

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

Факультет экономический
Кафедра теоретической экономики

*Донджен и
Зинченко
3.06.19
[подпись]*

*Зинченко
4.06.19
"Хорошо"
[подпись]*

КУРСОВАЯ РАБОТА
по дисциплине «Общая экономическая теория»

**КОНКУРЕЦИЯ: ВИДЫ, МЕСТО И РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ
ХОЗЯЙСТВЕННОМ МЕХАНИЗМЕ**

Работу выполнил *[подпись]* 4.06.19 А.Е. Лактионов
(подпись, дата)

Направление подготовки 38.03.01 – Экономика курс 1

Направленность (профиль) Мировая экономика

Научный руководитель
канд. экон. наук, доцент *[подпись]* 4.06.19 Е.В. Бочкова
(подпись, дата)

Нормоконтролер
канд. экон. наук, доцент *[подпись]* 4.06.19 Е.В. Бочкова
(подпись, дата)

Краснодар
2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические основы исследования конкурентных отношений.....	5
1.1 Понятие и экономическое содержание конкуренции	5
1.2 Функции конкуренции в экономике	8
2 Анализ конкурентных отношений в экономике России	12
2.1 Особенности конкуренции в России.....	12
2.2 Проблемы антимонопольного регулирования и развитие конкуренции в РФ	21
Заключение	26
Список использованных источников	29

ВВЕДЕНИЕ

Конкуренты представляют собой важную составляющую маркетинговой среды предприятия. Без ее учета и изучения разработка требуемой тактики и стратегии функционирования предприятия на рынке невозможна.

Конкуренты являются субъектами маркетинговой системы, влияющими своими действиями на выбор предприятием поставщиков, рынков, посредников, формирование ассортимента, а также на весь комплекс маркетинговой деятельности.

Конкурирующими предприятиями называются предприятия, которые обладают полностью либо частично совпадающей фундаментальной нишей. В данном случае фундаментальная рыночная ниша представляет собой совокупность сегментов рынка, для которых подходят услуга и (или) товар, производимый данным предприятием.

Актуальность темы курсовой работы обусловлена тем, что наличие конкурирующих предприятий порождает в экономике такое явление как конкуренция.

Конкуренция способствует лучшему использованию знаний и способностей. Она представляет собой одну из движущих сил развития экономической системы. Другими словами, конкуренция представляет собой конфликт между хозяйствующими субъектами по поводу достижения общих целей. Конкуренция присутствует там, где предприятия стремятся обладать одинаковыми ресурсами либо использовать одни и те же рыночные возможности.

Конкуренция в условиях пребывания на рынке требует рационального поведения, а также стимулирует рациональность. Кроме того, она меняет привычки, усиливает эффективность, призывает к внимательности.

Конкуренция предполагает собой важную движущую силу развития экономики, так как она сама, как и каждая из форм ее движения действует во всех сферах общественного воспроизводства.

Конкуренция с экономической точки зрения представляет собой экономический процесс взаимосвязи, взаимодействия, борьбы поставщиков и производителей при реализации продукции, соперничество среди отдельных производителей или поставщиков товара и услуги за наиболее выгодные условия производства. Другими словами, в общем смысле конкуренцию определяют как соперничество среди отдельных лиц и хозяйствующих единиц, которые заинтересованы в достижении одинаковых целей. Если данные цели с точки зрения маркетинга конкретизировать, то рыночная конкуренция представляет собой борьбу предприятий за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, которая осуществляется предприятиями на сегментах рынка, доступных им.

Цель курсовой работы заключается в изучении понятия конкурентной борьбы, а также основных методов изучения предприятий-конкурентов.

Для достижения цели необходимо решить такие задачи, как:

- изучить конкуренцию как элемент рыночного механизма;
- проанализировать особенности конкуренции в России.

Предмет исследования – конкурентная борьба.

Объект исследования – методы конкурентной борьбы.

Для выполнения поставленных задач были применены следующие методы исследования: анализ научной литературы, сравнение, обобщение, структурно-функциональный метод, а кроме того метод обработки данных и теоретический метод.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и литературы.

1 Теоретические основы исследования конкурентных отношений

1.1 Понятие и экономическое содержание конкуренции

Как экономическое явление конкуренция появилась во времена формирования торговых отношений, а получила свою полноценность с формированием свободных рыночных взаимоотношений. В это время также появились наиболее целостные теоретические положения о движущих силах конкурентной борьбы. Ключевая заслуга в этом принадлежит классической политической экономии. Адам Смит – известный экономист и философ, главный представитель политэкономии. Он рассматривал конкуренцию, как нечто само собой разумеющееся, которое пронизывает все отрасли экономики и ограничивается только субъективными причинами [1].

Адам Смит отождествлял конкуренцию с «невидимой рукой» рынка, то есть автоматически равновесным механизмом рынка. Он обосновал тот факт, что конкуренция при уравнивании нормы прибыли, содействует оптимальному распределению капитала и труда, регулятору общественных и частных интересов.

