

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Кафедра теоретической экономики

зачтена к
зачету ✓
зачислен ✓
05.06.2018

КУРСОВАЯ РАБОТА

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Работу выполнил И.А. Артеменко 05.06.2018 Я.А. Артеменко
(подпись, дата)

Факультет экономический курс 1

Направление 38.03.01 – Экономика

Профиль Мировая экономика

Научный руководитель:

канд. экон. наук, доцент Е.А. Авдеева 05.06.2018 Е.А. Авдеева
(подпись, дата)

Нормоконтролер:

канд. экон. наук, доцент Е.А. Авдеева 05.06.2018 Е.А. Авдеева
(подпись, дата)

Краснодар 2018

зачтена к
зачету ✓
зачислен ✓
06.06.2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	2
1 Теоретические аспекты проблемы конкуренции и монополии.....	4
1.1 Понятие конкуренции и монополии	4
1.2 Экономическая роль конкуренции.....	6
1.3 Формы и методы конкуренции	8
1.4 Рынки совершенной и несовершенной конкуренции	11
2 Особенности деятельности монополий в рыночной экономике.....	16
2.1 Деятельность монополий в России	16
2.2 Антимонопольная политика в России	19
Заключение	23
Список использованных источников	25

ВВЕДЕНИЕ

Одним из важнейших факторов, повышающих эффективность экономической системы рыночного типа, является конкуренция: между предприятиями, организациями, предпринимателями. Это сильнейший способ непрерывного побуждения экономических субъектов к стремлению обойти конкурента, не отстать от него и не выбыть из игры за экономическое существование и процветание. Конкуренции противоречит монополия. Установление монополии подрывает конкуренцию и рыночные механизмы саморегулирования.

Центральным звеном саморегулирования рыночной системы является конкурентное ценообразование. Особенно актуальной эта проблема становится в условиях перехода к рыночной экономике. Ни для кого не секрет, что в условиях рынка коммерческий успех любого предприятия во многом зависит от правильно выбранной стратегии и тактики ценообразования на товары и услуги.

Главным инструментом, способствующим конкуренции, служат меры по демополизации структур в отдельных отраслях и видах производства, препятствующих захвату рынка монополистами, устанавливающим монопольные цены на производимые товары и получающие при этом монопольные прибыли и сверхприбыли. Необходимо отметить, что монополисты ещё и не пускают на рынок конкурентов из других отраслей, защищая его с помощью специальных барьеров и различных незаконных методов, и сговоров.

Вышеизложенное свидетельствует об *актуальности темы* работы. Экономика в России страдает от высокой монополизации, что привело к созданию в нашей стране министерства по антимонопольной политике и антимонопольного законодательства.

Главная цель, которая была поставлена в работе – исследование проблем конкуренции и монополизации в условиях современного рынка.

Исходя из цели, можно обозначить задачи курсовой работы:

– дать теоретическое обоснование конкуренции и монополии;

- выявить суть форм, видов и типов конкуренции и монополии, а также их взаимодействие;
- рассмотреть функции конкуренции в рыночной экономике;
- выделить особенности деятельности монополий в России и антимонопольной политики нашего государства.

Объектом работы является конкуренция как основной экономический инструмент, осуществляющий в экономической системе определенные функции, способствующий в экономической системе определенным функциям, способствующий достижению конкретных коммерческих целей.

Предмет данной работы – совокупность социально-экономических отношений, связей и процессов, характеризующих поведение экономических субъектов в процессе реализации конкурентной или монопольной стратегии предприятий.

Теоретическая база исследования – основные теоретические подходы, школы и концепции, раскрывающие сущность конкуренции и монополии их экономическое содержание и структурные элементы, точки взаимодействия.

Методологической базой исследования послужили выработанные экономической наукой методы и приемы научного исследования: общенаучные – историко-логические методы, наблюдений и сбора фактов.

Эмпирическая база исследования – учебники по экономическим дисциплинам, прежде всего, по экономической теории, маркетингу, монографии по проблеме исследования, публикации в периодических экономических изданиях, интернет-ресурс.

Структура курсовой работы представляет собой введение, две главы, заключение и список литературы.

1 Теоретические аспекты проблемы конкуренции и монополий

1.1 Понятие конкуренции и монополии

Термин «конкуренция» латинского происхождения. Переводится оно как «столкновение». Конкуренция – состязание между производителями товаров за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынка сбыта, источники сырья. Это весьма действенный механизм стихийного регулирования пропорций общественного производства.

По своему экономическому содержанию конкуренция – объективно обусловленная форма рыночного поведения хозяйствующих субъектов, состоящая в их деловом соперничестве.

В советское время конкуренция отвергалась по идеологическим мотивам, считаясь порождением капитализма, ее пороком. Конкуренцию оценивали как анархическую систему, вызывающую безмерное расточение общественных средств производства и рабочих сил.

