

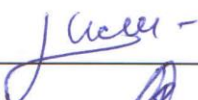



1920

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)
Экономический факультет
Кафедра теоретической экономики**

**Курсовая работа
по курсу «Общая экономическая теория»
на тему: «Конкуренция и монополия»**

Выполнил: студент группы 117,
Специальности 38.05.01
«Экономическая безопасность»
Руководитель:
к.э.к. наук, доцент





Р.Э. Исмаилов

А.В. Болик

Дата допуска к защите 30.05.18

Дата защиты 31.05.18

Оценка 4,8/5

Краснодар 2018

Содержание

Введение	3
1 Сущность конкуренции, её виды и функции	5
1.1 Понятие и сущность конкуренции	5
1.2 Виды конкуренции.....	6
1.3 Функции конкуренции.....	12
2 Монополия в рыночной экономике	16
2.1 Сущность монополии и её влияние на экономику	16
2.2 Виды монополии.....	19
2.3 Баланс «монополия» – «конкуренция»	20
3 Монополизация экономики и её регулирование	25
Заключение.....	31
Список использованной литературы	33

Введение

Современная рыночная экономика представляет собой сложнейший организм, состоящий из огромного количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса, и объединяемых единым понятием - рынок.

Конкурентность рынка определяется теми пределами, в рамках которых отдельные фирмы способны влиять на рынок, то есть на условия реализации своей продукции, в первую очередь на цены. Чем меньше отдельные фирмы влияют на рынок, где они реализуют свою продукцию, тем более конкурентным считается рынок. Наивысшая степень конкурентности рынка достигается тогда, когда отдельная фирма на него не влияет совсем. Это возможно лишь тогда, когда на рынке товаров действует такое множество фирм, что каждая из них, в частности, никак не может повлиять на цену товара, и воспринимает её как таковую, определяемую рыночным спросом и предложением. Такой рынок называется полностью конкурентным. А фирмы, которые действуют в условиях полностью конкурентного рынка, не ведут между собой конкурентной борьбы. Если же отдельные фирмы имеют возможность влиять на условия реализации своей продукции (в первую очередь на цены), то они ведут между собой конкурентную борьбу, но рынок, где эта возможность реализуется, полностью конкурентным уже не считается.

Данная тема является актуальной, потому что проблемы монополизации хозяйственной жизни, конкуренция на товарных рынках привлекают сегодня пристальное внимание не только специалистов, но и широких слоев населения.

Цель данной работы состоит в исследовании экономической сущности конкуренции, а также в анализе её влияния на рынок .

Поставленная цель обусловила необходимость решения ряда взаимосвязанных заданий:

- определить понятие конкуренции в экономическом смысле;
- изучить разновидности конкуренции;
- рассмотреть такой вид конкуренции как монополия;
- исследовать влияние монополии на рыночную экономику;
- изучить воздействие монополизации на рынок и меры по её устранению.

Предметом курсовой работы являются отношения, которые возникают в процессе конкуренции рыночных субъектов.

Объектом курсовой работы являются фирмы, предприятия и др.

Курсовая работа состоит из трех частей, в которых последовательно рассматривается поставленная проблема.

1 Сущность конкуренции, её виды и функции

1.1 Понятие и сущность конкуренции

Конкуренция – один из самых сильных побудителей активизации экономической деятельности, главный рычаг ускорения научно – технического прогресса и поиска прогрессивных форм организации труда, основное условие роста эффективности и качества работы. Отсутствие конкуренции не удаётся заменить ни директивами, ни дифференциацией оплаты труда, ни другими экономическими стимулами. Практическое устранение естественной экономической конкуренции в нерыночной экономике не даёт ей шансов выйти на уровень эффективности рыночной экономики.

Конкуренция в широком смысле этого слова означает состязательные, сопернические отношения между двумя или несколькими экономическими субъектами, участниками хозяйственной деятельности, проявляющиеся в виде стремления каждого из них обойти других в достижении единой цели, получить более высокий результат, оттеснить соперника. Конкуренция есть особый вид по замыслу честной экономической борьбы, в которой при наличии в принципе равных шансов у каждой из претендующих на успех сторон верх одерживает более умелая, предприимчивая, способная сторона, лучше использующая свои возможности, находящая пути опережения или оттеснения, вытеснения противника.

Естественно, что главное условие конкуренции – наличие соперничающих, соревнующихся экономических субъектов, стремящихся получить более высокий, чем у других, результат. Конечно, экономическая конкуренция, как любая иная, - есть борьба. Однако, это особый вид борьбы. В своём цивилизованном, не искажённом страстями варианте

конкурент стремится не столько отодвинуть противника назад, сколько самому продвинуться вперед.

Таким образом, современная конкуренция – это не лишение других возможности достичь желаемых благ, целей, результатов и не достижение их за счёт других, а использование адекватных возможностей лучшим образом, благодаря чему достигается более высокий результат. Конкуренция в своей спортивной аналогии, скорее всего, напоминает не бокс, а соревнование в беге, когда побеждает тот, кто обладает более высокой энергией, умением, выносливостью, умеет лучше использовать свои шансы, а не сталкивает соперников с беговой дорожки. Но, как и в спорте, в конкуренции успех одних есть неудача других. От этого никуда не деться, без этого не может быть конкуренции.

