, ведет к удешевлению издержек производства, тормозит рост цен, а в ряде случаев ведет к их снижению;

в) в известной мере выравнивает норму прибыли на капитал и уровень заработной платы во всех отраслях национальной экономики.

К числу негативных сторон можно отнести:

а) придает бизнесу определенную нестабильность, создает условия для безработицы, инфляции и банкротства;

б) ведет к дифференциации доходов и создает условия для их несправедливого распределения;

в) ее следствием может быть перепроизводство товаров и недогрузка мощностей в периоды производственных спадов.

В годы плановой экономики в нашей стране конкуренция не играла той роли, которая ей отводится при рыночных методах хозяйствования. С точки зрения организации плановой экономики концентрация производства в монополиях считалась наиболее эффективным способом хозяйствования, а конкуренция - источником хаоса и кризисов перепроизводства. Благодаря этому российская экономика превратилась не только в систему высокомонополизированных производств, но буквально в сумму гигантских промышленных натуральных хозяйств, самостоятельно обеспечивающих себя всем необходимым: от вспомогательного производства до социальной сферы. В конечном счете, всё это привело к низкой эффективности производства, чрезмерно высокому уровню затрат, и, в некоторых отраслях к глубокому технологическому отставанию от передовых научно-технических разработок.

С переходом России на рыночные методы хозяйствования роль конкуренции в экономической жизни общества значительно возросла.

Чем ожесточеннее конкуренция на внутреннем рынке, тем лучше национальные фирмы оказываются подготовленными к борьбе за рынки за рубежом, и тем в более выгодном положении оказываются потребители на внутреннем рынке и по уровню цен, и по качеству продукции. Ведь конкурентоспособная продукция должна иметь такие потребительские свойства, которыми бы она выгодно отличалась от сходной продукции других конкурентов. Поддержание конкурентной среды в РФ, как и во всех развитых странах в настоящее время, стало важной задачей государственного регулирования экономики. А значит, изучение конкуренции, ее роль в развитии рыночных отношений является в настоящий момент важнейшей задачей экономических исследований в нашей стране.

Целью данной работы является анализ конкуренции и выявление ее роли

в рыночной экономике России.

Предметом курсовой работы является рассмотрение конкуренции в хозяйственной жизни страны.

Объектом выступает конкуренция.

Задачами данной работы выступают следующие:

Обозначить понятие и условия возникновения конкуренции;

Изучить виды конкуренции;

Рассмотреть государственное регулирование конкуренции.

1. Конкуренция, её сущность и значение

Наиболее мощным фактором, диктующим общие условия функционирования того или иного рынка, является степень развития на нём конкурентных отношений.

Рыночной конкуренцией называется борьба за ограниченный спрос потребителя, ведущаяся между фирмами на доступных им частях (сегментах) рынка. Конкуренция это: а) соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. б) состязательная борьба между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынки сбыта, источники сырья и одновременно весьма действенный механизм регулирования пропорций общественного производства. Она порождается объективными условиями: хозяйственной обособленностью каждого производителя, его зависимостью от конъюнктуры рынка, противоборством с другими товаровладельцами в борьбе за покупательский спрос.

Но понятие конкуренции настолько многозначно, что оно не охватывается каким-либо определением. Это и способ хозяйствования, и такой способ существования капитала, когда один капитал соперничает с другим капиталом. В конкуренции усматривается как одна сущностная черта, свойство товарного производства, так и способ развития. Кроме того, конкуренция выступает в роли стихийного регулятора общественного производства.

1.1 Понятие и условия возникновения конкуренции

Конкуренция - это соперничество, экономическая борьба, состязательность между продавцами-производителями за право получения максимальной прибыли и между покупателями при покупке товаров за большую выгоду.

Конкурентная борьба способствует эффективному использованию ограниченных ресурсов. Ресурсы распределяются по отраслям и видам производства таким образом, чтобы продукция, полученная от этих ресурсов, приносила им прибыль. Она является регулирующей силой в условиях рынка. Адам Смит назвал ее «невидимой рукой» [16. C.33].

Конкуренция выполняет в рыночной экономике важнейшую функцию - она принуждает производителей учитывать интересы потребителя, а значит, и интересы общества в целом. В ходе конкуренции рынок из множества товаров отбирает только те, которые нужны потребителям. Именно их удается продать. Прочие же остаются невостребованными, и производство их сокращается. Конкуренция представляет собой конкретный механизм, с помощью которого рыночная экономика решает фундаментальные вопросы: что, как и для кого производить?

Конкуренция играет важную роль в рыночных отношениях. Она стимулирует развитие экономики и самих работников, деятельность самостоятельных единиц. Через нее товаропроизводители как бы контролируют друг друга. Их борьба за потребителя приводит к снижению цен, уменьшению издержек производства, улучшению качества продукции, развитию научно-технического прогресса.

Конкуренция представляет собой соперничество субъектов хозяйственной деятельности для достижения наиболее высоких результатов в своих интересах. Как экономический закон конкуренция выражает причинно-следственную связь между интересами субъектов хозяйствования и результатами в развитии экономики.

