Министерство образования и науки РФ

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Экономический факультет

Кафедра теоретической экономики

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**Инфляция и антиинфляционное регулирование**

Выполнил (а):

студент (ка) I курса

экономического факультета

специальность \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

группа \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ф.И.О.\_\_\_\_\_\_\_\_

Научный руководитель:

канд. экон. наук, доц. Ф.И.О.\_\_\_\_\_\_\_\_

Нормоконтролер Ф.И.О.\_\_\_\_\_\_\_\_

Краснодар 2015

**Содержание**

Введение………………………………………………………………………….......3

1. Понятие «конкуренция»
   1. Подходы к определению конкуренции……………………………………..5
   2. Формы и функции конкуренции…………………………………………….8
   3. Рынок совершенной конкуренции…………………………………………11
   4. Противоречивость конкуренции и ее конечный результат – монополия…………………………………………………………………...13
2. Понятие «монополия»
   1. Подходы к определению монополии……………………………………...15
   2. Формы и виды монополий…………………………………………………18
   3. Рынок несовершенной конкуренции……………………………………....21
   4. Антимонопольное законодательство……………………………………...23
3. Современное состояние конкуренции на отечественном рынке…………….25

Заключение…………………………………………………………………………30

Список использованных источников…..................................................................32

**Введение**

Слово конкуренция произошло от латинского слова *concurro,* которое означает борьбу и соперничество. Это соперничество было присуще еще древнему миру. История человеческого общества, экономическая и иная, это и история конкурентной борьбы, история изменения ее форм и методов в меняющихся условиях общественной жизни. Безусловно, экономическая конкуренция Древней Греции имела совершенно отличную от современной форму, но она существовала и, значит, была актуальна. С начала зарождения экономических отношений между людьми конкуренция становилась все только актуальней, изменяясь в своем историческом развитии и достигнув апогея в век формирования рынка, рыночной экономики. Как показывает опыт и теоретические положения, на современном этапе развития общества рыночная экономика является самой эффективной. А ее главным механизмом регулирования и катализатором является именно конкуренция, которая вместе с развитием рынка, технологий, инфраструктуры и усложнением отношений приобретает формы борьбы между отраслями, рынками, транснациональными компаниями и странами. Соперничество таких экономических гигантов, их большое влияние в отраслях накладывает несовершенства на конкуренцию, оказывая негативное влияние на функционирование экономики в целом.

Следовательно, в настоящее время изучение конкуренции, процесса монополизации и связанных с этим явлений предстает перед исследователем как одна из самых злободневных проблем, как явление, пронизывающее всю экономическую систему, а, следовательно, и социальную.

Целью данной курсовой является многосторонний анализ конкуренции и монополии как экономических категорий в их антагонизме и взаимосвязи, а также рассмотрение антимонопольной политики и современного состояния конкуренции рынка Российской Федерации.

В соответствии с целью исследования были поставлены такие задачи как:

- дать определение понятия конкуренции и ее противоречивости

- рассмотреть понятие монополии и антимонопольное законодательство

- дать характеристику современного состояния конкуренции на отечественном рынке.

Объект исследования – конкуренция и монополия как экономические явления.

Предметом исследования является практическое выражение конкурентно-монопольных явлений антимонопольной политики в экономики России.

Теоретической базой исследования являются такие школы как меркантилизм, марксизм, физиократическая школа, классическая политэкономия, кейнсианство и отдельные теории некоторых ученых-экономистов.

Методологической базой исследования послужили фундаментальные концепции, представленные в классических и современных трудах ученых-экономистов, внесших существенный вклад в исследование проблемы конкуренции и монополии. Также использованы законодательные и нормативные акты, отражающие антимонопольное регулирование в Российской Федерации.

Информационная база исследования представлена широким списком литературы: научные статьи, публикации, монографии, теоретический материал из учебных пособий, выдержки из законодательства. Основная экономическая теория, использованная в процессе исследования, заимствована у зарубежных экономистов различных школ и направлений, таких как: Т. Мен, Ф. Кене, А. Смит, Д. Рикардо, Дж. С. Милль, Дж. М. Кейнс, К. Маркс, А. Маршалл, Й. Шумпетер, Э. Чемберлин, Дж. Робинсон, Дж. Гэлбрейт, Дж. Хикс и некоторые другие.

1. **Понятие «конкуренция»**
   1. **Подходы к определению понятия «конкуренция»**

Конкуренция – одна из самых важных категорий экономической теории. Ни одна модель механизма функционирования рынка не обходится без этого понятия. А сам рынок и рыночная экономика, как система, образовались в результате формирования общественных отношений, призванных регулировать конкурентное поведение экономических субъектов, которые обеспечивают гарантии свободы экономической деятельности каждому из хозяйствующих субъектов. К числу существенных признаков рыночной системы следует отнести, прежде всего, конкуренцию и развивающиеся на ее основе конкурентные отношения. Начиная еще со времен меркантилизма и заканчивая современной экономической моделью, страны с рыночной экономикой осознают необходимость регулирования рынка и обеспечения конкурентной среды. [1] Ведь до тех пор, пока в экономической системе поддерживаются условия конкуренции и соответствующие ей конкурентные отношения, рыночная система продолжает функционировать и динамично развиваться. С исчезновением конкурентных начал, прекращает свое существование и целостная рыночная экономика.