Подводя итог высказанному, можно сделать вывод, что экономическая конкуренция полезна и эффективна только тогда, когда желание опередить соперника превращается в стремление к повышению качества и результативности собственной деятельности. Так как в условиях нормальной конкуренции к успеху стремятся все конкурирующие субъекты, то вне зависимости от удачи опередивших и отставших наблюдается общий прогресс, общий успех, - все пытаются улучшить показатели своей деятельности.

1.2 Виды конкуренции

Конкуренция возникла одновременно с товарным производством, однако лишь при капитализме она превратилась в главный рычаг рыночного регулирования общественного производства. К середине XIX в. Получил широкое развитие рынок со свободной конкуренцией, не регулируемый государством. Такой рынок воздействовал на товаропроизводителей исключительно через механизм спроса и

предложения, колебание цен, постоянно заставляя считаться с требованиями потребителей, улучшать качество, повышать производительность труда, расширять производство, снижать издержки. В этот период чётко определились две основные формы конкуренции – внутриотраслевая и межотраслевая.

Внутриотраслевая конкуренция – конкуренция между товаропроизводителями одной и той же отрасли, когда предприятия с более высокой, чем средняя, производительностью труда получают дополнительную прибыль, а технически и организационно отсталые предприятия, наоборот, теряют часть индивидуальной стоимости производимых ими товаров и разоряются. Внутриотраслевая конкуренция стимулирует на предприятиях развитие научно – технического прогресса.

Межотраслевая конкуренция – конкуренция между предприятиями различных отраслей. Она выражается в переливе капитала из отраслей, имеющих низкую норму прибыли, в отрасли с высокой долей прибыли. Устремляясь в более прибыльные сферы, новый капитал способствует расширению наиболее нужных в общественном отношении производств, увеличению предложения наиболее нужных товаров. Цены падают – снижается и прибыль. К обратному результату приводила утечка капитала из низкоприбыльных отраслей: объём производства сокращался, спрос на товары начинал превышать их предложение, в результате цена поднималась, а с ней росла и норма прибыли. Цены здесь служили сигналом перераспределения ресурсов в ответ на изменение вкусов и платежеспособности потребителя, технологии и других факторов. В итоге межотраслевая конкуренция объективно создавала некое динамичное равновесие, обеспечивающее получение равной прибыли на равный капитал независимо от того, куда он вложен. Она также стимулирует научно – технический прогресс.

Классификация видов конкуренции зависит от количества и удельного веса на рынке производителей. Соответственно различают совершенную (свободную) и несовершенную конкуренцию.

Свободную конкуренцию отличают следующие основные признаки.

Неограниченное число участников конкуренции, абсолютно свободный доступ на рынок и выход из него: каждый человек имеет право заняться предпринимательством или прекратить подобную деятельность. Сделать это можно по – разному: открыть своё дело, приняв непосредственное участие в труде; нанять работников, превратившись, по терминологии Маркса, в капиталиста; купить акции; приобрести государственные облигации; положить деньги в банк; инвестировать их в недвижимость и т.д. Отметим, что свободному рынку соответствуют любые виды деятельности, кроме государственной, и человек волен выбирать любую. Система свободной конкуренции исключает все формы дискриминации потребителей. Всякий обладатель денежного дохода, собирающийся воплотить свою потребность в спрос, имеет право купить нужные ему товары и услуги.

Абсолютная мобильность материальных, трудовых, финансовых и прочих ресурсов: участник конкуренции вкладывает свои деньги (допустим в акции) не просто так, а ради увеличения дохода. Рассчитывать на это он может только в том случае, если там, куда переместился его капитал, произошло расширение производства и продаж. Такое случается, если привлекаются дополнительные ресурсы, применяются их более эффективные комбинации, используются ранее законсервированные мощности, осваиваются передовые технологии.

Полная информированность каждого участника конкуренции (о предложении и спросе, ценах, норме прибыли и т.п.) позволяет сделать правильный, наилучший выбор, например между покупкой дома и приобретением акций (в последнем случае участнику надо знать, какие именно акции принесут ему максимальный доход).

Абсолютная однородность одноименных продуктов, что выражается, в частности, в отсутствии торговых марок и других индивидуальных характеристик качества товара. Наличие торговой марки ставит продавца в привилегированное монопольное положение, а это уже не свободный рынок.

Ни один участник свободной конкуренции не в состоянии оказать влияние на решения, принимаемые другими участниками. Поскольку их число очень велико, вклад каждого производителя – продавца в общий объём производства и предложения незначителен, а поэтому цена, за которую он собирается продавать свой товар, почти не отражается на рыночной цене. Таким образом, реальные уровни цен мало зависят от желания отдельных субъектов экономики и устанавливаются некой «невидимой рукой» (механизм рынка).

В условиях свободной конкуренции колебания спроса и предложения периодически приводили к перепроизводству – в другой. Рост доходов одних фирм сопровождался разорением других: мелкие предприятия поглощались более крупными, происходили концентрация и централизация производства и капитала, ведущие к образованию монополий и захвату ими рыночной власти.