При наличии конкуренции на рынке производители постоянно стремятся снизить свои производственные затраты, чтобы увеличить прибыль. В результате повышается производительность, снижаются издержки и компания получает возможность уменьшить цены. Конкуренция также побуждает производителей улучшать качество товаров и постоянно увеличивать разнообразие предлагаемых товаров и услуг. Таким образом, производители вынуждены постоянно бороться с конкурентами за покупателей на рынке сбыта путём расширения и улучшения ассортимента высококачественных товаров и

услуг, предлагаемых по низким ценам. От этого выигрывает потребитель.

Основные условия возникновения конкуренции:

а) полная хозяйственная (экономическая) обособленность каждого това-

ропроизводителя;

б) полная зависимость товаропроизводителя от конъюнктуры рынка;

в) противостояние всем другим товаропроизводителям в борьбе за покупательский спрос.

Конкуренция - важнейший элемент рынка, играющий роль в повышении качества продукции, работ и услуг, снижении производственных затрат, в освоении технических новинок и открытий.

1.2 Виды и функции конкуренции

По методам осуществления конкуренцию можно подразделить на: ценовую и неценовую.

Ценовая конкуренция предполагает продажу товаров по наиболее низким ценам, чем у конкурентов. Снижение цены теоретически возможно либо за счёт снижения издержек производства, либо за счёт уменьшения прибыли. Мелкие и средние фирмы, чтобы удержаться на рынке, часто соглашаются на небольшую прибыль. Крупные предприятия могут себе позволить на некоторое время вообще отказаться от получения прибыли, чтобы с помощью дешёвой продукции разорить конкурентов и вытеснить их с рынка. Такой метод вытеснения конкурентов с рынка (метод конкурентной борьбы) известен также под названием "война цен". В последнее время интерес к ценовой конкуренции возродился в связи с внедрением технологий, позволяющих экономить ресурсы и, следовательно, снижать себестоимость.

Неценовая конкуренция основана на предложении товаров более высокого качества, с большей надёжностью и сроками службы, на использовании методов рекламы и других способов стимулирования сбыта. По отраслевой принадлежности различают: внутри- и межотраслевую конкуренцию. Внутриотраслевая конкуренция – это конкуренция предпринимателями , производящими однородные товары, за лучшие условия производства и сбыта, за получение сверхприбыли.

Внутриотраслевая конкуренция – это конкуренция предпринимателями,

производящими однородные товары, за лучшие условия производства и сбыта, за получение сверхприбыли.

Межотраслевая конкуренция – это конкуренция между предпринимателями, занятыми в различных отраслях производства, из-за выгодного приложения капитала, перераспределения прибыли. Поскольку на норму прибыли влияют разные объективные факторы, её величина в разных отраслях различна. Однако каждый предприниматель независимо от того, где применяется его капитал, стремиться получить на него прибыль не меньшую, чем остальные предприниматели (конкуренты). Это приводит к переливу капиталов из одних отраслей в другие: из отраслей с низкой нормой прибыли в отрасли с высокой нормой прибыли.

Конкуренцию также подразделяют на: совершенную (свободную) и несовершенную (монополистическую).

Для совершенной конкуренции характерна свобода от какой бы то ни было регламентации: свободный доступ к факторам производства, свободное ценообразование и т.д. При этой конкуренции никто из участников рынка не может оказать решающего влияния на условия реализации товаров.

Монополистическая конкуренция (несовершенная) главным образом отличается тем, что монополии имеют возможности влиять на условия реализации товаров.

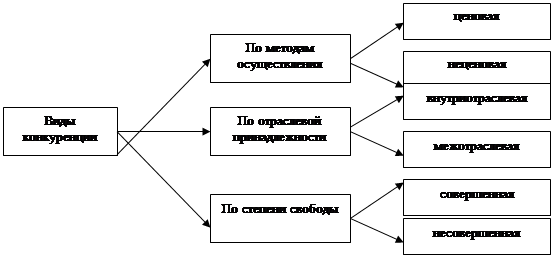
Конкуренция направляет ограниченные ресурсы в те отрасли и виды деятельности, на продукцию и услуги которых имеется спрос. Это называется аллокационной функцией или функцией размещения.

Инновационная функция конкуренции заключается в стимулировании внедрения достижений науки и техники, новых технологий, выпуска новых видов продукции и услуг, повышения качества продукции и услуг и т.д.

Функция конкуренции, заключающаяся в создании условий для получения доходов и прибыли наиболее успешными предприятиями и приводящая к

банкротству предприятия, чья продукция и услуги не востребованы потребите-

рис. 1

лем, называется распределительной.

Конкуренция является инструментом (средством), которое препятствует возникновению и существованию устойчивой монопольной власти на рынке. Например, монополист может назначить цену. В то же время конкуренция предоставляет покупателю возможность выбора среди нескольких продавцов. Чем совершеннее конкуренция, тем справедливее цена. То есть конкуренция обладает контролирующей функцией [4. C. 156].