Существует немало различных определений конкуренции в научной литературе, которые отражают те или иные стороны этого многогранного понятия.

Рассматривая подходы к определению конкуренции в хронлогическом порядке, следует начинать с теории физиократов, так как вклад предшествующих им меркантилистов историки экономических учений полностью отрицают. Хотя меркантилистская политика, направленная на ограничение импорта и, таким образом, конкуренции и правило представителя этой школы Т. Мена «Продавать иностранцам ежегодно на большую сумму, чем мы покупаем у них» [2] явно указывают на немалую роль в развитии данного понятия.

Что касается самих физиократов, основоположником школы которых был Франсуа Кене, то они являлись ярыми противниками вмешательства государства в экономику страны, рассматривая конкуренцию как естественную форму рыночных отношения, противясь всякому роду монополий и защищая свободы предпринимательской деятельности.

Следующей по очереди стоит классическая концепция конкуренции, трактовавшаяся как сила, ограничивающая стихийную борьбу хозяйствующих субъектов и стимулирующая экономическую жизнь общества. Впоследствии она была обобщена Адамом Смитом в работе «Исследования о природе и причинах богатства народов» [3], в которой было впервые доказано, что конкуренция приводит к оптимальному распределению труда и капитала. Она должна уравновешивать частные интересы и экономический эффект, сравнивая ее с «экономической рукой», которая координирует деятельность участников рынка. Конкуренция, по Смиту, выступает в качестве силы, возвращающей рынок через механизм взаимодействия спроса и предложения к некой точке равновесия. А сама же точка равновесия определяется как совокупность выгод и невыгод различных применений труда и капитала. Важно заметить, что Смит выделял конкуренцию не только среди производителей, но и среди покупателей, стремящихся сделать наиболее выгодные покупки.

Другой выдающийся представитель классической политэкономии и последователь Смита – Давид Рикардо, рассматривавший конкуренцию как необходимое условие рыночного ценообразования: цены складываются только под воздействием спроса и предложения в процессе конкурентной борьбы. Рикардо построил теоретическую модель совершенной конкуренции при функционировании рыночной системы в долгосрочной перспективе. Однако совершенная конкуренция является лишь частью конкурентных отношения, экономической утопией, не существующей в чистом виде.

Развивая идею классической школы, Дж.С.Милль пологал, что «Принимая во внимание то, что конкуренция является единственным регулировщиком цен, заработной платы, ренты, она сама по себе является законом, который устанавливает правила этого регулирования» [4]. Говоря о «законе», Миль указывает на значение конкуренции, которое заложено в самой природе экономических отношений.

Дж. Мейнард Кейнс, глава современной вульгарной политэкономии, автор «Общей теории занятости, процента и денег» [5], в условиях развития конкуренции, обосновывает необходимость государственного вмешательства в рыночную экономику. Анализ содержания организационных форм конкурентных отношений демонстрирует, что их становление и совершенствование представлено как технологическими условиями, так и формированием общественных регуляторов в виде государственных институтов.

И в завершение хронологического анализа конкуренции рассмотрим марксизм, рассматривавший конкуренцию с позиции теории стоимости. По Марксу, конкуренция определяется как антагонистическая форма экономического соперничества, борьба между предпринимателями за наиболее выгодные условия приложения капитала с целью получения наибольшей прибыли. По его мнению, конкуренция, распределяя капитал между разными отраслями, способствует образованию средней норме прибыли. «Равенство прибыли во всех отраслях промышленности и народного хозяйства предполагает полную свободу конкуренции, свободу перелива капитала из одной отрасли в другую. А частная собственность на землю создает монополию, помеху этому свободному переливу. В силу этой монополии, например, продукты сельского хозяйства, отличающегося более низким строением капитала и более высокой нормой прибыли, не идут в вполне свободный процесс выравнивания нормы прибыли; собственник земли, как монополист, получает возможность удержать цену выше средней, а эта монопольная цена рождает абсолютную ренту» [6].

Явление конкуренции рассматривали и определяли десятки экономистов, поэтому весь этот идейный плюрализм объединим общепринятым словарным значением, которое характеризует конкуренцию как соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Ее непременным условием является независимость субъектов рыночного отношения от определенных "высших" и внешних" сил, проявляющаяся в возможности самостоятельно принимать решение о производстве или купле товаров или услуг и в свободе выбора рыночных партнеров. В процессе конкуренции хозяйствующие субъекты как бы взаимно контролируют друг друга.