На рынке несовершенной конкуренции представлены чистая монополия, монополистическая конкуренция, олигополия.

Про монополию будет говориться в следующей главе. Что касается монополистической конкуренции – это рыночная ситуация, при которой относительно большое число производителей предлагают похожую, но не идентичную продукцию. На рынке монополистической конкуренции фирмы вступают в соперничество не только через цены, но и через всемерную дифференциацию продукции и услуг.

Олигополия подразумевает наличие нескольких продавцов. Олигополистический рынок - это такой рынок, на которой большая часть выпускаемой продукции производится горсткой крупных фирм, каждая из которых достаточно велика для того, чтобы оказывать влияние на весь рынок своими собственными действиями. Автомобильная, сталелитейная промышленность и отрасль по производству крупяных изделий для завтрака являются олигополиями. Отдельные олигополисты могут сами влиять на цену, но цена определяется действиями, предпринимаемыми всеми продавцами, как и при совершенной конкуренции. Это обуславливает большую сложность решений олигополистов по сравнению с решениями фирм на других типах рынков.

В соответствии с методами действия различают ценовую и неценовую конкуренцию.

Ценовая конкуренция предполагает продажу товаров или предложение услуг по более низким ценам, чем другие конкуренты. В условиях цивилизованного рынка снижение цены происходит либо за счёт снижения издержек производства, либо за счёт прибыли. Мелкие и средние фирмы, чтобы удержаться на данном рынке, обычно претендуют лишь на небольшую долю прибыли. Крупные монополии подчас вообще отказываются от получения прибыли, чтобы с помощью низких цен на товар полностью вытеснить конкурентов с рынка, а в дальнейшем повысить цены и компенсировать понесённые убытки. Такой метод

конкурентной борьбы использовала своё время американская компания Соса - Cola при вторжении на рынки стран Латинской Америки. Позже подобным образом японские фирмы продвигали свои товары в США и в страны Западной Европы.

В последнее время вновь возрос интерес к ценовой конкуренции и в развитых странах в связи с внедрением ресурсосберегающей техники и экономии на издержках производства.

Неценовая конкуренция предполагает предложение товаров более высокого качества, с лучшими показателями надёжности и сроком службы, с более высокой производительностью, а также более широкого ассортимента. Особое значение приобретают такие параметры продукции как экологичность, энергоёмкость, эргономические и эстетические показатели, престижность. В конкурентной борьбе всё большую роль стали играть надёжность и репутация фирмы – производителя или поставщика товара, престижность. В последние годы неценовая конкуренция, связанная с соперничеством за достижение наиболее высокого качества продукции, стала играть доминирующую роль. Важным инструментом конкурентной борьбы на рынке становятся товарные знаки и торговые фирмы.

Осознание созидательной силы конкуренции, приводящей к снижению издержек производства, быстрому обновлению ассортимента продукции, улучшению её качества и тем самым повышению конкурентоспособности данной продукции и фирмы, её производящей, побуждает государство обеспечить её правовую защиту путём разработки законодательства, ограничивающего монополистическую деятельность.

Существует добросовестная и недобросовестная конкуренция.

Недобросовестная конкуренция. В условиях жёсткой борьбы между товаропроизводителями часто используются методы, связанные с нарушением норм и правил конкуренции, т.е. недобросовестная конкуренция. Она выражается в демпинге – продаже товаров по цене ниже себестоимости; установлении контроля над деятельностью конкурента, злоупотреблении господствующим положением на рынке; установлении дискриминационных цен или коммерческих условий; зависимости поставок конкретных товаров или предоставления услуг от принятия ограничений по производству или распределению конкурирующих товаров; введении ограничительных условий и агентских соглашений при сбыте продукции, определяющих, когда, кому, в каких количествах и на каких условиях осуществлять поставки; тайных сговорах на торгах; ложной информации и рекламе, вводящей конкурента в заблуждение; недобросовестном копировании товаров и продукции конкурентов; нарушении стандартов и условий поставок товаров и услуг и т.д.

1.3 Функции конкуренции

Функция регулирования. Для того чтобы устоять в борьбе, предприниматель должен предлагать изделия, которые предпочитает потребитель (суверенитет потребителя). Отсюда и факторы производства под влиянием цены направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность.

Функция мотивации. Для предпринимателя конкуренция означает шанс и риск одновременно:

- предприятия, которые предлагают лучшую по качеству продукцию или производят ее с меньшими производственными затратами, получают вознаграждение в виде прибыли (позитивные санкции). Это стимулирует технический прогресс;

- предприятия, которые не реагируют на пожелания клиентов или нарушения правил конкуренции своими соперниками на рынке, получают наказание в виде убытков или вытесняются с рынка (негативные санкции).

Функция распределения. Конкуренция не только включает стимулы к более высокой продуктивности, но и позволяет распределять доход среди предприятий и домашних хозяйств в соответствии с их эффективным вкладом. Это отвечает господствующему в конкурентной борьбе принципу вознаграждения по результатам.