Конкуренция способствует установлению равновесной цены, уравнению спроса и предложения. На чисто конкурентном рынке отдельные фирмы осуществляют незначительный контроль над ценой продукции, имеют настолько небольшую часть от общего объёма производства, что увеличение или уменьшение её выпуска не будет оказывать ощутимого влияния на цену товара. Производитель, равно как и покупатель, всегда должен ориентироваться на рыночную цену. Таким образом, конкуренция способствует достижению компромисса между продавцами и покупателями. Здесь можно отметить и то, что конкуренция создаёт тождество частных и общественных интересов. Фирмы и поставщики ресурсов, добивающиеся увеличения собственной выгоды и действующие в рамках остро конкурентной борьбы, одновременно как бы направляемые «невидимой рукой»- способствуют обеспечению государственных, или общественных интересов. [2. C. 57].

Конкуренция поддерживает общественно нормальные условия производства и реализации товаров и услуг. Она как бы подсказывает товаропроизводителям, сколько капитала они должны вложить в производство того или иного товара. Предположим, что один продавец затратил на производство какого-нибудь товара больше средств, чем другой. При такой ситуации, когда на рынке установится равновесная цена на данный вид товара, больше прибыли будет иметь последний продавец, то есть тот, кто произвёл товар по более низкой себестоимости. А при избытке данного вида товара произойдёт, как уже отмечалось, резкое падение цен, и продавец, затративший на производство много средств, понесёт убытки. Таким образом, конкуренция поддерживает нормальные для всего общества условия производства. Макконнелл отмечает, что «в условиях чистой конкуренции руководствующиеся мотивом прибыли предприниматели будут производить каждый товар до той точки, в которой цена и предельные издержки уравниваются». Из этого следует вывод, что в условиях конкуренции ресурсы распределяются эффективно.

Конкуренция стимулирует научно-технический прогресс и повышение эффективности производства. Так как конкуренция служит «уравнительницей» цен, то можно сделать вывод, что при рыночном соперничестве будет побеждать тот, кто имеет товары высокого качества и максимально низкой себестоимостью. А для этого необходимо постоянно обновлять условия производства, затрачивать большие капиталовложения на совершенствование техники. В настоящее время встречается много находчивых предпринимателей, которые готовы пойти на риск при производстве товаров с применением новой технологии. Следовательно, при развитии конкуренции с каждым годом повышается эффективность производства.

При противоборстве субъектов рынка усиливается их социально-эконо-

мическое расслоение. В конкуренции участвует множество мелких собственников, которые только начинают вести свою хозяйственную деятельность. Многие из них, не имея достаточного капитала, современных средств производства и других ресурсов, не могут выдержать этого соперничества и через некоторое время терпят убытки, разоряются. И лишь немногие из них наращивают свою экономическую мощь, расширяют предприятия и становятся полноправными и довольно значимыми и уважаемыми субъектами рынка.

1.3 Механизм ценообразования в условиях конкуренции

Существует не слишком много продукции или услуг, предложение которых не связано с эффективной конкуренцией. Даже тогда, когда у фирмы нет прямых конкурентов, как в случае выпуска принципиально новой продукции, обычно необходимо учитывать ту продукцию, которая может быть альтернативной или в какой-то степени заменяющей, а также перспективные разработки.

Поэтому долгосрочные монополии редко существуют вне сферы государственных предприятий, но возможны краткосрочные монополии, образовавшиеся на базе новой продукции, особенно тогда, когда используются новейшие технологии. Фирмы могут защитить себя на некоторое время от прямой конкуренции путем получения патентов, как это сделала фирма "Ксерокс" в области копирования на простую бумагу или фирма "Полароид" в области моментальной фотографии, однако, в конечном счете, конкуренция все равно вернется либо в результате истечения срока действия патента, либо конкурент найдет средства внедрения в рынок без нарушения патента. Краткосрочному монополисту необходимо рассматривать ценообразование скорее в контексте того свободного пространства, которое имеется для его продукции на рынке до возникновения конкуренции, чем в плане очевидной свободы действий, которой обладает настоящий монополист.

В большинстве случаев продукция конкурирует на базе её полезности и

ценности для покупателя в сравнении с многими другими видами продукции,

на которые прибыль или ресурсы могут быть израсходованы.

Вследствие этого цена действует как элемент конкуренции на трех уровнях: она помогает определить — будет ли товар куплен вообще (будет ли решение о покупке принято сейчас или позже); она помогает определить — каким из возможных альтернативных путей будут удовлетворены конкретные потребности, и, наконец, она помогает определить — продукция какого поставщика будет выбрана.