Адам Смит считал, что ключевой целью предпринимателя является получение как можно большего количества прибыли, поскольку им движет эгоизм. Именно законы рынка заставляют предпринимателя осуществлять выпуск не любых продуктов, а только тех, что являются необходимыми для покупателей, а по возможно низкой цене их продавать. Только в этом случае он сможет победить своих конкурентов и получить максимальную прибыль. Таким образом, хотя предприниматель вовсе не думает о благоденствии общества, тем не менее, его эгоизм приносит пользу всем, ибо обеспечивает изобилие товаров и услуг лучшего качества и по более низким ценам.

Только при наличии достаточно острой конкуренции «невидимая рука» может действовать успешно. Механизм конкуренции вынуждает предпринимателя находиться в постоянном поиске путей понижения издержек

производства, в другом случае снижение цены и увеличение прибыли за счёт увеличения объёма продаж является невозможным.

На примере ценовой конкуренции Адам Смит убедительно доказал тот факт, что рыночная экономика, которая не управляется коллективной волей и не подчиняется единому замыслу, все же преследует строгие правила поведения. Таким образом, на рынках факторов производства свободная конкуренция стремится к уравниванию преимуществ данных факторов во всех отраслях, а, следовательно, определяет оптимальное распределение ресурсов среди отраслей.

Невзирая на то, что Адам Смит не рассматривал конкретные составляющие рыночного механизма, часто мешающие достижению оптимума, он в действительности приблизился первым к пониманию конкуренции как эффективного средства ценового регулирования. Рассмотрим данный факт более детально.

Основываясь на теорию конкурентной цены Адам Смит дал формулировку понятию конкуренции как соперничества, которое при сокращении предложения повышает цены, а при избытке предложения их уменьшает.

Он выделил ключевые условия эффективной конкуренции, которые включают в себя наличие значительного количества продавцов, которые исчерпывают информацию о них, а также мобильность используемых ресурсов;

Кроме того, Адам Смит впервые продемонстрировал, каким образом уравнивая нормы прибыли, конкуренция содействует оптимальному распределению капитала и труда между отраслями.

Он разработал составляющие элементы модели совершенной конкуренции, а также представил теоретические доказательства, что максимальное удовлетворение потребностей является возможным в ее условиях [20].

Адам Смит постулировал теоретические основы свободной конкуренции, при которой полностью исключается какой-либо осознанный контроль касательно рыночных процессов. Ценовая система в абсолютно децентрализованной экономике выступает в его теоретических положениях координирующим элементом.

Давид Рикардо является одной из ярких личностей классической политэкономии Англии, он являлся последователем и в то же время активным оппонентом отдельных теоретических положений Адама Смита.

Давид Рикардо при развитии идеи ценового регулирования рынка посредством конкуренции, выстроил самую идеальную теоретическую модель совершенной конкуренции, учитывая функционирование рыночной системы на долгосрочную перспективу. Данный подход дал возможность отойти от «деталей», которые связаны с географическими особенностями рынка, монопольной властью, государственным регулированием и т.д.

Для условий, которые рассматривал Давид Рикардо, принципиальным является тот факт, что в результате конкурентной борьбы цены складываются только под влиянием спроса и предложения. Конкуренция играет в установлении баланса цен решающую роль [2]. «Закон рынков», который постулирует при полной занятости тенденцию равновесного состояния, стал обобщающим элементом исследования.

Идея совершенной конкуренции дала возможность понять, каким образом в долгосрочном равновесии «естественные» цены находятся в сочетании с принципами децентрализованного управления, а также каким образом принципы децентрализованного управления содействуют развитию капиталистической экономики.

Джон Стюарт Милль – известный британский философ, который внес огромный вклад в дело борьбы за права женщин. Кроме того, он разработал уравнение международного спроса, выделил «не конкурирующие группы на рынке», дал тройственную классификацию ценовой эластичности спроса, разработал понятия альтернативных издержек, экономии на масштабах.

Карл Генрих Маркс – философ, экономист, политический деятель дополнил модель совершенной конкуренции, основываясь на закон стоимости. Он полагал, что конкуренция при регулировании распределения капитала между отраслями, содействует образованию средней нормы прибыли, а также тенденции нормы прибыли к понижению [19].

Таким образом, конкуренция представляет собой соперничество между участниками рынка за лучшие условия купли продажи, а также производства товаров. Подобное столкновение является неизбежным, оно порождается такими объективными условиями, как: полная хозяйственная обособленность каждого субъекта рынка, полная его зависимость от хозяйственной конъюнктуры и противоборство с другими претендентами за наибольший доход.

1.2 Функции конкуренции в экономике

Наиболее полно содержание конкуренции раскрывается, анализируя ее функций. На сегодняшний день выделяют шесть ключевых функций конкуренции:

- аллокационную;
- регулирующую;
- адаптационную;
- инновационную;
- распределительную;
- контролирующую.

Аллокационная функция конкуренции, иначе называемая функцией размещения, находит свое выражении в эффективном размещении самих факторов производства в регионах и местах хозяйственных организаций, где наибольшую отдачу обеспечивает их применение.

Регулирующая функция состоит в оказании воздействия конкуренции на предложение и скрытое производство благ для установления их оптимального

соответствия спросу. Посредством именно данной функции через все противоречия рынка развивается прогрессивная тенденция к установлению предложения спросом и производства общественными и индивидуальными потребностями. Речь, в конечном счете, идет о формировании реального «суверенитета потребителя» вместо суверенитета производителя. Принцип, который заключается в производстве только того, что можно будет продать, а не в продаже того, что было произведено выступает девизом данной функции.