Конкуренции противопоставлялось «социалистическое соревнование», которое превозносилось в качестве живительной силы общественного производства. На деле, неразвитость конкуренции привела к тому, что предприятия разучились делать товары высокого качества, уменьшили внимание к потребителю.

В рыночной экономике конкуренция выступает как движущая сила экономики и средство против застоя. Во-первых, это главный механизм, побуждающий к непрерывному совершенствованию производства. Угроза разорения и банкротства, в случае поражения в конкурентной борьбе, заставляет производителей проявить предприимчивость, вести разносторонний поиск резервов и эффективно их использовать. Во-вторых, конкуренция предполагает постоянное сопоставление индивидуальных издержек и результатов производства с рыночными, что стимулирует деловую активность, рассчитанную на опережение потенциальных конкурентов. В-третьих, конкуренция ориентирует на учет

потребностей рынка, как со стороны производителей, так и со стороны потребителей (гибкое реагирование на спрос и его качественное удовлетворение). В четвертых, конкуренцию следует воспринимать как средство экономического выживания в рыночной среде, обусловленного тем, что рассчитывать на успех можно лишь при достижении высокой конкурентоспособности.

Вместе с тем, конкуренция отражает противоречивость рыночных отношений. С одной стороны, она обеспечивает экономическую свободу, воспитывает предприимчивость, а с другой, представляет собой жесткую систему взаимоотношений. Одни обогащаются, другие теряют прибыль, разоряются.

Конкуренции противоречит монополия. Если конкуренция означает состязательность большого числа покупателей и продавцов, находящихся в равном положении, то монополия есть ограничение свободной конкуренции, преобладание на рынке отдельных крупных предпринимателей. Чем сильнее монополия, тем слабее конкуренция и наоборот.

Понятие «монополия» означает:

- 1) исключительное право, предоставляемое государству, предприятию, организации или физическому лицу на осуществление какой - либо деятельности;
- 2) крупные компании (фирмы, корпорации) и (или) их объединения (картели, тресты, концерны, консорциумы, конгломераты).

Монополии сосредоточивают в своих руках значительную часть производства и сбыта товаров и услуг, что позволяет им устанавливать господствующее положение на рынке и навязывать потребителю условия, вплоть до установления монопольной цены, являющейся основой монопольной прибыли.

Одна из причин появления и существования монополии состоит в таком соотношении между размерами рынка (предъявляемым спросом) и эффективной мощностью предприятия, которое требует существования нескольких или единственного производителя (например, автомобилестроение, энергетическое машиностроение т.д.), в отличие от рынков продукции, эффект масштаба производства которой явно не выражен (например, производство (хлебобулоч-

ных изделий и т.д.). Другими причинами могут быть природные (единственный источник сырья), технологические эксплуатация изобретения без передачи прав на его использование в течение определенного времени) и пр.

Монополия возможна лишь тогда, когда вход на рынок другим предприятиям представляется невыгодным или невозможным. Если на рынок входят другие предприятия, то монополия исчезает. Следовательно, наличие входных барьеров является обязательным условием возникновения и существования монополии.

Монополии достигают огромных размеров. Так, монополистическая корпорация «Дженерал Моторс» объединяет 90 автомобильных компаний, на которых работает 800 тысяч человек. В 2000г. продукция этой компании составила 130 млрд. долларов, заметно больше государственного бюджета России.

1.2 Экономическая роль конкуренции

Непреложным правилом рыночной экономики является стимулирование конкурентных отношений. Это обусловлено тем, что конкуренция представляет важную составную часть рыночного механизма. Когда говорят о «невидимой руке рынка», которая заставляет всех активно действовать, то, прежде всего, имеют ввиду конкуренцию (рисунок 1).



Рисунок 1 – Преимущества рыночной конкуренции [11]

Уровень конкурентоспособности товара определяется по ряду параметров. Технические параметры представляют собой техническую характеристику свойств товара, показывающих основные виды и области его применения. Экономические параметры показывают уровень расходов потребителя на приобретение и потребление товара. В расчет конкурентоспособности входят качество и стоимость товара, условия его поставки и транспортировки, соответствия требованиям моды, виды и формы платежей.

В общем виде конкурентоспособность товара исчисляется по формуле:

$$K = \frac{\text{ЭП}}{\text{ЦП}}, \quad (1)$$

где К – конкурентоспособность товара,

ЭП – эффект полезности,

ЦП – цена потребления товара, т.е. сумма затрат, включающая расходы покупателя по приобретению и эксплуатации товара. Если, скажем от использования купленного товара можно получить доход в размере 600 тысяч рублей, расходы на его покупку составили 150 тысяч рублей, а дополнительные издержки по его потреблению оказались равными 50 тысяч рублей, то конкурентоспособность оказалась достаточно высокой – доход трижды превысил затраты.

$$\left(\frac{600}{150 + 50} = 3 \right)$$

Оценка конкурентоспособности товара включает три стадии:

1 Анализ рынка и выбор наиболее конкурентоспособного товара - аналога в качестве базы для сравнения.