И нет ничего удивительного, что в большинстве случаев цена устанавливается и удерживается с учетом общего уровня и диапазона конкурентных цен. В более специальном смысле, ценообразование на основе конкуренции может стать само методом определения цены. Оно может осуществляться одним из двух главных путей:

1) установлением таких же цен, которые назначили все (или выбранная группа) конкурирующие поставщики, действующие на рынке и установившие свою собственную цену для занятия определенной позиции в диапазоне цен. Это может быть и "безопасное" ценообразование (цены находятся в середине диапазона), и "агрессивное" ценообразование (цены расположены на одном из концов диапазона);

2) приспособлением цен к ценам, установленным определенным конкурентом, с целью достижения паритета с ним или получения планируемых значений скидки или надбавки. Такой подход часто используется тогда, когда одна компания хочет добиться такого экономического превосходства на рынке, при котором и продавцы, и покупатели будут принимать ее цены как точку отсчета.

2. Место и роль конкуренции в хозяйственной жизни страны

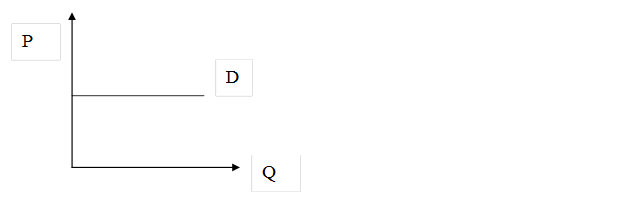
Конкуренция представляет собой соперничество субъектов хозяйственной деятельности для достижения наиболее высоких результатов в своих интересах. Поэтому конкуренция существует везде, где между субъектами возникает соперничество по обеспечению своих интересов. Как экономический закон конкуренция выражает причинно-следственную связь между интересами субъектов хозяйствования к соперничеству и результатами в развитии экономики.

При наличии конкуренции на рынке производители постоянно стремятся снизить свои производственные затраты, чтобы увеличить прибыль. В результате повышается производительность, снижаются издержки и компания получает возможность уменьшить цены. Конкуренция также побуждает производителей улучшать качество товаров и постоянно увеличивать разнообразие предлагаемых товаров и услуг. То есть производители вынуждены постоянно бороться с конкурентами за покупателей на рынке сбыта путём расширения и улучшения ассортимента высококачественных товаров и услуг, предлагаемых по более низким ценам. От этой борьбы выигрывает потребитель.

2.1 Поведение фирм в условиях конкуренции

Совершенно конкурентная фирма – это фирма, которая принимает цену за свою продукцию как данную, не зависящую от объема продаваемой продукции. Такую фирму называют прайстейкером – это влияет на спрос.

Спрос на продукцию отдельного продавца абсолютно эластичен и кривая имеет следующий вид:

Рис. 2

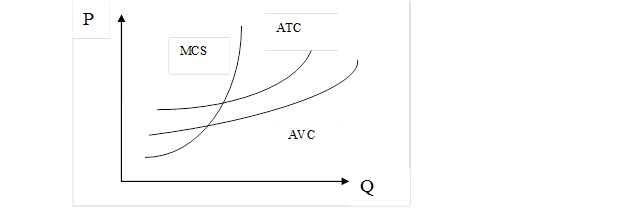
Цена в условиях совершенной конкуренции является постоянной для отдельной фирмы. Отраслевая рыночная кривая спроса является обычной нисходящей.

1. Валовая выручка продавца прямо пропорциональна количеству проданного товара.

2. Средняя выручка есть цена товара.

3. Предельная выручка есть цена товара, т.е. дополнительные единицы товара могут быть проданы по постоянной цене.

Кривая предложения совершенно конкурентной фирмы выражает функциональную зависимость объема предложения от изменения рыночной цены, т.к. фирма будет максимизировать свои прибыли или минимизировать свои убытки до точки равновесия МС=Р, т.е. эта функция предложения будет определяться кривой предельных издержек. Эта кривая в краткосрочном периоде будет иметь восходящий характер и совпадать с отрезком кривой предельных издержек, который лежит выше точки минимума средних переменных издержек.

рис. 3

Максимизация прибыли в краткосрочном периоде

В краткосрочном периоде объем производственных мощностей остается неизменным, а число фирм на рынке остается прежним.

Два подхода:

а) сравнение валового дохода и валовых издержек;

б) сравнение предельного дохода и предельных издержек.

Фирма максимизирует прибыль при таком объеме производства, когда валовой доход превышает валовые издержки на максимальную величину. Фирма будет минимизировать свои убытки при таком объеме продукции, при котором валовые издержки превышают валовой доход на наименьшую величину. Если нет производства, при котором валовой доход превышает переменные издержки, фирма будет минимизировать убытки в краткосрочном периоде путем закрытия. Фирма будет максимизировать прибыли или минимизировать убытки только в том случае, когда предельный доход равен предельным издержкам МR=MC=P (в точке, где цена равна предельным издержкам). При определенной фактической прибыли или избытка должны быть сопоставлены цены и средние валовые издержки.