Функция контроля. Конкуренция ограничивает и контролирует экономическую силу каждого предприятия. Например, монополист может назначать цену. В то же время конкуренция предоставляет покупателю возможность выбора среди нескольких продавцов. Чем совершеннее конкуренция, тем справедливее цена.

Политика в области конкуренции призвана заботиться о том, чтобы конкуренция могла выполнять свои функции. Руководящий принцип "оптимальной интенсивности конкуренции" в качестве целей политики в области конкуренции предполагает, что:

- технический прогресс в отношении изделий и прогрессов быстро внедряется (инновация под давлением конкуренции);
- предприятия гибко адаптируются к меняющимся условиям (например, склонности потребителей) (адаптация под давлением конкуренции).

Масштаб интенсивности конкуренции определяется тем, как скоро преимущества в прибыли теряются в результате успешного воспроизведения инноваций конкурентам. В первую очередь это зависит от

того, насколько быстро конкуренты реагируют на рывок вперед предприятия-пионера и насколько динамичен спрос.

В соответствии с руководящим принципом оптимальной интенсивной конкуренции благоприятные условия для нормального функционирования соперничества появляются тогда, когда имеют дело с "широкой" олигополией с "умеренной" индивидуализацией продукции. "Узкая" олигополия с сильной индивидуализацией продукции, напротив, уменьшает интенсивность конкуренции.

В каждой рыночной экономике существует опасность того, что участники конкурентной борьбы попытаются уклониться от обязательных норм и риска, связанных со свободной конкуренцией, прибегая, например, к сговору о ценах или имитации товарных знаков. Поэтому государство должно издавать нормативные документы, которые регламентируют правила конкурентной борьбы и гарантируют:

- качество конкуренции;
- само существование конкуренции;
- цены и качество изделий должны быть в центре внимания конкуренции;
- предлагаемая услуга должна быть соразмерной по цене и другим договорным условиям;
- защищенные правовыми нормами товарные знаки и марки помогают покупателю различать товары по их происхождению и своеобразию, а также судить о некоторых их качествах;

- ограниченная по времени патентная защита (20 лет) и зарегистрированные промышленные образцы, а также образцы промышленной эстетики.

2 Монополия в рыночной экономике

2.1 Сущность монополии и её влияние на экономику

Если успех одного из конкурентов достигается за счёт искусственного предоставления ему особых условий, либо от привилегий, либо путем заведомого лишения другой конкурирующей стороны возможности состязаться на равных, конкуренция теряет свою притягательную силу как средство возбуждения стремления эффективной работе.

В этом смысле главным врагом конкуренции, подрывающим ее основы и лишаящим жизненной силы является монополизм.

Монополизм проявляется в том, что отдельный экономический субъект, участник хозяйственного оборота занимает особое, доминирующее положение на рынке определённого вида товаров и услуг, используя ситуацию или не давая возможности потенциальным конкурентам участвовать в производстве и реализации тех же или аналогичных видов товаров или услуг. Монополизм ставит тем самым одного из хозяйствующих субъектов (в широком смысле этого слова - человека, предприятие, регион, отрасль) в выгодные условия по сравнению с другими, в результате чего практически он оказывается вне зоны соперничества, возвышаясь над ней.

Отметим, что монополизм есть явление, присущее и нерыночной и рыночной экономике. Однако, несмотря на общность природы монополизма в экономике двух типов, он имеет существенно разные корни в той и другой экономике.

В централизованной государственной экономике монополизм возникает неизбежным образом как следствие принятого в ней способа организации управления и построения организационных структур. Монополия на политическую и государственную власть, единение, переплетение, а иногда и слияние партийной, законодательной, исполнительной, судебной власти, наблюдавшиеся в течение многих лет, не могли не привести к экономической монополии. Этому способствовала также экономическая политика, в качестве одного из основных лозунгов которой была провозглашена концентрация и специализация производства, вылившаяся в создание гигантов индустрии, монополизировавших целые подотрасли общественного производства.

Резко выраженный отраслевой характер управления народным хозяйством страны проявился в создании министерств производственных отраслей, сосредоточивших под своей властью подавляющее большинство предприятий отраслевого профиля и ставших тем самым крупнейшими монополистами в масштабе всей экономики страны. Отраслевой монополизм в силу своей масштабности обладает особыми качествами. Он не сродни монополизму предприятия, фирмы в том смысле, что не ставит своей целью монополизацию производства отдельного вида продукта и завоевание рынка сбыта. Подчинив себе все предприятия отрасли, министерство автоматически подчиняет своей воле и производство, и сбыт продукции, завоёвывает рынок, порождает диктат производителя по отношению к потребителю.

Но есть и другое не менее важное проявление отраслевого монополизма, которое может быть названо технологическим монополизмом. В современной экономике конкурируют между собой не только товары, конкурируют и технологии. При этом победитель в технологической конкуренции чаще всего имеет все шансы победить и в

конкуренции видов производимой продукции, товаров. Отрасль характеризуется в первую очередь единством отраслевой технологии. Монополизировав управление отраслью, министерство сосредоточивает в своих руках власть на отраслевую технологию. Не имея конкурентов, оно тяготеет к радикальному совершенствованию технологических процессов в масштабе отрасли, к глобальному технологическому прогрессу.