Адаптационная функция ориентирована на рациональное приспособление организаций к условиям внешней и внутренней среды, что дает им возможность в переходе к экспансии сфер хозяйственной деятельности от простого самосохранения.

Инновационную функцию конкуренции можно обнаружить в различных формах новаторства, которые опираются на достижения научно-технического прогресса и определяют динамизм фактического развития субъектов рыночной экономики.

Распределительная функция конкуренции прямо и косвенно воздействует на распределение среди потребителей суммарного объема произведенных благ [3].

Контролирующая функция конкуренции заключается в предотвращении установления монополистического диктата агентов рынка.

Безусловно, вся совокупность вышеперечисленных функций предоставляет общую результативность функционирования рыночной экономики, ведь именно механизм и режим конкуренции обуславливают развитие рынка в качестве самокорректирующейся и саморегулирующейся системы.

Стоит отметить, что во многом функции рынка и функции конкуренции совпадают. Это объяснимо, поскольку конкуренция выражает смысл рыночной экономики и рынка [18].

Взаимодействие целой системы факторов обеспечивает успех и прогрессивное действие функций в конкурентной борьбе.

Американский исследователь Майкл Юджин Портер рассмотрел наиболее важную и четкую систему факторов в конкуренции. Он выделил несколько ключевых факторов, которые определяют в рыночной конкуренции экономический успех путем обобщения опыта развития мировой рыночной экономики.

В первую очередь, это факторные условия, которые необходимы для поддержания в данной отрасли конкуренции (развитая инфраструктура, достаточный капитал, технология, квалифицированные кадры, информация и др.).

Здесь принципиальное значение имеет характер и темп формирования факторов производства, эффективность их использования. Также большое значение имеют не базовые факторы (рабочая сила, транспорт, основные фонды), а наиболее специализированные и современные: научный потенциал, особая квалификация, достижения в конкретной деятельности. К примеру, начиная с 50-х годов Япония обладала значительно большим числом инженеров на душу населения, чем иные государства. Это внесло в конкуренцию больший вклад, чем низкая заработная плата в промышленности.

Аналогичный пример можно найти и в Америке. Высокий уровень квалификации американских специалистов по информатике и программистов оказал воздействие и на развитие данной отрасли, и на технический уровень и информационное обеспечение ряда иных отраслей.

Важно не просто обладать в факторах производства преимуществом, но и постоянно улучшать и поддерживать их высокий стандарт.

Кроме того, условия внутреннего спроса: структура, объем спроса, уровень благосостояния, возможности увеличения (изменение структуры потребностей, рост доходов, интернационализация спроса и др.). При этом в выигрыше находятся те государства, в которых внутренний спрос дает более четкую картину для действия не зарубежных предприятий, а своих, при этом

создавая им дополнительные возможности для достижения успеха в конкуренции, при этом затрудняя успех иностранным предприятиям.

Необходимо отметить обслуживающие и смежные отрасли. Каждая из них должна быть сама конкурентоспособной и способствовать успеху в конкуренции в системе с основными отраслями. К примеру, производство чернил и химия в Германии, производство обуви и обработка кожи в Италии; медицинская аппаратура и электронно-измерительная техника в США и т.д.

Следует выделить стратегию и структуру предприятий, характер конкуренции между ними. Предприятие является в рыночной экономике ключевым субъектом конкуренции. Здесь важен учет национальных, исторических особенностей отношений организации, собственности и управления, предпринимательской культуры [4].

Государство играет в конкуренции вспомогательную роль. Как бы хороша ни была государственная политика, она не обеспечивает успеха, если является единственным источником конкурентоспособности. Роль государства в конкурентной борьбе становится успешной в том случае, когда существуют другие предпосылки успеха, а государство только усиливает их роль.

Таким образом, все эти факторы составляют систему, критический анализ которой позволяет понять причины лидерства в конкуренции одних и причины неудач - других.

2 Анализ конкурентных отношений в экономике России

2.1 Особенности конкуренции в России

Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, заслушав информацию руководителя Федеральной антимонопольной службы о мерах по реализации Национального плана развития конкуренции в Российской Федерации на 2018-2020 годы, отмечает следующее.

Развитие конкуренции в рыночной экономике следует рассматривать как одно из ключевых направлений государственной политики, которая имеет своей стратегической целью сократить государственное участие в рыночных отношениях, обеспечить и устранить избыточное государственное регулирование, которое ограничивает свободное рыночное функционирование рынков.

Реализация стратегических направлений развития конкуренции нуждается в комплексном подходе, консолидации усилий органов государственной власти, органов местного самоуправления и институтов гражданского общества.

Для укрепления национальной экономики, а также дальнейшего развития конкуренции и недопущения монополистической деятельности Указом Президента Российской Федерации № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» были определены главные цели совершенствования государственной политики по развитию конкуренции, её основополагающие принципы, а также утверждён Национальный план развития конкуренции в Российской Федерации на 2018-2020 годы [17].

Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации постановляет:

1 Принять к сведению информацию руководителя Федеральной антимонопольной службы о мерах по реализации Национального плана развития конкуренции в Российской Федерации на 2018–2020 годы.

2 Рекомендовать Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации рассмотреть проект Федерального закона № 654023-6 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части раскрытия информации и информатизации регуляторных процессов в сферах естественных монополий и иных регулируемых сферах» [5].

Рекомендовать Правительству Российской Федерации:

– обеспечение контроля выполнения мероприятий, который предусматривает Национальный план развития конкуренции в Российской Федерации на 2018–2020 годы;

– подготовка и введение в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации проектов федеральных законов, которые направлены на дальнейшее развитие конкуренции в Российской Федерации, это позволит достичь главных показателей, которые определяет Национальный план развития конкуренции в Российской Федерации на 2018–2020 годы, а также на правовое регулирование применения антимонопольного законодательства к объектам интеллектуальных прав, учитывая развитие цифровой экономики;

– внесение изменений в стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, которые утверждает распоряжение Правительства Российской Федерации № 1738-р, для обеспечения реализации основных задач и принципов государственной политики по развитию конкуренции на региональном уровне;

– обеспечение разработки методики оценки эффективности деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации (руководителей высших исполнительных органов государственной власти

субъектов Российской Федерации) по повышению уровня развития конкуренции в российских субъектах;

- разработка и утверждение методических документов, которые определяют ключевые подходы по развитию конкуренции на уровне местного самоуправления в соответствии с задачами и целями государственной политики по развитию конкуренции;

- учёт правовых и экономических мер по обеспечению соблюдения прав производителей России при осуществлении закупок, которые происходят из иностранных государств товаров, а также выполняются или оказываются иностранными лицами работ и услуг, которые имеют равноценные отечественные аналоги;

- разработка и принятие комплексных мер, которые направлены на обеспечение обучения и подготовки специалистов в сфере антимонопольного законодательства;

- принятие комплекса мер, которые направлены на снижение цен на лекарственные препараты и пресечение фактов нарушения порядка ценообразования [16];

- исследование вопроса касательно снижения требований к кредитному рейтингу банков, в которых средства федерального бюджета могут размещаться на банковских депозитах;

- подготовка предложений о внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации и нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации, которые предусматривают исключение зависимости требований к уполномоченным банкам в соответствии с Федеральным законом «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» и к банкам, в которых могут быть открыты специальные счета в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», от критериев допуска кредитных

организаций к размещению средств федерального бюджета на банковских депозитах, а также установления для них менее жестких требований к кредитному рейтингу.

Предложить Федеральной антимонопольной службе осуществлять методическое обеспечение деятельности высших должностных лиц субъектов Российской Федерации (руководителей высших исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации) по реализации мероприятий по развитию конкуренции на основе стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации [6].

Предложить Правительству Российской Федерации проинформировать в 2019 году Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации о процессе реализации предложений, которые содержатся в настоящем постановлении.

Комитету Совета Федерации по экономической политике проинформировать палату в период весенней сессии 2019 года о реализации настоящего постановления.

Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на Комитет Совета Федерации по экономической политике.

Главным нормативным актом российского антимонопольного законодательства является Федеральный закон о защите конкуренции №135-ФЗ, он действует уже на более 10 лет, за это время он четырежды претерпел серьёзные изменения. Очередная попытка Правительства Российской Федерации усовершенствования законодательной базы, которая отвечает за борьбу с недобросовестной конкуренцией, является свидетельством того, что постоянно меняющиеся рыночные условия вынуждают чиновников к регулярному участию в борьбе монополистов и участников товарного рынка.

Что подразумевается под недобросовестной конкуренцией – описано в ст. 4 Закона. Определение Федерального Закона отсылает и к статье 34, п.2 Конституции Российской Федерации. Конституция РФ не поощряет действия на товарном рынке, преследующую монополизацию или недобросовестную

конкуренцию. Статья указывает нормы и правила, по которым устраняются преимущества перед конкурентами с использованием незаконных методов. В своей работе хозяйствующие субъекты обязаны руководствоваться положениями Закона, общепринятыми обычаями делового оборота, и требованиям добропорядочности и справедливости. Недобросовестная конкуренция – искусственное причинение убытков конкурентам, равно как и нанесение вреда деловой репутации [15].

Последний антимонопольный пакет — уже четвёртый за время действия Федерального закона. Дебаты среди чиновников разгорелись из-за последней редакции закона. 11 месяцев законодатели обсуждали необходимость внесения тех или иных поправок. К дискуссии привлекался непосредственный автор закона – Федеральная антимонопольная служба (ФАС), представители Министерства юстиции, Минэкономразвития, Российского союза промышленников и предпринимателей, Федеральной службы по тарифам. Ожидается, что новые поправки сократят административное вмешательство в работу коммерческих структур и снизят административную нагрузку на бизнес.

Итак, антимонопольный орган (ФАС):

- лишили доступа к налоговой тайне;
- исключили контроль за проведением сделок с участием государственных монополий;
- из списка объектов антимонопольного регулирования убрали понятие «интеллектуальная собственность» [7].