В долгосрочном периоде число фирм на рынке может измениться за счет прихода в отрасль новых фирм. В результате объем предложения растет, цены снижаются и сокращается объем прибыли, получаемой каждым продавцом. Снижение цен и прибыли ужесточают конкуренцию и некоторые фирмы покидают отрасль, тогда объем рыночного предложения сокращается, а цены растут. Рост цен и получение экономической прибыли привлекут новых производителей. Процесс входа и выхода прекратится тогда, когда экономическая прибыль будет отсутствовать. Это случится, когда цена совпадет с минимумом долгосрочных средних издержек. Таким образом, в долгосрочном периоде экономическая прибыль совершенно-конкурентной фирмы будет равна 0.

Совершенная конкуренция не является прогрессивной в отношении развития новой производственной техники, т.к. она не благоприятствует совершенствованию имеющихся продуктов и созданию новых.

2.2 Государственное регулирование конкуренции в России

Реально сложившаяся практика экономической жизни в мире показывает, что рынок и конкуренция - главный механизм развития современной экономики, более мощный и действенный, чем любой иной фактор её движения. Эффективность функционирования рынка тем выше, чем активнее конкуренция и чем лучше условия для её проявления. Конкуренция требует определённого, желательно оптимального сочетания экономических, технологических и социальных предпосылок. Нарушение этого условия затрудняет проявление конкуренции и даже сводит её на нет. Итог - застой в экономике, снижение её эффективности, возможное падение жизненного уровня населения страны.

Положение о ФАС России приведено в соответствие с Федеральным законом «О защите конкуренции», пришедшим на смену Закону РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и Федеральному закону «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг».

Согласно постановлению ФАС России лишается надзорных функций в установленной сфере деятельности. Таким образом, служба по-прежнему будет принимать нормативные правовые акты и контролировать соблюдение антимонопольного законодательства, законодательства в сфере деятельности субъектов естественных монополий (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа), рекламы, а также в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных государственных нужд (за исключением товаров, работ, услуг по государственному оборонному заказу).

Кроме того, в соответствии с постановлением ФАС России больше не уполномочена устанавливать порядок определения доминирующего положения финансовых, лизинговых, страховых организаций и негосударственных пенсионных фондов. В то же время теперь она будет контролировать деятельность юридических лиц, обеспечивающих организацию торговли на рынках определенных товаров в условиях прекращения государственного регулирования цен (тарифов) на такие товары.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 28 марта 2008 г. № 217 «О внесении изменений в Положение о Федеральной антимонопольной службе» [9] ФАС наделена еще рядом новых полномочий: рассмотрение дел о нарушениях антимонопольного законодательства и законодательства о рекламе; внесение в лицензирующие органы предложения об аннулировании, отзыве лицензий на осуществление хозяйствующими субъектами, нарушающими антимонопольное законодательство, отдельных видов деятельности или о приостановлении действия таких лицензий; направление в федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг и ЦБР предложения о приведении в соответствие с антимонопольным законодательством принятых ими актов и (или) прекращении действий, в случае если такие акты и (или) действия нарушают антимонопольное законодательство.

Федеральный закон «О защите конкуренции» [15] уточняет круг соглашений, о которых финансовые организации должны уведомлять антимонопольный орган.

Права владения и пользования государственным и муниципальным имуществом могут быть предоставлены без проведения конкурсов и аукционов, если они предоставляются:

- на основании международных договоров РФ, федеральных законов, актов Президента РФ, решений Правительства РФ, решений суда, вступивших в законную силу;

- религиозным организациям в безвозмездное пользование культовых зданий и сооружений и иного имущества религиозного назначения;

- государственным органам, органам местного самоуправления, а также внебюджетным фондам, Центральному банку РФ.

Конкуренция - сердцевина современного рыночного механизма не только потому, что масштабы её проявления за последние десятилетия неизмеримо выросли. Главное в том, что конкуренция - это органичное свойство рынка, его неотъемлемая черта. Отсутствие «нормальной» конкуренции, её разрушительное либо, напротив, слабое проявление - чёткий индикатор явного неблагополучия на рынке, появления больших диспропорций в его развитии.

К примеру, «дефицитный рынок» ведёт к устранению или сводит к мини-

муму конкуренцию между производителями за покупателей, одновременно вызывая конкуренцию между покупателями за товар. Постоянно действующий «дефицитный рынок» можно лишь с оговорками назвать рынком. Такой рынок - порождение определённой системы хозяйствования, в условиях которой связанный по рукам и ногам рынок не в состоянии выполнить свои классические функции.

В советской экономической литературе наличие монополии и конкуренции связывалось исключительно с капиталистической системой [13. C. 17]. Считалось, что они выступают её типичными и существенными признаками. В исследованиях советских учёных подчёркивались негативные стороны и последствия указанных явлений. В командной экономике существование монополии отрицалось, а конкуренция, как способ реализации предприимчивости, не признавалась.

С середины 80-х годов ситуация резко изменилась. Переходная экономика требует действенных институтов и механизмов становления рыночных отношений, в системе которых монополия и конкуренция играют ведущую роль.