Монополизм на уровне предприятий в централизованно планируемой и управляемой экономике порождается первоочередным образом сосредоточением на отдельных предприятиях выпуска основной массы продукции данного вида. Это производственный монополизм, искусственно насаждаемый и ограждаемый экономической системой. При жёстком централизованном планировании создания предприятий, их строительства, видов и объемов выпускаемой продукции само возникновение предприятия - конкурента, претендующего на производство той же продукции, попросту не представляется возможным. Такие предприятия могут появляться только в сфере теневой экономики.

Интересно отметить, что и налаживание выпуска однородной продукции по плановой команде сверху на разных предприятиях, разрушая производственный монополизм предприятий по форме, не разрушает его по существу и заведомо не приводит к конкуренции. Ведь централизованное планирование распространяется не только на производство, но и на распределении продукции и её сбыт. Так что каждый потребитель прямо или косвенно прикреплен к одному производителю потребляемой продукции и за редким исключением лишён права выбора. По отношению к своему прикрепленному потребителю производитель оказывается монополистом даже в условиях, когда есть и другие предприятия, производящие такую же продукцию. Монополизм в данном случае порождает экономическая система.

Конкуренция в этих условиях подавляется также и тем, что производителя не конкурируют на рынке. Если даже оказывается, что себестоимость и качество продукции у отдельных производителей становятся существенно более низкими по сравнению с другими, государственные плановые органы, министерства и ведомства делают всё возможное, чтобы с помощью воздействия на цены и дотаций оградить производителя от конкурирующего влияния других производителей.

2.2 Виды монополии

Различают следующие виды монополии:

1. Естественная монополия. Отрасль является естественной монополией, когда производство любого объёма продукции одной фирмой обходится дешевле, чем его производство двумя или более фирмами. Основная причина существования естественной монополии – это экономия от масштаба производства (центральное водоснабжение, газоснабжение, отопление и т.д.). К естественным монополиям такого типа в России относятся компания «Газпром», Единая энергетическая система России (РАО ЕЭС), железные дороги, почта и т.д. Если бы эти отрасли были конкурентными, то они несли бы убытки. Естественная монополия является той рыночной структурой, которая минимизирует издержки в отрасли и даже получает положительную экономическую прибыль. С естественными монополиями тесно связаны монополии, которые базируются на владении уникальными природными ресурсами (например, владеющая минеральной водой из источника «Боржоми»).

2. Закрытая монополия. Правительства большинства стран в целях ускорения научно – технического прогресса предоставляют изобретателям права на временные монополии путём выдачи патентов (так выросли всемирно известные фирмы «Ксерокс», «Полароид», «Джилетт» и др.) и

лицензий (например, на право торговли оружием или право на телевидение).

3. Открытая монополия. Ими часто являются фирмы, впервые вышедшие на рынок с новой продукцией, «товаром - пионером». Но с течением времени часто на рынке появляются конкуренты и монополия превращается в олигополию.

Некоторые фирмы могут одновременно относиться как к естественной монополии, так и к закрытой: например, фирма, обслуживающая систему телефонной связи, имеет как государственную лицензию, так и эффект экономии от масштаба производства. В то же время закрытая монополия со временем может стать открытой (когда истечёт срок действия патента). Естественная монополия тоже может стать открытой, т.к. в корне может измениться технология производства и эффект экономии от масштаба может быть сведён на «нет».

2.3 Баланс «монополия» – «конкуренция»

Анализируя взаимную роль конкуренции и монопольно-регулирующих сил в рамках высококонцентрированных олигополистических рынков, необходимо учитывать их двойственную роль. Конкуренция воплощает в себя прежде всего стихийно-регулирующее (или, часто говорят, саморегулирующее) начало применительно к тому или иному рынку. Силы конкуренции направлены в сторону максимального увеличения воздействия всех факторов экономической эффективности, но при этом они носят стихийный характер, следовательно, могут вести и часто ведут, особенно в тяжелых условиях, из безраздельного господства на рынке, к ряду тяжелых – экономических, социальных и других последствий. Монопольно-регулирующие силы в свою очередь в состоянии, с одной стороны,

ограничивать разрушительное влияние стихийных сил конкуренции и в этом смысле способствовать более сбалансированному развитию всей экономики, отдельных ее секторов и отраслей. С другой стороны, такое регулирование в случае чрезмерного ограничения конкуренции, например, ценовой – на базе сговоров ведущих производителей, ведет к застойным явлениям, в том числе к сдерживанию научно-технического прогресса и понижению эффективности производства. Наиболее ярко такие отрицательные процессы проявляются в условиях монопольного господства в отрасли одного или нескольких производителей.

Поэтому основная цель государственной политики по отношению к отдельным отраслям и производственным рынкам состоит в сохранении баланса конкурентных и монопольно-регулирующих сил в рамках олигополии. При этом антимонопольное законодательство является основным средством сохранения этого баланса путем недопущения чрезмерного проявления монополистических тенденций, т.е. как бы сохранения в «оптимальном режиме» механизма олигополии.