Кроме того, из компетенции ФАС исключены конкурсы приватизации госимущества.

Реестры юридических лиц-владельцев 35+% товарного рынка, в текущем году упраздняют.

В антимонопольное законодательство введены правила недискриминационного доступа (ПНД) в отношении структур, охватывающих долю 70+%. Прежде эти правила распространялись только на монополии.

Сегодня, устанавливаемые правительством, они регулируют каждодневные операции компаний:

- определяют условия заключения договоров;
- устанавливают цены или принципы определения цен на некоторые виды товаров;
- определяют круг потребителей;
- требуют реализовать продукцию, являющуюся дефицитом и пр.

Согласно новым поправкам, закон получил главу, расширяющую понятие «недобросовестной конкуренции» и указывающую на недопустимость дискредитации конкурентных компаний, распространения о них ложных сведений, использования не принадлежащих себе товарных знаков.

Ожидается, что федеральный закон в действующей редакции либерализует законодательство. Это окажет влияние и на судебную практику дел о защите конкуренции. Серьезное нововведение, касающееся хозяйствующих субъектов из числа представителей среднего и малого бизнеса, – запрет на проведение внеплановых проверок со стороны ФАС. Теперь антимонопольный орган обязан получить на это санкцию прокурора. Применительно к судебным процессам, возбуждение дела без соответствующего уведомления компании невозможно. При этом ФАС создает специальную апелляционную коллегию для жалоб на органы местного самоуправления и федеральные органы исполнительной власти, на юридических лиц, уличённых в недобросовестной конкуренции. Решение антимонопольного органа может по-прежнему включать наложение фиксированного административного или оборотного штрафа (до 15% прибыли на товарном рынке) [14].

За нарушение правил ведения бизнеса компанию могут наказать. В том числе за недобросовестную конкуренцию. Что входит в понятие недобросовестной конкуренции и какие меры грозят компании, если она поведет себя нечестно.

В России действует Федеральный закон № 135-ФЗ. Задача закона – защищать интересы участников оборота. В том числе препятствовать недобросовестной конкуренции. Актуальная редакция содержит подробное описание действий, которые указывают на недобросовестность компании, а также правовых последствий за нарушение закона.

Понятие недобросовестной конкуренции законодатель раскрыл в п. 9 ст. 4 закона № 135-ФЗ. Согласно данной норме недобросовестная конкуренция – это действия, с помощью которых компания пытается улучшить свое положение на рынке, но делает это нечестным путем. В статье выделили несколько характерных черт, по которым действия компании можно определить как нарушение требований закона.

В качестве признаков недобросовестной конкуренции законодатель назвал действия компании, которые:

- направлены на создание преимущества в соответствующей сфере бизнеса;
- противоречат законам РФ, обычаям делового оборота, принципам добропорядочности, разумности и справедливости;
- уже причинили или способны причинить убытки другим компаниям или навредить их деловой репутации.

Если конкурент компании прибегает к подобным действиям, его можно привлечь к ответственности [8].

В законе особо выделили несколько форм недобросовестной конкуренции. Этому посвятили специальную главу 2.1 закона № 135-ФЗ. Но доказать недобросовестность можно не только в отношении действий, которые законодатель упомянул напрямую (ст. 14.8 закона № 135-ФЗ). Список оставили открытым [13].

Конкуренция может возникнуть в любом секторе экономики, где для покупателей есть возможность выбрать продавца, где продавцы пытаются быть конкурентоспособными и отличаться от других субъектов

предпринимательства, и если рынок не захватили монополисты – все участники работают в одинаковых условиях [9].

Для банковской сферы конкуренция так же характерна, как и среди других коммерческих предприятий, которые реализовывают свои продукты ради прибыли.

Банковская конкуренция представляет собой процесс соперничества между участниками банковского рынка, их круг не ограничен лишь коммерческими банками. Все субъекты, вне зависимости от категории, стремятся к обеспечению себя прочным положением на рынке банковских услуг.

Участники банковского рынка подразделяются на:

- 1) специализированные банки и универсальные (ипотечные, сберегательные, инновационные, клиринговые, инвестиционные банки);
- 2) банки, которые обслуживают юридических лиц, они ориентированы на частных лиц;
- 3) небанковские кредитные организации (ломбарды, кредитные союзы, лизинговые компании);
- 4) нефинансовые организации (финансовые брокеры, клиринговые палаты, пенсионные фонды, инвестиционные компании, торговые дома).

Конкурентное пространство является достаточно разнообразным: участники некоторых банковских рынков выступают в роли продавцов, на других – в роли покупателей.

Различают следующие рынки.

- 1 Финансовые рынки. Банки в этой сфере представляют собой один из ключевых действующих лиц: на рынке ссудных капиталов, на рынке ценных бумаг, на рынке драгоценных металлов и валюты.
- 2 Рынок производственных услуг. Банки в роли продавцов банковских услуг для предприятий [12].
- 3 Рынок производственных ресурсов. Банки в роли покупателей необходимого рабочего оборудования.

4 Рынок потребительских услуг. Банки выступают как финансовые посредники между потребителями и продавцами товаров.

5 Рынок труда. Банки в качестве покупателей персонала.