* 1. **Формы и функции конкуренции.**

Конкуренция представляет собой сложнейший механизм соперничества между всеми участниками рынка за выгодные условия производства, купли и продажи. В экономической теории в соответствии с определенными признаками различают ценовую, неценовую; совершенную, несовершенную; межотраслевую, отраслевую; прямую, косвенную конкуренцию; конкуренцию продавцов и конкуренцию покупателей.

Ценовая конкуренция основана на привлечении покупателей за счет разницы цены на товары, аналогичные по качеству товарам конкурентов. В результате ценовой конкуренции потребители могут купить товар по более низким ценам, производители же теряют часть прибыли в результате снижения цен. Компании используют ее для вытеснения конкурентов, но при этом несут некоторые убытки. Поэтому рассматривается она, как средство, которое принесет прибыль лишь в перспективе.

Неценовая конкуренция ориентирована на удовлетворение потребительских запросов рынка и предполагает использование новых технологий и затрагивает качество и ассортимент товара. Главным показателем качества товара является его новизна, оформление, уровень безотказности, реклама, последующее гарантийное и послегарантийное обслуживание.

Под совершенной конкуренцией понимается такое состояние рынка, при котором имеется большое число покупателей и продавцов, каждый из которых занимает относительно малую долю на рынке и не может диктовать условия продажи и покупки товаров. Цена товара определяется на основе спроса и предложения, в соответствии с рыночными законами.

Несовершенная же конкуренция, которая встречается гораздо чаще, характеризуется таким положением на рынке, при котором возможны осложнения при вступлении в него и выходе из него. Это противоположный вариант совершенной конкуренции, возникающий, когда ограниченное число предприятий способно предложить особый товар по существующей цене.

Прямая конкуренция характеризуется своей открытостью. Например, товаропроизводитель широко оповещает потребителей о снижении цен. В условиях открытой конкуренции часто встречается практика обмена информацией о ценах между предприятиями, выпускающими аналогичную продукцию.

Соответственно, косвенная конкуренция отличается скрытостью и отождествляется с недобросовестностью, поскольку использует методы нечестной конкурентной борьбы. Здесь правилом считается систематическое нарушение норм и правил принятого на рынке сотрудничества. В большинстве развитых стран скрытая конкуренция запрещена законодательно[7].

В ходе отраслевой конкуренции соперничество протекает на основе сопоставления одноименных товаров. Действия конкурентов происходят внутри отрасли и направлены на завоевание рынка за счет удешевления продукции, улучшения внешнего вида изделий, усиления рекламы.

В условиях межотраслевой конкуренции усилия переключаются на более выгодное вложение капитала. Борьба идет за занятие места в той отрасли, в которой обеспечивается высокая прибыль. Особое внимание обращается на вложения в новые перспективные отрасли.

Конкуренция среди продавцов является классической и наиболее распространенной - производители хотят продать свои товары дороже, побеждает тот, кто уступает в цене и увеличивает объемы продаж.

Конкурентная борьба среди покупателей при настоящей насыщенности рынка встречается значительно реже. Здесь все хотят купить товары по более низкой цене, и побеждает тот, кто согласится с более высокой рыночной ценой.

Сущность же самой конкуренции, как и любого другого понятия, наиболее полно раскрывается при анализе ее функций:

1. Первая и наиболее важная – функция регулирования. Для того чтобы устоять в борьбе, производитель должен предлагать предметы, которые предпочитает покупатель. Следовательно, факторы производства под влиянием спроса и цены направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность.
2. Инновационная функция. Предприятия, которые предлагают лучшую по качеству продукцию или производят ее с меньшими производственными затратами, получают вознаграждение в виде прибыли. Как следствие, идет стимуляция технического прогресса.
3. Без контролирующей функции которая призвана не допустить установления монополистического диктата одних агентов рынка над другими, конкуренции и вовсе бы не существовало.
4. Функция распределения отвечает господствующему в конкурентной борьбе принципу вознаграждения по результатам, то есть позволяет распределять прибыль среди предприятий в соответствии с их эффективным вкладом.
5. И наконец, санирующая функция, в которой многие видят несправедливость конкуренции, выражается в устранении слабых и неприбыльных предприятий на рынке.

В теории выделяют и другие функции, но выше представлены именно те, которые определяют суть конкуренции как самостоятельной экономической категории.

* 1. **Формирование совершенной конкуренции**

Конкуренция является одним из наиболее действенных элементов рыночного механизма хозяйствования, выражающимся в форме взаимодействия рыночных субъектов. Но быть эффективным рыночным механизмом хозяйствования она может лишь, являясь совершенной или близкой по форме к чистой конкуренции.

Совершенная или чистая конкуренция - это такое состояние рынка, при котором имеется огромное число продавцов, обеспечивающих конкуренции широкие возможности. Предполагается наличие необходимой и доступной информации о ценах, их динамике, продавцах и покупателях не только в данном месте, но и в других регионах и городах. Рынок совершенной конкуренции предполагает отсутствие власти производителя над рынком и установление цены не производителем, а через функцию спроса и предложения. Сущность чистой конкуренции отчетливо видна при рассмотрении необходимых для ее существования условий:

1. Огромное количество фирм, имеющих небольшую долю на рынке и производящих однородную, стандартизированную продукцию. При таком не очень существенном положении в отрасли, производитель не в состоянии влиять на рыночную цену.