2 Определение набора сравниваемых параметров обоих товаров.

3 Расчет обобщающего показателя конкурентоспособности товара, основанный на сравнении его параметров с параметрами аналога, наиболее полно отражающими потребности потребителей.

Со своей стороны, потребитель может воспользоваться конкурентным

листом. В этом документе содержатся основные сведения о ценах и условиях реализации предлагаемых ему товаров. Конкурентный лист облегчает выбор покупки.

Отличают конкурентоспособность сделки. Она касается определения условий контракта и включает сравнительные показатели, характеризующие степень выгоды приобретения.

Различают три вида конкурентного товаропроизводителя:

1) Приспособленческое поведение, направленное на улучшение производства, силу того, что этим занят конкурент.

2) Обеспечивающее поведение, связанное с закреплением достигнутой на рынке прочной позиции на более длительный срок.

3) Новаторское поведение, когда расчет делается на экономическую победу над конкурентом за счет технических, технологических, организационных и управленческих новшеств.

Конституция РФ гарантирует поддержку экономической конкуренции вместе с экономической свободой. Сейчас для страны важно достигнуть высокую конкурентоспособность экономики и государства на фоне других экономик и государств. В бизнесе необходима ориентация на лучшие мировые образцы.

1.3 Формы и методы конкуренции

Конкуренция принимает различные формы и методы. По формам проявления конкуренция бывает отраслевая и межотраслевая. В ходе отраслевой конкуренции соперничество происходит на основе сопоставления одноименных товаров. Действия конкурентов происходят внутри отрасли и направлены на завоевание рынка за счет уменьшения цены на продукцию, улучшения внешнего вида товара, усиления рекламы.

При межотраслевой конкуренции упор делается на более выгодное вложение капитала. Борьба идет за занятие места в той отрасли, в которой обеспе-

чивается высокая прибыль. Особое внимание обращается на вложения в новые перспективные отрасли.

Широко используются методы ценовой и неценовой конкуренции. Ценовая конкуренция прибегает к использованию цен для вытеснения конкурентов. Если ставится цель завоевания рынка, то, чаще всего, прибегают к снижению цен. Для увеличения прибыли пользуются повышением цен

Рыночная практика породила ряд вариантов конкурентных цен:

1 Переменные цены, меняющиеся в зависимости от поведения потребителей на рынке.

2 Гибкие цены, применяемые в торговле с каждым в отдельности покупателем.

3 Престижные цены, устанавливаемые для особо престижных товаров на высоком уровне.

4 Лидерные цены, являющиеся заведомо сниженными, вводимые для выделения данного товара в сознании массового покупателя с тем, чтобы завоевать лидерство в данном сегменте рынка.

5 Качественные цены, соответствующие каждому уровню качества товара.

При ценовой конкуренции применяются, разного рода скидки с цены. Они могут устанавливаться за закупку товара оптом и постоянное партнерство. Иногда применяется демпинг-продажа по бросовым ценам с целью вытеснить конкурента с рынка: Однако во многих странах на демпинг наложен запрет, поскольку он нарушает цивилизованную конкуренцию,

Неценовая конкуренция сводится к использованию методов соперничества, связанных не с ценами, а с удовлетворением запросов потребителей рынка. Она предполагает:

- 1) придание товару качественно новых свойств;
- 2) создание новой продукции для удовлетворения имеющихся потребностей;
- 3) создание новой продукции для удовлетворения не существовавших до

этого момента потребностей;

4) улучшение и увеличение количества услуг, сопутствующих реализации и потреблению товара (реклама, демонстрация, гарантийный ремонт).

Следовательно, неценовая конкуренция затрагивает по большей части качество и ассортимент товара, связана с новой технологией. Быть конкурентоспособным – это прежде всего забота о качестве товара. Главным показателем качества является уровень качества товара и его внешний вид. При низком уровне качества все остальные потребительские свойства теряют смысл.

Конкуренция может проявляться в прямом и косвенном видах. Прямая конкуренция отличается открытостью. Например, товаропроизводитель широко оповещает потребителей о снижении цен. В отличие от этого Косвенная конкуренция характеризуется скрытостью. Например, на рынке появляется новый товар с улучшенными потребительскими качествами при сравнительно незначительном увеличении цен,

Разграничивают совершенную (свободную) и несовершенную (ограниченную) конкуренцию. Первая из них преобладала в рыночных условиях XIX в. В настоящее время для рынка характерна несовершенная конкуренция (рисунок 2).