6 Рынок недвижимости. Банки выступают финансовыми посредниками (ипотека), как отдельные покупатели (приобретение помещений для офисов и земельных участков) или продавцы (реализация залогового имущества должников).

Банковская конкуренция обладает отраслевым характером, в зависимости от дифференциации, то есть, конкурируют банковские продукты и услуги, а не учреждения.

У банковских продуктов отсутствуют конкурентоспособные «внешние» (небанковские) аналоги.

Банковская конкуренция имеет две формы:

- внутриотраслевая (единичная конкуренция);
- межотраслевая (групповая конкуренция).

Конкуренция между участниками банковского рынка осуществляется посредством ценовых и неценовых методов.

Ценовая конкуренция в свою очередь подразделяется на скрытую и открытую. Скрытая конкуренция предполагает качественные характеристики нового товара выше цены, которая если и поднимется, то непропорционально мало. При открытой ценовой конкуренции происходит широкое оповещение о снижении цены.

В банковской сфере в целом граница между открытой и скрытой конкуренцией является условной, поскольку отсутствует чёткая взаимосвязь между ценой товара и его потребительской ценностью.

Кроме того ценовая конкуренция в банковской среде обладает определёнными ограничениями. Это связано с государственным регулированием деятельности.

Проанализируем неценовые методы конкуренции. Цель – клиент должен выбрать учреждение, а не цену, даже если продукт – стандартный.

К основным инструментам неценовой конкуренции относятся:

- 1) формирование репутации банка, бренда, направленность на улучшение имиджа.
- 2) адаптация стандартизированных массовых услуг, учитывая интересы конкретного клиента.
- 3) экспансия региональной политики и расширение сети.
- 4) внедрение современных банковских технологий и технических средств.
- 5) совершенствование системы управления персоналом и повышение требований к квалификации сотрудников [10].

Сделаем вывод, что в современных условиях главными функциями государства становятся организация экономического, правового и социально-политического пространства для рыночного хозяйства, а также формирование равных условий для всех форм предпринимательства. Основное внимание следует уделить качественным параметрам экономического развития: повышению качества жизни, защите окружающей среды, и др. Таким образом, антимонопольное законодательство закрепляет деятельности на рынке хозяйствующих субъектов основополагающие правила. При этом уровень развития конкуренции в нашем государстве явно недостаточен.

2.2 Проблемы антимонопольного регулирования и развитие конкуренции в РФ

На сегодняшний день активно развивается антимонопольное регулирование, на неё оказывают влияние многие экономические, политические и общественные требования [11].

Процесс формирования государственного контроля по недопущению недобросовестной конкуренции в нашем государстве начался фактически с нуля, так как присутствующая относительно недавно в управлении

экономикой командно-административная система не допускала наличие свободной конкуренции в хозяйственной деятельности [2].

Функции антимонопольного регулирования в Российской Федерации выполняет Федеральная Антимонопольная Служба России (ФАС России).

Для обеспечения эффективной реализации указанных мер антимонопольная деятельность в РФ осуществляется по следующим направлениям:

- недопущение действий, которые направлены на ограничение конкуренции хозяйствующих субъектов, которые осуществляют свою деятельность на рынке или на его сегменте;
- предупреждение создания административных барьеров для входа на рынок;
- препятствование получению хозяйствующим субъектом доминирующего положения на рынке;
- принятие мер по избежанию злоупотребления доминирующим положением на рынке хозяйствующим субъектом – субъектом естественной монополии на товарном рынке, находящимся в состоянии естественной монополии;
- своевременная ликвидация возникновения негласных соглашений или согласованных действий хозяйствующих субъектов, которые направлены на ограничение конкуренции на рынке;
- осуществление контроля с целью поддержания конкурентной среды на рынке.[5]

Основу российского антимонопольного регулирования представляет система нормативных правовых актов, ключевое место в неё занимает Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». Сфера антимонопольного законодательства кроме того дополняют другие нормативные правовые акты.

Антимонопольное регулирование предполагает проведение детального анализа антимонопольным органом поведения данного хозяйствующего

субъекта с целью определения специфики и степени его воздействия на конкурентную среду отрасли.

Его важно проводить качественно и анализировать каждый случай отдельно. Такой анализ, с одной стороны, позволит решить вопросы текущие, по конкретным рынкам, с другой стороны, даст представление об общей ситуации и поможет скорректировать действующее антимонопольное законодательство. Кроме того, если рассматривать деятельность ФАС, то анализ способствует совершенствованию принятия решений по каждому делу и поможет сделать их более объективными. Проблемой является и то, что в системе государственных органов нет полного, исчерпывающего разграничения полномочий. Одни ведомства имеют слишком большое количество полномочий, и рассмотрение случаев нарушения антимонопольного законодательства становится менее качественным. С другой стороны, у некоторых ведомств забрали некоторые полномочия и функции, которые было бы логично, чтобы они реализовывали в связи с их спецификой.