Но следует отметить, что это лишь утопическая теория. Ведь очевидно, что если производитель занимает некоторую часть рынка, сдвиг кривой индивидуального предложения этого производителя приведет к некоторому сдвигу кривой рыночного предложения, что вызовет изменение равновесной цены.

1. Отсутствие входных барьеров для новых производителей в отрасль и возможность беспрепятственного из нее. Входные барьеры могут создаваться как самими фирмами, так и государством при естественной монополии в отрасли, где конкуренция не может иметь положительного эффекта.
2. Стандартизированная продукция при отсутствии неценовой конкуренции. В таких условиях отсутствует качественное различие между товарами и, соответственно, опасность, что покупатели предпочтут продукцию одной фирмы из-за их некоторого превосходства по свойствам от продукции других фирм. Самый очевидной пример – сельскохозяйственный рынок.
3. Совершенная мобильность. Производители и покупатели имеют возможность мгновенно заключать сделки с любыми производителями и покупателями, не требующие дополнительных затрат. В наше время такая мобильность достигается при помощи компьютеров и информационных сетей.
4. Полная доступность информации как для покупателей, так и для продавцов. Покупатели имеют полную информацию о характеристиках продукта, ценах на него, а производители располагают информацией о производственной технологии, ценах на факторы производства. Перевес в обладании информацией в сторону производителя, называется рынком с ассиметричной информацией.
   1. **Противоречивость конкуренции и ее конечный результат – монополия**

Высшая степень конкурентности рынка достигается тогда, когда отдельная компания не способна влиять на него. Это возможно лишь в случае, если на рынке товаров действует так много фирм, что любая из них в частности никак не может повлиять на цену продукта, и воспринимает в таком виде, который определяется рыночным спросом и предложением. Такой рынок называется целиком конкурентным. А фирмы, которые действуют в условиях целиком конкурентного рынка, не ведут между собою конкурентной борьбы. Если же отдельные компании имеют возможность влиять на условия реализации своей, то они ведут между собою конкурентную борьбу, но рынок, где эта возможность реализуется, конкурентным уже не считается.

Как мы видим, конкуренция – понятие явно противоречивое. С одного стороны существует утверждение, гласящее о том, что без конкуренции рынка быть не может, а с другой – целиком конкурентным является рынок, на котором производители не ведут между собою конкурентной борьбы. Причем, чем сильнее эта борьба, тем полнее формируются условия для ограничения конкуренции. Вследствие, рынок начинает двигаться к монопольному.

Также, конкуренция отражает противоречивость рыночных отношений. С одной стороны, она обеспечивает экономическую свободу, создает различные привилегии для покупателей, стимулирует производство товара высокого качества, а с другой, представляет собой жесткую систему отношений, в которой экономически более сильное предприятие имеет возможность поглощения своих конкурентов. Одни терпят крах, а другие поднимаются на ступень выше.

Таким образом, из-за неравного положения происходит разрастание крупного производства и концентрация капитала в руках нескольких фирм. От сюда следует, что компаниям при таких больших масштабах производства легче повышать производительность труда, снижать издержки, что позволяет им снижать цена на товары. Производитель качественной, но более дешевой продукции переманивает покупателей, постепенно разоряя своих конкурентов, которые в силу небольших капиталов не в состоянии вести ценовую борьбу.

Получается, что конкуренция имеет противоречие в самой себе – это образование монополии. Но это противоречие – монополия составляет такое же противоречивое единство с самим понятием конкуренции. Можно назвать это так называемым замкнутым, порочным кругом рыночных связей. Так вот единство это заключается в том, что для любого товаропроизводителя монополия на производство продукта служит средством достижения цели. Чтобы получить максимальную прибыль, нужно завысить цену на товар. А возможно это только при условии, что производитель достигает монопольного положения в производстве и реализации своей продукции.

Монополия является внутренним, необходимым свойством конкурентной борьбы. Можно сравнить ее с вершиной горы, ради достижения которой альпинисты ведут борьбу с силой притяжения, экстремальными условиями и даже между собой. Эта вершина является целью, которая стимулирует к активной деятельности. Так для каждого хозяйствующего субъекта монопольное положение на рынке является стимулом.

Тем не менее, при появлении монополий конкуренция не прекращает своего существования совсем. Формально свободная конкуренция сменяется монополизмом, но владычество монополистов не устраняет конкурентной борьбы, так как присвоение результатов труда остаётся частным. Никуда не исчезает, а только нарастает противостояние интересов крупных компаний, различных монополистических групп и объединений. И чем интенсивнее происходит монополизация рынка, тем сильнее обостряется конкуренция (исключая абсолютную монополию и дуополию). Ее характер зависит от степени монополизации капиталистического хозяйства. Она лишь меняет форму, превращаясь из конкуренции между многими мелкими производителями в конкуренцию между гигантами, монополиями.