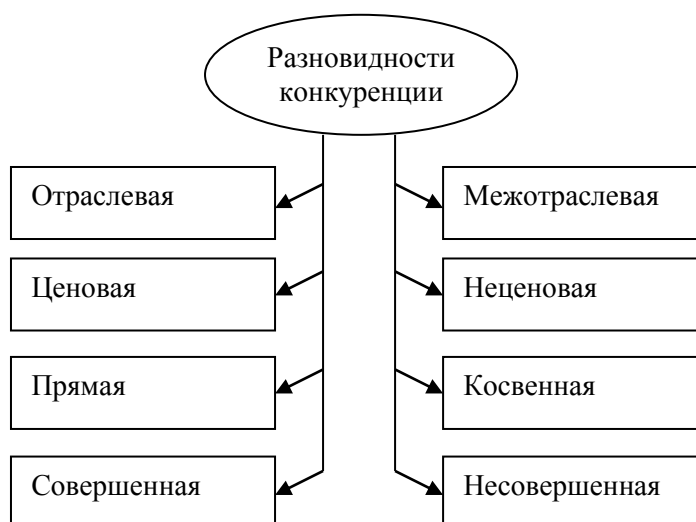


Рисунок 2 – Формы и методы конкуренции [9]

1.4 Рынки совершенной и несовершенной конкуренции

Взаимодействие между конкуренцией и монополией предопределяется состоянием рыночных структур. По-разному складывается ситуация на рынках совершенной и несовершенной конкуренции.

К рынку совершенной конкуренции относят такой тип рыночной структуры, когда для конкуренции раскрываются наиболее широкие возможности. Нередко его называют рынком свободной или чистой конкуренции. Для него характерны следующие признаки:

- 1) на рынке множество покупателей и продавцов, и ни один из них не может повлиять на рыночную конъюнктуру;
- 2) для продажи предъявляются одинаковые товары и услуги;
- 3) все продавцы и покупатели обладают одинаковой и полной информацией о рынке;
- 4) продавцы не вырабатывают общую стратегию;
- 5) обеспечен свободный вход в отрасль и свободный выход из отрасли.

Свободный вход в отрасль означает, что каждый может начать предпринимательскую деятельность в той или иной отрасли без ограничений. Никаких санкций на открытие бизнеса не требуется. Весь расчет строится на том, что открывается долгосрочная возможность извлекать прибыль. Важно, чтобы производственные ресурсы были мобильными и пригодными к широкому применению. Это дает инвесторам свободу выбора отрасли для капиталовложений в расчете на получение более высокой прибыли.

Свободный выход из отрасли предполагает, что предприниматели могут прекратить свою деятельность в любой момент. Их нельзя заставить оставаться в отрасли, если они перестанут получать прибыль. В этом случае тоже важно, чтобы производственные ресурсы были мобильными, дающими возможность перевести капитал в другую отрасль.

При совершенной конкуренции товаропроизводитель продает товаров столько, сколько он хочет и может продать, но рыночная цена остается неизменной.

На рыночную цену товаропроизводитель повлиять не может. Он принимает цену такой, какой она сложилась. На рынке, совершенной конкуренции цена является заданной величиной: отдельный участник рынка никакого прямого воздействия на цену не оказывает. Если продавец запросит более высокую цену: покупатели перейдут к его конкурентам. Если он запросит более низкую цену, он не удовлетворит весь спрос, так *как* его доля товара на рынке не велика. Не сможет изменить цену, и покупатель Приспособление к рынку выразится в объеме продаж и объеме покупок. В этих условиях конкуренция проявляется в виде повышения объема продаж, роста эффективности производства или применения новинок науки и техники.

Современный капиталистический рынок, как уже сказано, представляет собой рынок несовершенной конкуренции. Он обуславливает появление новых черт в поведении товаропроизводителей и формировании рыночного равновесия.

Под рынком несовершенной конкуренции понимают такое состояние рыночных отношений, когда конкуренция носит ограниченный характер, испытывает давление монополистических сил, сочетается с проявлениями монополизма.

В качестве признаков рынка, несовершенной конкуренции можно назвать следующие моменты:

- 1 возможность ограничения при входе в рынок и выходе из него;
- 2 ограниченно число покупателей и продавцов;
- 3 доступ к информации ограничен;
- 4 товары, продаваемые на рынке, могут быть дифференцированы или уникальны;
- 5 отдельные рыночные агенты имеют возможность оказывать влияние на масштабы производства.

Если при совершенной конкуренции отмечается власть рынка над товаропроизводителями, то при несовершенной конкуренции появляется возможность властвовать над рынком.

Предприниматель, чтобы захватить контроль над предложением и над ценой, стремится создать продукт, который хоть чем-то отличается (дифференцируется) от товара конкурента. Каждая фирма, добившись некоторой дифференциации своего продукта, становится монополистом на рынке его сбыта. Но такая монополия не является чистой, законченной; она не уничтожает конкуренцию, ибо производителей различных сортов данного продукта много и их продукты при всем различии способны замещать друг друга, являются субститутами. Налицо своеобразное сочетание монополии и конкуренции.

Следующей ступенькой к дальнейшей монополизации производства является олигополия. В этом случае на рынке господствует несколько крупных фирм.