Такой порядок способствует бюрократизации всей системы, и её результативность снижается. Поэтому необходима серьёзная перестройка системы распределения полномочий, однако, ясно то, что этот процесс может занять достаточно долгое время. Кроме того, чтобы успешно разграничить полномочия, необходима глубокая оценка текущей ситуации и разработка поэтапных мер для создания и реализации новой системы. Помимо этого, применение антимонопольного законодательства, со всеми его ограничениями, запретами, санкциями и проблемами ставит под сомнение необходимость системы с столь сильным административным контролем. Государство очень часто навязывает монополистам и даже не монополистам, а просто эффективным хозяйственным субъектам свою политику, ограничивая их в принятии решений. Например, законодательно запрещено закрывать предприятие, если оно не нарушает какие-либо явные нормы. Однако это лишь один пример. В любой области антимонопольного регулирования найдутся

свои рестрикции, каким-либо образом ограничивающие хозяйствующий субъект.

При этом правильность решения о том, является ли субъект монополистом, ещё под вопросом из-за неэффективности ведомств. В связи со всей этой ситуацией, очевидно, что необходим пересмотр ограничений законодательства и функций контролирующих ведомств. Необходимо повысить продуктивность мониторинговых и контролирующих органов. Несмотря на кажущуюся строгость российского антимонопольного законодательства, мало того, что сами нормативно - правовые акты имеют размытое содержание, так ещё и органы, которые должны осуществлять надзор, выполняют свою работу достаточно плохо, часто пропуская средне и сильно монополизированные рынки [1].

Необходимо вспомнить, какому контролю со стороны Федеральной антимонопольной службы подвергается малый и средней бизнес. Получается, что вместо того, чтобы ограничивать крупные монополии и развивать малый и средний бизнес, все делается наоборот. Развитие малого и среднего бизнеса является одной из важных составляющих конкурентной экономики, поэтому стоит стимулировать его развитие, улучшая условия, а не ограничивать и сдерживать его. Кроме того, важно модернизировать критерий определения доминирующего положения на рынке. Необходимо разграничить предприятия, добившиеся доминирующего положения путем использования мер добросовестной конкуренции и предприятия, обладающие уникальными конкурентными преимуществами.

В российской антимонопольной политике сформировалась парадоксальная ситуация. Государственные органы, с одной стороны, обладают достаточным количеством полномочий в области антимонопольного регулирования, они стремятся к максимальной их реализации, при этом часто перегибая палку. К примеру, как уже отмечено ранее, ФАС ограничивает деятельность малого и среднего бизнеса, заводит всё новые дела, якобы на предпринимателей, которые осуществляют

монополистическую деятельность, при этом понятно, что малый и средний бизнес не могут повлиять на экономику существенным образом. [4]

Кроме того, существует большое количество ограничений на рынке, которые не только останавливают монополистов, а также мешают осуществлять предпринимательскую деятельность хозяйствующим субъектам в целом.

С другой стороны, в России до сих пор, даже несмотря на все эти меры, функционирует большое количество монополий. Контролирующие органы не действуют эффективно, они очень часто вообще используют свои полномочия и пробелы в законодательстве с целью предоставления конкурентных преимуществ определённым предприятиям. Это представляет большую проблему для всей государственной системы. [3]

Следовательно, складывается совершенно странная и невыносимая ситуация: государство, с одной стороны, обвиняют в излишнем использовании административных мер, которые ограничивают конкуренцию, с другой стороны, на рынке отсутствует порядок, монополии практически без препятствий могут осуществлять свою деятельность, также возникают новые монополистические объединения.

Сделаем вывод, что необходима разработка, создание и реализация комплексных мер, которые обуславливают диалектическое единство недостатков и достоинств монополистической организации рынка, учитывая актуальные общественные проблемы и потребности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подведём итоги из проведённого исследования конкуренции, которая выступает многообразной экономической категорией.

Конкуренция представляет собой ключевую категорию рыночных отношений. Она может выступать в различных формах и осуществляться разными способами.

Она может функционировать между аналогичными товарами, т.е. быть внутриотраслевой, а может функционировать между товарами различных отраслей, т.е. быть межотраслевой.

Конкуренция может быть ценовой и неценовой. Ценовая конкуренция предполагает собой продажу товаров и услуг по более низким ценам, чем у конкурента. Снижение цены является возможным или за счет снижения издержек, или за счет уменьшения прибыли, однако это могут позволить только крупные предприятия.

Неценовая конкуренция основывается на продаже товаров более высокой надежности и качества, это достигается благодаря техническому превосходству.

В зависимости от способа конкуренции участников рыночных отношений, следует различать несовершенную и совершенную конкуренцию, а также соответствующие рынки: рынок несовершенной конкуренции и рынок свободной конкуренции.

Чем меньше воздействие отдельных предприятий на цену продукции, тем рынок считается более конкурентным.

Совершенная конкуренция представляет собой идеальный образ конкуренции, при которой многочисленные покупатели и продавцы действуют с равными правами и возможностями независимо друг от друга на рынке.

Главной чертой совершенной конкуренции является тот факт, ни одно из предприятий не оказывает влияния на розничную цену, поскольку в общем выпуске продукции доля каждой из них незначительна.

В полном объеме совершенная конкуренция недостижима. К ней можно только лишь приближаться. С известной долей условности свободной можно считать конкуренцию, которая существовала примерно до середины XIX в.

Со второй половины XIX в. начался бурный процесс концентрации производства. Это вызвало образование монополий.