**2. Понятие «монополия»**

**2.1. Подходы к определению понятия «монополия»**

Рынок несовершенной конкуренции, монополистическая конкуренция, олигополия, совершенная конкуренция. Все, кроме последнего понятия, имеют место в реальной экономической системе. Поэтому чистая конкуренция была сокрушительно раскритикована касательно ее оторванности от экономической реальности и слабой применимости для анализа реальных рынков. Примерно то же можно сказать и о абсолютной монополии. Эти два понятия - теоретические абстракции, которые выражают две полярные рыночные ситуации, критические точки.

Первую критику совершенной представил кембриджский экономист Альфред Маршалл. Он же ввел в экономическую теорию понятие монополии и, как и принято сейчас, считал ее полной противоположностью конкуренции. Он утверждал, что монополия как антипод конкуренции уменьшает благосостояние общества, но вместе с тем, считал, что сосредоточение производства в руках одной компании приводит к существенной экономии издержек по сравнению с ситуацией, когда совокупный объем производства поделен между множеством конкурирующих производителей [8]. «Им приходится бороться друг с другом, чтобы привлечь к себе внимание потребителей, и они все в совокупности затрачивают значительно больше, чем единственная фирма, на рекламу во всех ее формах; они оказываются не в состоянии добиться многих видов экономии, которая является следствием производства в крупном масштабе» [9]. То есть, говоря о положительном воздействии так называемого эффекта масштаба, Маршал оправдывает монополию именно с экономической точки зрения.

Йозеф Шумпетер доказывал, что крупные фирмы, обладающие значительной властью, - это совсем неплохое явление в экономике. Они ускоряют технические изменения, так как фирмы, обладающие монопольной властью, могут тратить свои монопольные прибыли на исследования, чтобы защитить или упрочить свою монопольную власть. Занимаясь исследованиями, они обеспечивают выгоды как себе, так и обществу в целом. Но убедительных доказательств того, что монополии играют особенно важную роль в ускорении технического прогресса, нет, так как монополии могут задержать развитие технического прогресса, если он угрожает их прибыли [10].

Модели функционирования экономики в рамках классической и неоклассической школ, строились на предположении о совершенной конкуренции, свободном переливе капитала и полной информированности всех участников экономического процесса. Но безусловно, никогда не отрицалось, что в экономике присутствует и монополия. Предполагалось, что она возникает лишь на естественной или юридической основе. Первая является результатом невоспроизводимых условий производства, а вторая — результатом «дарования привилегий». Такая трактовка характерна для Адама Смита, который пишет, что «Монополия, предоставленная отдельному лицу или торговой компании, оказывает то же действие, что и секрет в торговле или мануфактурном производстве. И монополисты, поддерживая постоянный недостаток продукции на рынке продают свои товары намного дороже естественной цены» [11]. Смит монопольную цену рассматривает как высшую цену, которая только может быть получена и, в отличие от Маршалла и Шумпетера, не выделяет положительного воздействия монополии.

Исходя из Смитовской концепции «экономического человека», можно предположить, что предприниматель в своем стремлении к получению максимальной прибыли стремится захватить контроль над предложением товара, что позволит ему контролировать цену на рынке. Поэтому он стремится создать товар, отличный от товара конкурента. Каждая фирма, добившись некоторой дифференциации своего продукта, становится монополистом на рынке его сбыта. Возникает монополия по дифференциации продукта, которая предполагает ситуацию, когда производя определенный продукт, отличный от продукции других фирм, фирма обладает частичной рыночной властью.

Исследование процессов ценообразования в условиях монополизации экономики подытожили две, примерно одновременно вышедшие работы «Теории монополистической конкуренции» Э. Чемберлина и «Экономическая теория несовершенной конкуренции» Дж. Робинсон.

Не говоря о прочих заслугах американского экономиста, Э. Чемберлин был первым, кто ввел в экономическую теорию понятие «монополистической конкуренции». Это явилось вызовом традиционной экономической науке, согласно которой конкуренция и монополия — взаимоисключающие понятия [12]. Согласно же взгляду Чемберлина, большинство экономических ситуаций представляют собой явления, включающие и конкуренцию, и монополию. Он утверждал, что реальные цены на рынке не тяготеют ни к чистой конкуренции, ни к чистой монополии, а стремятся к промежуточному положению, определяемому в каждом отдельном случае в соответствии с относительной силой обоих факторов [13].

Английский экономист Дж. Робинсон, как и Чемберлин, исследовала те же проблемы: сдвиги в механизме рыночной конкуренции, проблемы монополизации рынка, механизм монополистического ценообразования. Однако Робинсон, в отличие от Чемберлина, не связывала монополистическую конкуренцию с одной из характеристик естественного состояния рынка в равновесии, а видела в ней нарушение и потерю равновесного состояния хозяйственной системы [14]. К тому же она не считала дифференциацию продукта единственным условием монополии. Значительное внимание в своем исследовании она посвятила вопросу поведения крупных компаний, олицетворяющих высокий уровень концентрации производства, поглощающих многие конкурирующие между собой фирмы, что способствует несправедливости в распределении богатства и дестабилизации социально-экономических отношений на рынке.