Олигополия подразделяется на два вида:

- 1) олигополия, представленная производством одних и тех же товаров;
- 2) олигополия, при которой производятся дифференцированные, но схожие товары

Во взаимодействии между конкурентами применяется принцип ценового лидерства. Это неофициальный метод установления цен: одна фирма (лидер) объявляет об изменении цены, а другие фирмы следуют за ней и тоже объявляют об аналогичном изменении цены.

По степени ценового влияния на рынок выделяют следующие типы конкурентов:

- 1 лидеры, имеющие 40-процентную долю на рынке;
- 2 претенденты на лидерство, доля которых на рынке доходит до 30 процентов;
- 3 «ведомые» с 20-процентной долей на рынке;
- 4 новички, действующие в рыночных нишах и имеющие 10 процентную долю на рынке.

Высшей ступенью конкурентного несовершенства является чистая монополия. Ее не следует смешивать с монополистической конкуренцией. Если эта последняя отображает рыночную структуру, состоящую из множества мелких фирм, выпускающих дифференцированную продукцию и характеризующуюся свободным входом в отрасль и выходом из нее, то чистая монополия представлена одной фирмой на всю отрасль, которая контролирует рынок своих товаров, диктует условия рынку, оказывает сильное влияние на цены (таблица 1).

	количество и размеры фирм	Характер продукции	Условия входа и выхода	Доступность информации
Совершенная конкуренция	Множество мелких фирм	Однородная продукция	Никаких затруднений	Равный доступ ко всем видам информации
Монополистическая конкуренция	Множество мелких фирм	Разновидная продукция	Никаких затруднений	Некоторые затруднения
Олигополия	Число фирм невелико, есть крупные фирмы	Разнородная или однородная продукция	Возможны отдельные препятствия	Некоторые ограничения
Чистая монополия	Одна крупная фирма	Уникальная продукция	Практически непреодолимые барьеры на входе	Некоторые ограничения

Таблица 1 – Рыночные структуры [13]

Перечисленные виды монополизма не исчерпывают все рыночные структуры. Например, может возникнуть дуополия, при второй на рынке функционирует два товаропроизводителя. Кроме того, монополизм проявляется со стороны покупателей. Так, рыночная структура с одним крупным покупателем выступает в виде монопсонии, с двумя крупными покупателями — как дуополия, с несколькими крупными покупателями — как олигопсония. Встречается двусто-

ронная монополия. Она выражена противостоянием единственному продавцу (монополисту) со стороны единственного покупателя (монополисты).

2 Особенности деятельности монополий в рыночной экономике

2.1 Деятельность монополий в России

В нашей стране имеет место высокий уровень монополизма. Его особенность состоит в том, что в России он выступает в двух специфических видах:

1 Производственный монополизм – это монополизм, при котором практически вся продукция данного рода выпускается на крупных и крупнейших предприятиях соответствующей отрасли;

2 Ведомственный монополизм – это монополизм, основанный на отчуждении прав у непосредственных производителей товаров и услуг и делегировании их управляющим структурам.

В России в 1994 году «Государственная программа демонополизации экономики и развития конкуренции на рынках Российской Федерации» обозначила три категории монополий в России: естественные, разрешенные и временные. В естественную монополию попали такие отрасли, как электро- и теплоэнергетика, газовая промышленность, железные дороги, нефтепроводы, системы водоснабжения и канализации.

Крупными монополистами в этих сферах являются компании «Газпром», РАО «ЕЭС России», «Росэнергоатом», МПС.

В категорию разрешенные монополии попали отрасли оборонной промышленности, фирмы по производству ликероводочной продукции, табачных изделий и лекарств, экспорт пушнины, золота.

Последствиями монополизации экономики является:

- 1) Перекладывание издержек на потребителей, которые не в состоянии оказать обратное влияние на производителя
- 2) Низкое качество предоставляемых услуг.
- 3) Застой и отсутствие технического прогресса.
- 4) Обеднение населения.
- 5) Неоптимальное распределение ограниченных ресурсов общества

«Хозяева рынка» могут навязывать ему объем продаж и уровень цен, обеспечивающий им наибольшую выгоду даже в том случае, если они используют ресурсы не лучшим образом, а их затраты выше чем у других. Тогда механизм цен перестает работать как регулятор наилучшего распределения ресурсов – наибольший объем этих ресурсов достаётся не фирме с самыми низкими затратами, а «хозяевам рынка». При этом более сильный продавец вынуждает покупателя переплачивать за товар. Кроме того, монополисты защищают себя от вторжения конкурентов с помощью специальных барьеров: естественных (например, редкие природные ресурсы), юридических (лицензии и патенты) и экономических. Еще они могут применять различные незаконные методы и сговоры.