Рыночная конкуренция в нашей экономике была устранена с ликвидацией частной собственности. Тотальное огосударствление в советский период привело к исчезновению рынка и товарного производства, ликвидации одного из исходных условий возникновения конкуренции - обособленности свободных производителей как собственников средств производства и произведённого продукта.

Что же всё-таки необходимо в нашей стране для нормального функционирования рыночной экономики? В первую очередь - благоприятная конкурентная среда. Формирование конкурентной среды - сложный процесс с точки зрения практики и чёткости определения её содержания в экономической теории. Конкурентная среда может быть определена как исторически конкретная социально-экономическая структура общественного производства, особый тип социально-экономических отношений между субъектами и объектами. Она

обеспечивает товарно-денежный обмен, организованный по законам товарного

производства.

Конкурентная среда, как и рыночная экономика в целом - не стихия и не анархия. В своей основе она функционирует согласно строго рассчитанным целевым программам. Наличие такой среды характерно для рыночной экономики - особой фазы в развитии общественного производства. Известно, что не всякое товарное производство и рынок рождают рыночную экономику. Но всякая рыночная экономика базируется на высшем уровне развития товарно-денежного обращения.

Конкурентной среде предшествует становление конкуренции как таковой, т.е. формы взаимоотношений хозяйствующих субъектов в процессе реализации их индивидуальных интересов. При её отсутствии практически любой товаропроизводитель, даже не занимающий господствующего положения на рынке, обладает монопольной властью, возможностью диктовать потребителям свои условия.

Россия не избежала негативного воздействия отраслей - естественных монополий в условиях рынка. В российской промышленности на данный момент существуют четыре тысячи предприятий - монополистов и их продукция составляет 7% от общего числа. Из них естественных монополий - 500.

Примером естественных монополистов в России можно уверено считать прежде всего РАО «ЕЭС России», «Газпром» иМинистерство путей сообщения [4. C.18]. Их судьба вызывает очень острые и важные дискуссии.

Первый проект Закона «О естественных монополиях» был подготовлен сотрудниками Российского центра приватизации по поручению ГКАП РФ в начале 1994 г. После этого проект дорабатывался российскими и зарубежными экспертами и согласовывался с отраслевыми министерствами и компаниями (Минсвязи, МПС, Минтранс, Минатом, Миннац, РАО «Газпром», РАО «ЕЭС России» и др.). Против проекта выступили многие отраслевые министерства, однако ГКАП и Минэкономики удалось преодолеть их сопротивление.

В нашей стране сложился особый тип монопольного хозяйства, не

имеющий аналогов в мире. Причинами его появления были:

устранение рыночных условий хозяйствования вследствие игнорирования законов товарного производства;

свёртывание товарно-денежных отношений;

ликвидация конкуренции;

искусственная концентрация и узкая специализация производства;

преобладание централизма и бюрократии в управлении экономикой и др.

Антимонопольное регулирование - это система нормативных правовых актов, направленных на преодоление негативных сторон монополии, связанных с властью, позволяющих им подавлять сводную конкуренцию и контролировать цены.

Методы антимонопольного регулирования:

1.ограничение монополизации рынка;

2. постоянный государственный мониторинг;

3. запрещение установления монополистических цен;

4. сохранение и поддержание конкуренции всех цивилизованных фирм.

Антимонопольное законодательство - законодательно закрепленные основополагающие правила деятельности на рынке участников хозяйственного оборота, органов государственной власти и управления.

Основные цели антимонопольного законодательства - обеспечение благоприятных условий и стимулов для развития конкуренции в народном хозяйстве, снятие всех преград на пути ее активизации на правовой основе, позволяющей исключить монополистические действия центральных органов власти и управления, диктат участников хозяйственного оборота, а также определение правового режима регулирования ответственности за монополистические действия и за нарушение правил честной добросовестной конкуренции [5. C. 97].

Поскольку деятельность монополий носит антиобщественный характер, то защита свободной конкуренции и ограничение деятельности монополий являются одними из важнейших функций государства.

Государство борьбе с монополиями использует меры экономического и

административного характера.

Впрочем, как и в других областях современной российской экономики и политики, центральные власти, несмотря на юридическую справедливость своих требований, далеко не всегда оказываются в силах одолеть сопротивление местных властей.

В целом система антимонопольного регулирования в России находится пока в стадии становления и требует радикального совершенствования.

В 2006 г. в России был принят Федеральный Закон «О защите конкуренции», который определял организационные и правовые основы предупреждения, ограничения и пересечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции и направлен на обеспечение условий для создания и эффективного функционирования товарных рынков. В целях проведения государственной политики по ограничению монополистической деятельности создана Федеральная антимонопольная служба (ФАС), ФАС проводит государственную политику по развитию товарных рынков и конкуренции, по ограничению монополистической деятельности и пересечению недобросовестной конкуренции.