В современной экономической теории монополия определяется двояко: 1) как господство на рынке товаров и услуг одного производителя, продавца или сравнительно небольшой группы производителей, продавцов, объединившихся в целях захвата рынков, вытеснения конкурентов, продающих данный или аналогичный товар, контроля цен; 2) как действия хозяйствующих субъектов, органов управления, направленные на устранение конкуренции, установление доминирующего положения одного участника рынка [15]. Несовершенство конкуренции достигает здесь наивысшей степени. Ведь конкуренция предполагает разделение экономической власти, наличие у потребителя выбора. Именно ситуация взаимоисключающего выбора провоцирует состязание между производителями за потребителя. В условиях же монополии потребителям противостоит единый производитель-гигант. Поэтому покупатель вынужден пользоваться продукцией монополиста, соглашаться на его ценовые условия.

**2.2. Формы и виды монополий**

Английский экономист Дж. Робинсон утверждала, что: «Исследование различных закономерностей экономической теории принято начинать рассмотрением условий совершенной конкуренции, трактуя затем монополию как соответствующий особый случай, правильнее начинать исследование рассмотрением монополии, трактуя условия совершенной конкуренции как особый случай» [16]. Ведь действительно, форм несовершенной конкуренции и монополии множество, а совершенная конкуренция вовсе является абстракцией.

В экономической теории выделяют разные виды монополий по различным критериям. Так можно выделить и объединить в одну группу административную, экономическую и естественную монополии:

1. Административная монополия. Такая монополия создается волей государственных органов, которая выражается в предоставлении отдельным фирмам исключительного права на выполнение определенного рода экономической деятельности. Также создаются организационные структуры для государственных предприятий, когда они объединяются и подчиняются разным главам и министерствам. В таком случае, обычно, группируются предприятия одной отрасли. Они выступают на рынке как один хозяйственный субъект, и поэтому между ними не нет никакой конкуренции.
2. Экономическая или предпринимательская монополия является наиболее распространенной. Речь идет о предпринимателях, которые вырвались вперед и сумели завоевать монопольное положение на рынке. К такому положению ведут два пути. Первый заключается в успешном развитии предприятия, постоянном увеличении его масштабов путем концентрации капитала. Второй основывается на процессах централизации капиталов, то есть на добровольном объединении или поглощении победителями банкротов.
3. Стоит выделить естественную монополию, которая часто обладает положительным общественным потенциалом. Она трактуется как такое состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства (в связи с существенным понижением издержек производства на единицу товара по мере увеличения объема производства), а товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами, в связи с чем спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественных монополий, в меньшей степени зависит от изменения цены на этот товар, чем спрос на другие виды товаров [17].

Концентрация производства и капитала – главные причины возникновения монополий. А увеличение масштабов производства в процессе концентрации и интеграции осуществляется в таких формах монополистических объединений, как:

Картель - объединение нескольких предприятий одной сферы производства, в котором договариваются о доле каждого в общем объеме производства, ценах и рынках сбыта. Его участники сохраняют собственность на средства производства и произведенный продукт, производственную и коммерческую самостоятельность.

Синдикат - это объединение ряда предприятий одной отрасли, целью которого является совместный сбыт продукции общей сбытовой конторой. Компании здесь сохраняют производственную, но теряют коммерческую самостоятельность.

Трест - ряда предприятий одной или нескольких отраслей, участники которого объединяют производство, сбыт, финансы, управление, а на сумму вложенного капитала собственники получают акции треста, дающие право принимать участие в управлении и присваивать часть прибыли треста. Но при этом компании теряют собственность на средства производства и произведенный продукт, производственную и коммерческую самостоятельность.

Концерн – наиболее развитая многоотраслевая форма объединения предприятий с единым центром, осуществляющим жесткий внутрифинансовый контроль. Важным является хозяйственная самостоятельность компаний, филиалов и децентрализация управления по основным группам продукции и территориям.

Конгломерат - объединения, основанные на проникновении крупных корпораций в отрасли, не имеющие ни производственной, ни технологической связи с традиционными сферами деятельности головной фирмы. При такой форме объединения наблюдается высокий уровень децентрализации управления производственными сегментам, которые обладают широкой автономией.

Консорциум - это временное объединение независимых компаний, с целью выполнения, обычно, масштабных экономических проектов. Его члены несут имущественную ответственность, а само объединение всегда несет солидарную ответственность перед заказчиком.

Все вышеперечисленные формы монополии объединяет стремление к смягчению конкуренции и недопущению новых фирм-конкурентов в отрасль с целью экономического доминирования, как способа сохранения и приумножения монопольной прибыли и обеспечивающих ее преимуществ.