Хозяйственная практика естественных и временных монополий в России наиболее негативно влияет на развитие отечественной экономики, раскручивая моховик инфляций. В связи с этим, например, в отраслях с естественной монополией свобода рыночного поведения в России – прежде всего, свобода ценообразования – ограничивается, и ей на смену введено государственное экономическое управление. И временные и естественные монополии являются предметом особого внимания Антимонопольного комитета Российской Федерации.

Большинство отечественных предприятий пока, к сожалению, проигрывают зарубежным конкурентам по соотношению цена – качество при сравнении аналогичных товаров, так как российские товары в перерасчете на сопоставимый уровень качества стоят дороже зарубежных. А появление на нашем рынке более качественных и относительно более дешевых товаров, конечно, выгодно для покупателей. Т, следуя рационально, российские покупатели будут покупать именно зарубежные изделия. Наше государство, однако, не может допустить вторжение на внутренний рынок больших партий зарубежных товаров, так как не только отечественные фирмы, включая монополии, но и целые отрасли национальной экономики могут потерять рынок. А это грозить взрывом безработицы, справиться с которой у страны может быть недостаточно сил и средств.

Монополизм в нашей стране особого рода и не имеет аналогов в мировой практике. Главными его особенностями являются прежде всего:

1 Отличный способ зарождения монополизма. Российские предприятия, именуемые монополиями, сформировались не в результате конкурентной борьбы, а в результате передачи собственности от государства – монополиста в руки частных собственников.

2 Очень распространено такое явление как «локальный» монополизм. Отдельные предприятия в регионах оказываются в положении монополистов из-за ненасыщенности рынка.

3 Значительное влияние олигополии на отечественную экономику.

4 Основная масса монополистов сосредоточенна в сырьевом секторе экономики.

5 Особое и значительное место в экономике занимают естественные монополии.

6 Ценовые злоупотребления. Предприятия-монополисты злоупотребляют своим особым положением, устанавливая либо монопольно высокие, либо монопольно низкие цены. Сейчас в России практикуются монопольно высокие цены.

Хорошо зная законы экономики, и понимая, что наиболее действенным методом улучшения здоровой конкурентной ситуации на внутренних рынках России является максимальное их открытие для товаров зарубежных фирм. Правительству РФ приходится, то открывать внутренний рынок для поставок зарубежных товаров, чтобы заставить все российские предприятия, включая монополистов, улучшать качество и снижать цену на свои товары, то снова «прикрывать дверь», чтобы не допустить полной гибели отечественной промышленности.

Тем не менее, конституция Российской Федерации гарантирует поддержку экономической конкуренции вместе с экономической свободой.

2.2 Антимонопольная политика России

Карл Маркс и его последователи считали, что непобедимый монополизм разъест изнутри экономику рыночного типа и его срочно надо заменить на плановое государственное хозяйство под названием «социализм».

В свою очередь, Джоан Робинсон в авторской книге «Теория несовершенной конкуренции» (1933г.) считала, что увеличение масштабов производства в одной форме (концентрацией выпуска товара) явление экономически рациональное, так как, чем больше масштабы выпуска, тем ниже затраты на каждую единицу товара – эффект масштаба. Однако, по ее мнению, экономическая рациональность монополии для отдельной фирмы не окупает вреда, наносимого стране в целом таким нарушением нормального рыночного механизма, поэтому в несовершенной конкуренции и монополии она видела причину периодических кризисов сбыта товаров, безработицы и других болезней современной рыночной экономики.

И сегодня Россия, как и большинство стран мира, пришла к пониманию необходимости борьбы с монополией. Так в составе Правительства России появилось новое министерство – по антимонопольной политике и антимонопольное законодательство – законы, запрещающие практику и рост монополий.

Самые первые антимонопольный закон – закон Шермана (1890г.), был взят за образец в России ещё в 1908г., однако, организации российских предпринимателей встретили проект закона негативно и сорвали его принятие.

Только в 1991 г. Был принят Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Этот закон запрещает ущемление интересов участниками рынка, монопольные сговоры, недобросовестную конкуренцию и т.д. Контроль, за исполнением закона, осуществляет государственный комитет по антимонопольной политике, который при нарушении требований от монополиста вправе расторгнуть любой хозяйственный договор, потребовать от монополиста возместить причиненные его действиями убытки, наложить на виновника штраф в размере до 1 млн. рублей.

Основой антимонопольного законодательства выступает Конституция РФ, ст. 8 которой гарантирует единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг, финансовых средств, поддержку конкуренции, свободу экономической деятельности. Ст. 34 Конституции прямо запрещает экономическую деятельность, направленную на монополизацию и недобросовестную конкуренцию

Монополистические корпоративные объединения широко представлены в российской экономике. Наше государство разрабатывает активные меры борьбы безраздельным господством монополий на рынках страны.