Баланс «монополия – конкуренция» заметно изменился в антимонопольном законодательстве на протяжении XX века. В анализ вовлекаются все факторы повышения эффективности производства: экономия на масштабах производства и экономия на масштабе сферы деятельности, экономия транзакционных издержек, связанных с осуществлением сделок, договоров, контрактов и, наконец, собственно конкурентный прессинг, связанный с соперничеством за долю рынка и за получение максимальной прибыли. Монополизм перестал отождествляться с ростом концентрации производства, в ряде случаев монополия получила «теоретическую санкцию» на существование, особенно, когда связанное с ней повышение эффективности перекрывает издержки от уменьшения конкуренции. Все большее внимание уделяется определению

экономической категории монопольной рыночной власти, границ продуктовых и географических рынков, методов ценовой и неценовой конкуренции и т.п. Отраслевая конкуренция, накал конкурентной борьбы на отраслевом рынке рассматривается через методологическую призму взаимодействия целого ряда факторов.

В западной экономической теории считается, что когда доля четырех крупнейших предприятий отрасли достигает 40%, становится вероятным олигополистический ценовой сговор. Именно в этом плане сформировался такой основой принцип антимонопольного законодательства, в соответствии с которым признаком монополии признается не крупный размер компании сам по себе, и даже не большая величина контролируемого рынка, а наличие у компании монополистических намерений и достаточной рыночной власти для осуществления этих намерений. Наиболее радикальным наказанием в связи с обвинениями в монополизации является расформирование компаний.

Представленный выше анализ свидетельствует о необходимости известной осторожности в отношении возможностей практического использования западного антимонопольного законодательства в наших условиях. Это законодательство рассчитано на уже существующую множественность производителей, оформившихся в олигополию. Именно по этой причине антимонопольное законодательство обычно не распространяется на те отрасли, в которых устойчиво не складывается олигополистическая структура (сельское хозяйство), либо, наоборот, единство является обязательной основой их производственной организации (транспорт, производство и распределение электроэнергии и пр.).

Что касается большинства остальных отраслей, то предварительный вывод, который может следовать из приведенных выше данных, связан с

тем, что основным путем усиления конкурентной составляющей в экономическом поведении российских предприятий может, видимо, являться не деконцентрация производства и разукрупнение предприятий, а усиление иностранной конкуренции, для чего необходимо создание адекватных условий: конвертируемость рубля, целенаправленное регулирование тарифных барьеров входа в отрасли, хождение оптимального баланса между укрупнением предприятий, позволяющим экономить на масштабах производства, и усиление конкуренции на основе увеличения числа соперничающих и независимых производителей. Таким образом, можно предположить, что параллельное проведение мер по приватизации российской экономики по ее открытию для внешней конкуренции позволит радикально перестроить свойственную ей структуру прав собственности без запретительных издержек, связанных с негативными последствиями монополизма.

В то же время, очевидно, что ряд отраслей может не выдержать конкуренции иностранных производителей, по крайней мере в течение какого-то периода необходимой адаптации. Игнорирование минимальной длительности такого адаптационного периода неизбежно приведет к дезинтеграции промышленности и будет означать деиндустриализацию народного хозяйства, сопровождающуюся безработицей и разрушением промышленного потенциала. В этих случаях большинство экономистов обычно рекомендуют применение государством антимонопольных мер другого порядка, а именно: 1) создание параллельных аналогичных производств; 2) использование в качестве средства преодоления монополистических тенденций импорта аналогичных товаров; 3) осторожная деконцентрация производств, разукрупнение некоторых предприятий-гигантов; 4) использование методов прямого и косвенного государственного контроля за доходами, уровнем рентабельности,

заработной платой, а отчасти и за распределением производимой продукции.

3 Монополизация экономики и её регулирование

Процессы монополизации внесли существенные изменения в социальную и хозяйственную жизнь общества. Они обусловили изменение хозяйственного механизма, усилив в нем сознательные регулирующие силы. Ускоренное возникновение крупных хозяйственных объектов, координация деятельности в масштабе отрасли и межотраслевом пространстве расширяют сферу планомерного развития экономики. Монополия, используя фактор массового производства, ведет к экономии затрат производства, обеспечивает потребителей дешевыми и качественными товарами. Доказано, что увеличение объемов производства в два раза уменьшает затраты на единицу продукции на 20%.

Таким образом, монополии на современном этапе — это преимущественно крупные предприятия с максимальной эффективностью и минимальными затратами. Монополии, реализуя преимущества крупного производства, обеспечивают экономию общественных затрат производства и обращения.

Но, с другой стороны, количество негативных факторов существования монополий значительно больше и первый из них — практика образования монопольных цен. Монопольные цены отклоняются от рыночных, создают дополнительные прибыли монополистам и одновременно облагают потребителя своеобразной “данью” в свою пользу. Покупатели вынуждены покупать товары по ценам, которые выше, чем в условиях конкурентного рынка. При этом рост цен наблюдается в основном на внутреннем рынке, и создается такая ситуация, когда цены на внутреннем рынке выше, чем на внешнем. Для укрепления такого положения монополисты создают искусственный дефицит на товары и услуги. Следовательно, наиболее явным внешним проявлением

существования монополии является рост цен и наличие дефицита, стимулирование инфляционных процессов.