Монополия возникает в том случае, когда отдельный производитель обладает доминирующим положением, а также осуществляет контроль рынка данного товара.

Цель монополии - получение максимально возможного дохода посредством контроля над ценой или объемом производства на рынке. Средством достижения цели является монопольная цена, которая обеспечивает прибыль сверх нормальной.

Возникновение монополий делает конкуренцию несовершенной (рынок несовершенной конкуренции).

Под несовершенной конкуренцией понимается рынок, на котором не выполняется хотя бы одно из условий свободной конкуренции.

Монополизация рынка в определенной степени характерна для всех государств с рыночной экономикой, однако существуют и ряд особенностей, которые отличают нашу экономику от зарубежной.

Для современной рыночной экономики является необходимым достижение определенного баланса между элементами свободной конкуренции и монополией, основываясь на политических, исторических и социальных аспектах каждого государства. Развитие свободной конкуренции на рынке товаров и услуг, безусловно, является положительным процессом, который содействует развитию рыночной экономики. Не зря ведь конкуренция считается двигателем рынка. Монопольная эксплуатация рынка

всегда повышает прибыль производителя - монополиста, но так, что покупатель теряет больше, чем выигрывает продавец.

Россия в настоящее время находится на переходном этапе формирования рыночной экономики. На развивающемся рынке России высокая концентрация монополизма является ничем иным как пережитком плановой экономической системы. Россия, продолжая движение в сторону свободного рынка, рано или поздно, перейдет к олигополистическому рынку.

Проблема недобросовестной конкуренции и монополизации на данном этапе быть только экономической перестает. Она все в большей степени становится общественной и политической. В некоторых случаях существование монополии, бесспорно, является необходимым и оправданным, однако за этими процессами со стороны государства должен осуществляться жесткий контроль по недопущению злоупотребления своим монопольным положением.

Следует учитывать также тот факт, что в сложившихся условиях сильно монополизированного рынка, где в качестве продавца чаще всего выступает всего одно предприятие, необходимы меры для борьбы с монополиями.

Особенности российского монополизма не позволяют в борьбе с недугом российской экономики использовать зарубежный опыт, а тем более ждать от него такой же эффективности, которую мы видим в развитых капиталистических странах. Отличие Российского рынка, переживающего переходный период, от рынка стран с развитой экономикой, и мера, принимаемая для борьбы с общими проблемами в рыночной экономике в России должны быть иными, адекватные реалиям, сложившимся на Российском рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Арментано, Д. Антитраст против конкуренции. – М.: ИРИСЭН, 2016. – 432 с.
- 2 Глобализация: проблемы конкуренции и интеграции. – М.: РГГУ, 2014. – 216 с.
- 3 Григорьев, Л. Конкуренция и сотрудничество. Экономические перспективы Восточной Балтики. – М.: Европа, 2016. – 1109 с.
- 4 Ле Гранд, Д. Другая невидимая рука. Предоставление общественных услуг на основе выбора и конкуренции. – М.: Издательство Института Гайдара, 2013. – 240 с.
- 5 Кирцнер, И. Конкуренция и предпринимательство. – М.: Книга по Требованию, 2013. – 288 с.
- 6 Крупорницкая, И. А. Конкурентоспособность ТНК газовой промышленности в условиях глобализации. – М.: Наука, 2013. – 348 с.
- 7 Кулешова, А. Б. Конкуренция в вопросах и ответах. – М.: ТК Велби, Проспект, 2016. – 256 с.
- 8 Макаренков, С. М. Джон Рокфеллер. О жадности, конкуренции, налогах. – М.: Рипол Классик, 2014. – 1163 с.
- 9 Никонов, Н. Глагол несовершенного вида. – М.: Средне-Уральское книжное издательство, 2015. – 480 с.
- 10 Овчинников, В. В. Глобальная конкуренция. – М.: Институт экономических стратегий, 2014. – 360 с.
- 11 Осадчук, Е. В. Конкурентоспособность в Интернете. Как сделать свой проект успешным: моногр. – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2014. – 152 с.
- 12 Парамонова, Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли. – М.: КноРус, 2014. – 120 с.

- 13 Прахалад, К. К., Рамасвами, В. Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности вместе с потребителями. – М.: Олимп-Бизнес, 2016. – 352 с.
- 14 Просветов, Г. И. Конкуренция. Задачи и решения. – М.: Альфа-пресс, 2015. – 344 с.
- 15 Маккейн, С. Вне конкуренции. – М.: Попурри, 2013. – 652 с.
- 16 Супрун, В. А. Интеллектуальный капитал. Главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке. – М.: Либроком, 2015. – 192 с.
- 17 Фатхутдинов, Р. А. Глобальная конкурентоспособность. На стол современному руководителю. – М.: Стандарты и качество, 2014. – 464 с.
- 18 Фидельман, Г. Альтернативный менеджмент. Путь к глобальной конкурентоспособности. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 192 с.
- 19 Философова, Т. Г., Быков, В. А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность. – М.: Юнити-Дана, 2013. – 296 с.
- 20 Чиркунов, О. А. Государство и конкуренция. – М.: Новое литературное обозрение (НЛО), 2016. – 277 с.