Первая группа мер – административно-правовое воздействие в виде:

- 1) Запрета монополий в какой-либо отрасли хозяйства
- 2) Роспуск существующих монополий
- 3) Принудительное расчленение монополий на ряд самостоятельных производств

Вторая группа мер – административно-экономическое воздействие, направленное на:

- 1) Преследование государством торговцев, осуществляющих ценовую дискриминацию (завышение цен, не обусловленное издержками производства);
- 2) Преследование торговцев, осуществляющих фальсификацию товаров путем использования рекламы;
- 3) Запрещение внеэкономического воздействия на контрагентов путем сговора с целью оказания совместного влияния на изменения рыночной ситуации.

Третья группа мер – экономическое воздействие, проводимое государством:

- 1) Использование разных приемов введения налоговой политики. Которое вынуждает монополии назначать цены на выпускаемую продукцию, близкие к условиям свободной конкуренции;

2) Поощрение выпуска товаров – субституттов, т.е. товаров – заменителей. Разнообразие товаров личного и производительного потребления снижает спрос на товары монопольного производства;

3) Расширение рынка за счет международных экономических связей и увеличения импорта; распространение научных и технологических знаний.

Для регулирования деятельности естественных монополий в 200 г. Был создан Единый тарифный орган ЕТО. Эта организация, подчинённая Правительству РФ, устанавливает цены на электро- и теплоэлектрическое управление.

Современное российское законодательство также накладывает запрет на установление монопольно низких и монопольно высоких цен, создание дефицита путем изъятия товара из обращения и навязывание контрагентам условий, который невыгодны для них.

По отношению к временным монополиям наше государство намеренно осуществлять следующие меры:

1 Запретить формирование финансово – промышленных групп, способных захватить доминирующее положение на местных товарных рынках отдельных регионов страны;

2 Запретить уже существующим финансово – промышленно группам включать в свой состав предприятия, занимающие доминирующее положение на местных товарных рынках отдельных региона страны;

3 Поощрять импорт взаимозаменяемых товаров з соседних регионов, а также стран ближнего и дальнего зарубежья. Чтобы ослабить доминирование монополистов на рынке;

4 Проводить принудительное разукрупнение фирм – монополистов с создание на их основе нескольких независимых и конкурирующих фирм;

5 Поощрять новое строительство, а также создание малых фирм, если это может помочь снижению степени монополизации рынка.

Главная сложность в применении антимонопольного законодательства и по сей день заключается в том, чтобы правильно определить те действия, которые могут негативно повлиять на состояние конкуренции. Предприниматели не могут нормально функционировать на рынке без понимания того, какие действия попадают под антимонопольный запрет.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании вышеизложенного хочется отметить, что конкуренция оживляет и стимулирует бизнес, повышая его эффективность, являясь основой механизма саморегулирования рыночной экономики. Рыночная конкуренция имеет определенные преимущества: обеспечивает свободу выбора и действий потребителей и производителей, нацеливая последних на повышение качества товаров и услуг, способствует эффективному использованию ресурсов и новых технологий в производстве, стимулирует гибко и своевременно реагировать производителей на спрос. Однако, не все так гладко и недостатки имеют место быть. Рыночная конкуренция отрицательно сказывается на защите окружающей среды, не гарантирует права на труд, доход, на отдых, не препятствует социальному неравенству, не обеспечивает развития производства товаров и услуг коллективного пользования, системы общего образования и многих элементов городского хозяйства. Более того, в процессе развития конкуренция порождает свою противоположность – монополизм. Это обусловлено тем, что конкуренция создает предпосылки для усиления конкуренции, централизации и возникновения на этой основе монополистических объединений. Отчасти можно согласиться с мнением Йозефа Шумпетера, который в своей знаменитой книге «Теория экономического развития» (1911г.) утверждал, что время старых монополий, основанных на исключительных правах на какие-то ресурсы, прошло и на смену им пришли новые монополии, основанные на техническом прогрессе и их он назвал эффективными и полезными обществу.

Именно монополии обеспечивают наивысшую экономию за счет роста масштабов производства, привлекают более квалифицированную рабочую силу и применяют более совершенную организацию производства, имеют материальные возможности для разработки и внедрения новых научно-технических достижений в производстве.

Монополизм, тем не менее, занимая господствующее положение на рынке, через механизм ценообразования ведет к появлению негативных процессов,

связанных с застойными явлениями в применении новых технологий и с перекачиванием доходов общества в свою пользу через монопольные цены и получением монопольной, прибыли, что порождает социальную несправедливость в обществе.

К сожалению, в России в силу общеэкономических причин: высокий уровень налогов, дефицит качественного сырья и комплектующих, дороговизна нового оборудования и отсутствия у населения начального капитала для коммерческой деятельности, высок процент монополизации многих отраслей. Это в значительной степени тормозит развитие отечественной экономики. Преодоление этих нежелательных явлений осуществляется с помощью государственного регулирования путем разработки правовых условий функционирования рыночной системы, которые ограничат монополизм там, где он деформируется конкурентное ценообразование. С этой целью принимаются специальные законы и создаются государственные органы, препятствующие действия монополий.