Еще одним негативным фактором наличия монополий является торможение ими развития научно-технического прогресса. Ослабляя конкуренцию, монополия создает экономические предпосылки для ограничения введения в производство новшеств. Монопольное положение и вытекающие из него выгоды сводят на нет стимулы постоянного усовершенствования производства, увеличения эффективности. Возможность обойти конкуренцию приводит к замедлению экономического развития.

Монополизация также приводит к деформации хозяйственных отношений и процессов. Создается структура, которая отвечает цели монополии — оптимизации монопольных прибылей. В этом случае возникает также неправильное распределение доходов (в пользу монополиста), в результате чего осуществляется неправильное размещение ресурсов. Кроме того, монопольные соглашения типа картельных могут содействовать сохранению экономически “хилых” предприятий, выделяя им соответствующие льготы и устанавливая цены на высоком уровне. Монополии фактически не дают исчезнуть нежизнеспособным предприятиям.

Таким образом, монополия обуславливает застой и загнивание хозяйственного механизма, тормозит конкуренцию, является угрозой для нормального рынка. Проанализировав позитивные и негативные факторы и последствия монополий, можно прийти к выводу, что монополия наносит большой вред производству.

Вследствие «очевидных» для большинства населения и средств массовой информации негативных последствий монополизации правительство берет деятельность монополий под контроль.

При этом Государство не стремится сделать все рынки совершенно конкурентными, а пытается устранить серьезные недостатки рынка. Оно создает среду, где поощряется конкуренция, а не монополизм, где первый вариант поведения выгоднее второго. Таким образом, антимонопольная политика представляет собой инструмент административного регулирования экономики, с целью предотвращения нарушений экономического равновесия или социальнонежелательных изменений, ее основными моментами является:

- охрана и поощрение конкуренции;
- контроль над фирмами, занимающими господствующее положение на рынке;
- контроль над ценами;
- защита интересов и содействие развитию мелкого и среднего бизнеса.

Пока существуют монопольные рынки, их нельзя оставлять без государственного контроля. Так, эластичность спроса становится в этой ситуации единственным фактором, но не всегда достаточным, ограничивающим монопольное поведение. С этой целью проводится антимонопольная политика. Она не ограничивается какими-то временными рамками, а является постоянной политикой государства.

Государство стремится не допустить превращения крупного бизнеса, возникшего на основе концентрации и централизации производства и капитала, в монополию, нарушающую нормальное функционирование рыночного механизма. Государство контролирует процессы слияния

корпораций, и далеко не каждое из них признается законным и допустимым. Именно против таких монополий, возникших на основе централизации капитала, в первую очередь направлено антимонопольное законодательство. Однако, следует помнить, что целью является не борьба с отдельными компаниями, а предотвращение ухудшения условий конкуренции.

Как мы уже знаем, конкуренция есть самое эффективное средство достижения целей рыночной экономики и интересов всех членов общества.

Когда же предприниматели заключают между собой гласное (или негласное) соглашение о разделе рынка или уровня цены, то потребители вынуждены платить большую цену за товар и сокращать объем потребления. Цены в этих случаях становятся искусственно высокими, и не все покупатели могут позволить себе приобретать тот же самый товар в желаемых объемах. Важно и то, что устранение конкуренции нарушает равновесие спроса и предложения, что приводит к нерациональному использованию и без того ограниченных производственных ресурсов общества.

Чтобы избежать этих негативных явлений, государство вмешивается в рыночные процессы, используя антимонопольное регулирование.

Антимонопольное регулирование включает в себя: административный контроль над монополизированными рынками, организационный механизм и антимонопольное законодательство.

Административный контроль монополизированных рынков объединяет способы воздействия на монополизированное производство. Можно выявить, в частности, финансовые санкции, применяемые в случае нарушения антимонопольного законодательства. Бывают случаи, когда

фирма, уличенная в систематическом использовании методов нечестной конкуренции и проигравшая судебный процесс, подвергается прямому расформированию.

Организационный механизм имеет своей целью антимонопольную профилактику путем последовательной либерализации рынков. Не затрагивая монополию как форму производства, способы и методы такой политики государства нацелены на то, чтобы сделать монополистическое поведение для крупного бизнеса невыгодным. Это - снижение таможенных пошлин, отмена количественных квот - поддержка малого бизнеса, упрощение процедуры лицензирования, оптимизация производства, продукция которого может конкурировать с товарами монополий, и.т.д.

Наиболее эффективной и развитой формой государственного регулирования монопольной власти является антимонопольное законодательство. Его цель - регулирование структуры отрасли через запрещение предполагаемых слияний крупных фирм, если оно ведет к существенному ослаблению конкуренции или установлению монополии. Антимонопольная практика в то же время не отрицает возможности слияния компаний на «горизонтальной» и «вертикальной» основе.

Идеальной с точки зрения экономиста, была бы антимонопольная политика, нацеленная только на обеспечение благополучия потребителей путем защиты и усиления конкуренции, но никто из экономистов не стал бы утверждать, что попытка сделать все рынки совершенно конкурентными была бы реалистичной. Существующие антимонопольные законы подобно всем другим готовятся политиками, приводятся в исполнение юристами и интерпретируются судьями.