В 2008 году был принят Федеральный закон от 8 ноября 2008 г. N 195-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» [15]. В нем расширен перечень соглашений, о которых финансовые организации не должны будут направлять уведомление в антимонопольный орган. Так, в данный перечень вошли соглашения о расторжении ранее достигнутых соглашений, предварительные договоры, соглашения об изменении ранее достигнутых соглашений, не предусматривающие корректировку их существенных условий. Также не требуется уведомление о соглашениях, достигнутых в устной форме и с организациями, не являющимися финансовыми.

Права владения и пользования государственным и муниципальным имуществом теперь могут предоставляться без проведения конкурсов и аукционов, если они предоставляются: на основании международных договоров РФ, федеральных законов, актов Президента РФ, решений Правительства РФ, решений суда, вступивших в законную силу; религиозным организациям в безвозмездное пользование культовых зданий и сооружений и иного имущества религиозного назначения; государственным органам, органам местного самоуправления, а также государственным внебюджетным фондам, ЦБР; на срок не более тридцати календарных дней.

По результатам рассмотрения ходатайства о даче согласия на осуществление сделки, иного действия, подлежащих государственному контролю, антимонопольный орган вправе принять решение о продлении срока рассмотрения ходатайства, если сделка, иное действие, заявленные в ходатайстве, подлежат предварительному согласованию в соответствии с ФЗ «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства».

Также может быть принято решение об отказе в удовлетворении ходатайства, если в соответствии с этим ФЗ сделке (иному действию) отказано в предварительном согласовании.

Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.

Антимонопольная политика - это комплекс государственных мер (соответствующее законодательство, система налогообложения, разгосударствление и приватизация собственности, поощрение создания малых предприятий и пр.), направленных против мобилизации производства и на развитие конкуренции среди товаропроизводителей [1. C. 141].

2.3 Проблемы и перспективы конкуренции в России

В современной экономике происходят качественные изменения, связанные с глобализацией, неравномерностью развития, обострением конкурентной борьбы между странами, регионами и фирмами. Рыночная экономика, как система, сформировалась в результате образования общественных отношений, призванных регулировать конкурентное поведение экономических субъектов, обеспечивающих гарантии свободы экономической деятельности каждому из хозяйствующих субъектов. К числу существенных признаков рыночной системы следует отнести, прежде всего, конкуренцию и развивающиеся на ее основе конкурентные отношения. До тех пор, пока в экономической системе воспроизводятся условия конкуренции и соответствующие ей конкурентные отношения, рыночная система продолжает функционировать и динамично развиваться. С исчезновением конкурентных начал, перестает существовать и целостная рыночная экономика.

Никонец О.Е. в статье «Моделирование конкурентной позиции российского банковского рынка»отмечает, чтоконкуренция экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения разнообразных потребностей покупателей, каки монополия,образуют диалектическое единство, постоянно противостоят друг другу на рынке. В современных условиях, когда потребности общества непрерывно усложняются, производственные цепочки становятся глобальными, происходит переход от иерархического к сетевому взаимодействию, фирмы сталкиваются с ограниченностью ресурсов для самостоятельного выполнения всех необходимых дляобеспечения собственного функционирования видов деятельности, классический подход к определению конкуренции как к борьбе в значительной степени утратил свою актуальность. Это ведет к необходимости осмысления современной специфики конкуренции и ставит задачу поиска новых принципов развития и защиты конкуренции в России.

Хотя Россия в 2013 году, согласно индексу глобальной конкурентоспособности, поднялась в рейтинге с 67 до 64 места, это положение улучшилось во многом за счет низкого уровня государственного долга и сохраняющегося профицита бюджета. А по признаку -уровень развития конкуренции на рынках товаров и услуг˗ Россия продолжает занимать низкие места. В 2013 году страна по данному признаку находилась на 135 месте.

Проблемы,препятствующиеразвитию конкуренции в стране:

а) неэффективность функционирования товарных рынков: неэффективность рыночных механизмов, высокая степень монополизации рынков, высокие барьеры для торговли и инвестиций, значительная роль государства в экономике, административные барьеры, ограничивающие предпринимательство, чрезмерное налоговое бремя, неэффективные таможенные процедуры;

б) неразвитость институциональной среды: в соблюдении прав собственности, в том числе на интеллектуальную собственность, земельных прав и доступности покупки или аренды земли,коррупция и неправомерное влияние на бизнес, высокое бремя административного регулирования, неэффективная судебная система;

в) нестабильность и неустойчивость финансовогосектора: нестабильность банковской системы, неустойчивость банков, недоступность финансовых ресурсов для компаний, низкая операционная эффективность банков;

г) неразвитость российского бизнеса: низкая конкурентоспособность компаний, ограниченная развитость кластеров, доминирование продуктов с относительно низкой добавленной стоимостью, низкий уровень управленческих компетенций;

д) деградация образования, в особенности математического и естественнонаучного.

Таким образом, государство, учитывая современную специфику конкурентных отношений, должно изменить принципы антимонопольного регулирования новых процессов в современной экономике, в частности: перейти от структурного подхода к исследованию рынка для оценки необходимости антимонопольного вмешательства в деятельность хозяйствующих субъектов к структурно-поведенческому подходу (анализу структуры рынка и конкурентных действий хозяйствующих субъектов на этом рынке)[8].