Сейчас для страны важно достигнуть высокой конкурентоспособности экономики и государства на фоне других экономик и стран ближнего и дальнего зарубежья. В бизнесе необходима ориентация на лучшие мировые образцы. Расчеты ведущих экономистов России показывают, что отечественные товары через несколько лет могут стать конкурентоспособными в условиях добросовестной цивилизованной конкуренции на мировом рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Алейникова, А. И. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / А. И. Алейникова, И. В. Гелета // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 11
- 2 Арментано, Д. Т. Антитраст против конкуренции / Д. Т. Арментано. – М.: ИРИСЭН, 2016. – 432 с.
- 3 Белоус, Т. Я. Международные промышленные монополии / Т. Я. Белоус – Мысль-М, 2016. – 280 с.
- 4 Белоусова, Н. И. Вопросы теории государственного регулирования и идентификации естественных монополий / Н. И. Белоусова, Е. М. Васильев – КомКнига-М, 2016. – 320 с.
- 5 Белоусова, Н. И. Практика проведения реформ и теоретические модели государственного регулирования естественных монополий / Н. И. Белоусова – моногр.; Либроком-М, 2016. – 112 с.
- 6 Вохмянин, И. А. Конкурентная среда в экономике – отечественные и зарубежные подходы к формированию / И. А. Вохмянин // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2015. – № 6. Ч. 2
- 7 Гриднев, П. Н. Теоретические подходы к изучению понятия «естественная монополия», экономические и правовые условия ее существования / П. Н. Гриднев, С. А. Фролов // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 3
- 8 Десятниченко, Д. Ю. Государственное регулирование деятельности естественных монополий: опыт России и зарубежных стран / Д. Ю. Десятниченко, О. Ю. Десятниченко // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 12
- 9 Кажуро, Н. Я. Конкуренция как механизм рынка / Н. Я. Кажуро // Наука и техника. – 2015. – №4 – С. 77-84.

10 Корнева, М. А. Конкуренция в рыночных отношениях в развивающейся российской экономике / М. А. Корнева, О. Н. Прошкина // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2015. – № 2

11 Кравчук, Д. И. Роль естественных монополий в экономике России / Д. И. Кравчук, В. И. Кравчук // Молодой ученый. – 2015. – №2. – С. 270-272.

12 Сагирян, Р. Е. Открытость экономики и конкурентоспособность / Р. Е. Сагирян // Современные научные исследования и инновации. – 2015. – № 9. Ч. 1

13 Конкуренция на экономических рынках / А. С. Селиверстов [и др.] // Молодой ученый. – 2017. – №6. – С. 291-293.

14 Старкова, Н. О. Естественные монополии в РФ / Н. О. Старкова, А. С. Табакова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2015. – № 7

15 Супрун, В. А. Интеллектуальный капитал. Главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке / В. А. Супрун. – М.: Либроком, 2015. – 192 с.

16 Фидельман, Г. Н. Альтернативный менеджмент. Путь к глобальной конкурентоспособности / Г. Н. Фидельман, С. В. Дедиков, Ю. П. Адлер; под ред. С. Огаревой – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 192 с.

17 Щербинина, М. Ю. Конкуренция как драйвер экономического роста / М. Ю. Щербина, Н. А. Стефанова // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 6

Отчет о проверке на заимствования №1

Автор: yaroslav106@mail.ru / ID: 5732996

Проверяющий: (yaroslav106@mail.ru / ID: 5732996)

Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»- <http://www.antiplagiat.ru>

ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 6
Начало загрузки: 31.05.2018 09:27:46
Длительность загрузки: 00:00:01
Имя исходного файла: Курсовая.txt
Размер текста: 67 кБ
Символов в тексте: 37206
Слов в тексте: 4609
Число предложений: 341

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (ред.)
Начало проверки: 31.05.2018 09:27:48
Длительность проверки: 00:00:01
Комментарии: не указано
Модули поиска:

ЗАИМСТВОВАНИЯ	ЦИТИРОВАНИЯ	ОРИГИНАЛЬНОСТЬ
39,38%	0%	60,62%



Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.
Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.

Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.

Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.

Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которым шла проверка, по отношению к общему объему документа.

Заимствования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа.

Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

№	Доля в отчете	Доля в тексте	Источник	Ссылка	Актуален на	Модуль поиска	Блоков в отчете	Блоков в тексте
[01]	0,33%	23%	Учебное пособие Экономик...	http://kubsau.ru	24 Дек 2014	Модуль поиска Интернет	3	172
[02]	13,45%	13,45%	Экономика Торг.Прайс - о...	http://torgprice.ru	раньше 2011	Модуль поиска Интернет	96	96
[03]	11,01%	11,01%	Экономика Торг.Прайс - о...	http://torgprice.ru	раньше 2011	Модуль поиска Интернет	86	86

Еще источников: 5

Еще заимствований: 14,58%


08.06.2018