С помощью государственного регулирования экономики и различных антимонопольных мероприятий официального и неофициального характера

можно достигнуть того, чего не могут обеспечить автоматически действующие в условиях свободной конкуренции факторы, противодействующие влиянию монополий или уравнивающие их.

Заключение

Конкуренция является необходимым и определяющим условием нормального функционирования рыночной экономики. Но как любое явление имеет свои плюсы и минусы. К положительным чертам можно отнести: активизацию инновационного процесса, гибкое приспособление к спросу, высокое качество продукции, высокую производительность труда, минимум издержек, реализацию принципов оплаты по количеству и качеству труда, возможность регулировки со стороны государства. К негативным последствиям - "победа" одних и "поражение" других, различие в условиях деятельности, что ведет к нечестным приемам, чрезмерная эксплуатация природных ресурсов, экологические нарушения и др.

Как было показано, чрезмерная монополизация, появление конкурентной борьбы между монополиями, без соответствующего контроля со стороны государства может привести к созданию так сказать "государства в государстве". Монополизм приводит к замедлению научно-технического прогресса, консервирует низкое качество продукции, делают эту продукцию неконкурентоспособной на мировом рынке, утрачиваются стимулы нахождения более эффективных решений функционирования в экономике и др.

В целом же, конкуренция несет меньше негативных моментов, чем положительных; конкуренция - значительно меньшее зло, чем монополия, злоупотребляющая своим положением в экономике.

Конкуренция - определяющее условие поддержания динамизма в экономике, и в условиях конкуренции создается большее национальное богатство при меньшей стоимости каждого вида продукции по сравнению с монополией и плановой экономикой.

Россия, а также другие страны активно борются с негативными последствиями монополии и для этого применяют антимонопольную политику, воплощают в жизнь антимонопольное законодательство.

Список использованной литературы

1. Белянов В.А. - //Микроэкономика// - М.: изд. Академии бюджета и казначейства, 2015;
2. В.В. Янова // Экономика // - М.: 2016:
3. Видяпин В.И., Добрынин А.И., Журавлева Г.П., Тарасевич Л.С. - //Экономическая теория// - М.: ИНФРА-М, 2014;
4. Долан Э. Дж., Линдсей Д. //Микроэкономика//Пер. с англ. В. Лукашевича и др.; Под общ. ред. Лисовика Б. и Лукашевича В. – С-Пб., 2015;
5. Жолан Э. Дж., Линдсей Д. //Микроэкономика// Под общ. ред, Б, Лисовика и В, Лукашевича, 2014;
6. Журавлева Г.П. //Экономика// Учебник - М.: 2015;.
7. Зайдель Х., Теммен Р. //Основы учения об экономике// – М.: Дело ЛТД, 2014;
8. Зубко Н.М., Зубко А.Н. - //Экономическая теория// - Мн. "ТетраСистемс", 2014;
9. И.К. Салимжанова //Цены и ценообразование// М.: 2014.
10. Чепурин М.Н. //Курс экономической теории: Учебное пособие// - М.: ИНФРА – М, 2015;
11. Л.П. Кураков, Г.Е. Яковлев // Курс экономической теории // - М.: 2015.
12. Макконелл К.Р., Брю С.Л. //Экономикс: Принципы, проблемы и политика// М.: 2015
13. Маштабет В.А. Пути повышения конкурентноспособности экспортной продукции. Переиздание- К., "Наукова думка", 2016
14. Мочерный С.В., Некрасов В.Н., Овчинников В.Н., Секретарюк В.К. //Экономическая теория // - М.: 2014;

15. Основы предпринимательской деятельности. Под ред. Власовой М.: «Финансы и статистика», 2016;
16. Пол А. Самуэльсон, Вильям Д. Нордхаус. //Экономика: пер. с англ// – М.: «Бином», Лаборатория Базовых Знаний, 2015;
17. Портер М. //Международная конкуренция// М., 2016:
18. //Портфель конкуренции и управления финансами (Книга конкурента. Книга финансового менеджера. Книга антикризисного управляющего)// / отв. ред. Рубин Ю. Б. –М.: «СОМИНТЕК», 2015;
19. //Предпринимательство: учебник для вузов// Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2015;
20. Робинсон. Дж. - // Экономическая теория несовершенной конкуренции// - М.: 2016;
21. С. Лукьянов, Н. Кисляк //Отраслевые барьеры входа как важнейший инструмент политики ограничения конкуренции.// Вопросы экономики. – 2015. - №2. – с. 101 – 111;
22. //Экономика: Учебник// Под ред. доц. Булатова А. С. 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство БЕК, 2014;
23. //Экономическая теория: учеб. для студентов вузов// Под ред В.Д. Камаева. – 62-е изд., перераб. и доп. – М.: Гуманит. изд. Центр ВЛАДОС, 2016;
24. Ю.А. Львов //Основы экономики и организации бизнеса//, Санкт - Петербург, «Формика», 2014;
25. Юданов А.Ю. //Конкуренция: теория и практика// - М.: Гном-Пресс, 2015.