* 1. **Рынок несовершенной конкуренции**

При рассмотрении моделей совершенной и несовершенной конкуренции, нельзя оставить без внимания типы рынков. Рынки различаются по количеству предприятий, типу выпускаемой продукции, возможности контроля над ценой, наличию барьеров вступления в отрасль и видам неценовой конкуренции. В экономической теории выделяют четыре модели рынка, основные свойства которых представлены в следующей таблице:

Таблица 1 – Модели рынка

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Модель рынка | | | |
| Совершенная конкуренция | Монополия | Монополистическая конкуренция | Олигополия |
| Число фирм | Огромное | Одна | Большое | Несколько |
| Тип продукта | Стандартизированный | Нет близких заменителей | Дифференцированный | Стандартизированный или дифференцированный |
| Контроль над ценой | Отсутствует | Существенный | Незначительный | Ограниченный |
| Условия вступления в отрасль | Препятствий нет | Препятствия максимальны | Относительно легкие | Существенные препятствия |
| Наличие неценовой конкуренции | Отсутствует | Только реклама | Развита, но недостаточно | Развита |

*Источник:* В.А. Сидоров. Конкуренция и монополия. / В.А. Сидоров, Экономическая теория. Краснодар. 2010.

Первые три модели были рассмотрены раннее, поэтому следует подробнее разобрать последнюю. Олигополий называют рыночную структуру, при которой на рынке доминирует несколько продавцов, которые должны учитывать возможные действия друг друга. Она обладает как положительными чертами, так и отрицательными, которые оказывают влияние на эффективность экономики.

Условно эти четыре модели можно разделить на две группы. В первую входит одна совершенная конкуренция, а вторая группа объединяет остальные три модели. Касательно первой группы, спрос никак не изменяется при изменении количества продаваемого на рынке продукта. Относительно же второй группы, спрос зависит от величины предлагаемой продукции. И чем ее больше, тем больше величина спроса.

Когда на рынке действует механизм совершенной конкуренции, разделение экономической власти максимально, а конкурентная борьба находится на высшем уровне. В такой ситуации действует множество производителей, лишённых любых рычагов навязывания своей воли покупателям. Но когда рынок и отношения между его субъектами обусловлены действием механизма несовершенной конкуренции, разделение экономической власти минимально или отсутствует совсем. Вследствие производитель обретает определенную степень влияния на рынок.

В отличие от модели рынка совершенной конкуренции, которая является утопической абстракцией и практически не существует в действительности, а только в теории, рынок несовершенной конкуренции весьма прагматичен и свойственен почти всем отраслям производства. Большинство реальных рынков в современной экономике — это рынки несовершенной конкуренции.

Исходя из анализа рынка несовершенной конкуренции, можно сказать, что ее экономические последствия разнообразны, а без государственного контроля большая их часть имеет отрицательный эффект. В основном они характеризуются относительно менее эффективным производством, распределением ресурсов, ценовой дискриминацией. Поэтому в экономически развитых странах монополистические структуры подлежат общественному регулированию.

**2.4. Антимонопольное законодательство**

Монополия имеет ряд отрицательных экономических и социальных последствий. И не удивительно, что им противостоят профсоюзы, фермерские организации, общества потребителей, антимонопольная политика государства. В связи с этим американский экономист Дж. Гэлбрейт выдвинул теорию «уравновешивающих сил», согласно которой ни одной компании-монополии не удается полностью утвердить свою власть над рынком [18].

Это противостояние проходит по двум путям:

Первый путь - это создание экономических условий, характерных самому рынку:

1. создание товаров-заменителей.
2. частая смена приоритетных для потребителя товаров как результат НТР.
3. интернационализация рынка.

Второй – это административные меры, проводимые государством:

1. антитрестовское законодательство, препятствующее тайным сговорам, направленным на поддержание монопольных цен и установление контроля над предложением.
2. принудительная демонополизация.
3. налоговая политика, заставляющая снижать монопольные цены.

Обеспечение защиты конкуренции выступает как один из механизмов, поддерживающих и обеспечивающих эффективность экономики любой страны по всем направлениям.

В соответствии с законом РФ от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», конкуренция —соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [19].

Эта возможность воздействия на условия обращения товаров контролируется антимонопольным законодательством, пользующимся широкой общественной поддержкой. Его возникновение обуславливается стремлением государства скорректировать провалы на рынке, поддержать конкуренцию и укротить экономически опасную алчность монополистов.

Европейское антимонопольное законодательство в основном направлена на регулирование уже сложившихся монополистов независимо от того, каким способом они добились своего монопольного положения, причем данное регулирование не предполагает структурных изменений, то есть не содержит требований о дроблении фирм на самостоятельные предприятия.

В США государственная антимонопольная политика не направлена на лишение компаний монопольно высоких прибылей, если монопольное положение на рынке достигнуто ею «благодаря более высоким деловым качествам, изобретательности или же просто счастливому случаю» [20].