Если решить эти проблемы, то в России появиться больше эффективных компаний, способных добиться успеха не только внутри страны, но и за её пределами.

Заключение

Проблема конкуренции изучается многими экономистами, как за рубежом, так и в нашей стране. Но лишь изучить это явление недостаточно. Важно еще и правильно применить полученные знания на практике. Проблема многих государств — выбрать наиболее приемлемую форму конкуренции для своего государства. Регулировать экономику или нет, какую форму конкуренции поощрять и т.д. Россия никак не может выйти из переходного периода, когда конкуренции фактически не существовало и прийти к рыночной. На мой взгляд, в России сейчас воцарился хаос. Наш переход от плановой экономики к рыночной осуществляется очень непоследовательно, скачками, и в таких условиях не может образоваться нормальная конкурентная среда. Государство передало часть своих монополий в частные руки, и получилось ещё хуже, чем было. Монополисты стали независимыми диктаторами на рынке. Государство пытается мешать монополизации рынков, но очень редко это оказывается действенно. Напротив, государство защищает свои товары, в том числе производимые и монополиями или олигополиями. Например, повышение пошлин на подержанные автомобили ограждает отечественных производителей авто от необходимости конкурировать. С одной стороны, государство заботится о своем производителе, но оно совершенно не подумало о последствиях такой бездумной протекционистской политики. Наши автомобили будут пользоваться большим спросом, но степень удовлетворенности понизится. Совершенно очевидно, что наши машины худшего качества по сравнению с импортными. И у производителей не будет особенного стимула повышать качество, так как продукция и так пользуется спросом.

Итак, конкуренция может рассматриваться как одно из важнейших понятий в экономической теории, и пренебрежение ею ведет к плачевным результатам.

Стоит заметить, что Россия обладает достаточным научно-производственным и кадровым потенциалом, богатейшими природными ресурсами (в четыре раза богаче США), чтобы разработать систему обеспечения конкурентоспособности страны, настойчиво и терпеливо, но неуклонно уходить с характерного для россиян 127 места в мире по конкурентоспособности. Если же в ближайшее время не начнется реальное создание условий для развития свободной конкуренции, для повышения конкурентоспособности России в целом, то вскоре можно будет ожидать еще большее снижение конкурентоспособности страны, а вместе с этим и дальнейшее снижение жизненного уровня населения, так как именно уровень развития конкуренции во многом определяет жизненный уровень населения каждой страны.

Список использованных источникоВ

1. Авдашева С.Б Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта /

Авдашева С.Б, С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.Н. // Экон. журнал ВШЭ. - 2007. - N 1. - 2007. - С.89-123.

1. Административно-управленческий портал [электронный ресурс]: Ю.Е. Кривонос/Конспект лекций. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009. Режим доступа-<http://www.aup.ru/books/m240/2_4_2.htm>
2. Базылев Н.И., Базылева М.Н. Экономическая теория: учебник для вузов. – 2-е изд., перараб. И доп. – М.: Норма, 2006. С.33
3. Борисов Е.Ф. Экономическая теория в вопросах и ответах: учебное пособие. - М.: Проспект, 2008. С.156
4. Вильсон Дж., Цапелик В.Е. Естественные монополии в России: история и перспективы развития системы регулирования.// Вопросы экономики, 1995, N 11.
5. Информационный бизнес портал [электронный ресурс].Режим доступа-<http://www.business-secret.ru/article/konkurentsiya_i_tsenoobrazovanie_162>
6. Кураков Л.П., Яковлева Г.Е. Курс экономической теории - М.: Гелиос АРВ, 2005.С.57
7. Научно-методический электронный журнал «Концепт»[электронный ресурс]: Ермоленко О.А., Никонец О. Е. Проблемы конкуренции в современных условиях России/ 2016. – Т. 11. – С. 121–125. Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2016/86028.htm>
8. Постановление Правительства РФ от 28 марта 2008 г. № 217 «О внесении изменений в Положение о Федеральной антимонопольной службе».
9. Приказ Федеральной антимонопольной службы от 13.10.2006 г. № 135

«Об утверждении Положения о территориальном органе Федеральной ан-

тимонопольной службы».

1. Приказ Федеральной антимонопольной службы от 17 января 2006 г. N 9 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел о нарушениях антимонопольного законодательства и иных нормативных правовых актов о защите конкуренции на рынке финансовых услуг».
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 30.06.2006 г. №331 «Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе».
3. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. - М.: Прогресс, 1986.
4. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов - М.: Эксмо, 2007.
5. Федеральный закон от 8 ноября 2008 г. N 195-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции».
6. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. - М., 1999. С.37
7. Юданов А.Ю Конкуренция: теория и практика - М.: Гном-Пресс, 2001
8. Янова В.В. Экономика - М.: Экзамен, 2005.