Также должно быть уделено внимание регулированию и реформированию структуры естественных монополий, например, в нашей стране. Дело в том, что в Российской Федерации в рамках единой корпорации часто объединяется как производство естественно-монопольных благ, так и производство таких благ, которые эффективней изготовлять в конкурентных условиях. Это объединение предприятий носит, как правило, характер вертикальной интеграции. В результате образуется монополист-гигант, представляющий целую сферу национальной экономики [21].

**3. Современное состояние конкуренции на отечественном рынке.**

Нижняя историческая граница явления, которое можно определить как современная конкуренция, относится к началу XX-го века. Современная конкуренция обладает рядом специфических признаков, на которые необходимо обратить внимание для успешного изучения теории и практики конкуренции в дальнейшем.

Первым признаком является определяющая роль рыночных начал и рыночных сопоставлений в развитии конкуренции. Так в 1992 году, когда в России был провозглашен ускоренный переход к рыночной экономике, обнаружились большие трудности. Дело в том, что между стартом - абсолютной монополией государства и финишем - современным конкурентоспособным рынком дистанция огромного размера. Эту разницу можно представить из изложенных в предыдущих главах характеристик абсолютной монополии и конкурентного рынка. Это путь от централизованного установления неизменных цен к ценам, основанным на договоре между покупателями и продавцами, от планового распределения центром средств производства, финансов, продукции по государственным нормам к свободной продаже их всем желающим, от монополии государства во внешней торговле к участию во внешнеэкономической деятельности предпринимателей, от абсолютной монополии государства к конкуренции всех товаропроизводителей.

В России во времена плановой экономики конкуренция не играла той роли, которая ей отводится при рыночных методах хозяйствования. С точки зрения организации плановой экономики, концентрация производства в крупных предприятиях считалась самым рациональным способом хозяйствования, а конкуренция принималась за источник хаоса и кризисов.

Инициаторы рыночных преобразований в России выбрали явно ошибочный путь - переход к свободному рынку. На таком рынке его участники могут сами решать: где и что продавать, по каким ценам. В итоге возникло множество неразвитых и нецивилизованных продовольственных и вещевых рынков, на которых велась индивидуальная перепродажа отечественных и иностранных товаров. При этом далеко не всегда соблюдался надлежащий санитарно-эпидемиологический, экологический и иной контроль, а также сбывалась недоброкачественная и приобретенная незаконным путем продукция. Еще до начала этих преобразований противники ориентации создания свободного рынка предупреждали об опасности этого направления. Но как ни парадоксально под предлогом перехода к свободному рынку в январе 1992 года наша страна провозгласила либерализацию цен. На самом же деле начался беспредельный рост цен. Реформаторы утверждали, что либерализация цен создаст рынок, который начнет регулировать всю экономику, упорядочивая ее развитие. Но данное преобразование принесло лишь инфляцию и массу неприятностей и бед обществу. В конце концов через пару лет правительство было вынуждено совершенствовать рыночные отношения.

Таким образом, печальный опыт конца двадцатого столетия экономики нашей страны показал необходимость создания рынка именно как социального института. Само движение к цивилизованному рынку следует начинать с разработки большого числа правовых норм и законов, регулирующих рыночную экономику.

Особенно плачевным и губительным для отечественного производства и экономики в целом стал переход к рыночной экономике, а именно процесс разгосударствления и проведения антимонопольной политики в отношении государственных монопольных компаний. В отличие от европейской антимонопольной политики, которая направлена на регулирование уже сложившихся монополистов, не предполагая структурных изменений, то есть не содержит требований о дроблении фирм на самостоятельные предприятия, российская фактически уничтожила инфраструктуру крупных производств: филиалы были оторваны от головной фирмы, подразделения компаний были разделены между собой, были нарушены технологические и транспортные связи между этапами сложного производства, была полностью нарушена координация процесса производства. Вследствие, многие отечественные компании претерпели упадок и частично потеряли свою конкурентоспособность как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Но в то же время монопольное положение приватизированных компаний сохранилось. Заложенные в советское время предпосылки доминирующего поведения этих предприятий на рынке только усугубились новым, уже частнохозяйственным монополизмом. Крупные государственные монополии были преобразованы в частные, активно защищающие свое все еще монопольное положение, в том числе путем налаживания контактов с органами власти.

Как уже говорилось в предыдущей главе, отраслей с совершенной конкуренцией и стран с данной рыночной моделью не существует. И Россия этому не исключение. На ее рынке присутствует конкуренция, но она монополистическая. Одним из примеров монополистической конкуренции является рынок мобильной связи. На нем существует довольно много различных компаний, которые постоянно конкурируют между собой, пытаются друг у друга переманить клиентов интересными предложениями (Мегафон, МТС, Билайн, Йота…) [22].

В настоящее время в нашей стране парадоксальная ситуация. По мере расширения прав предприятий и ограничения власти управленческих органов все острей проявляется монополизм, выражающийся в нарушении договорных обязательств, и участившемся натуральном обмене. Одним из факторов, тормозящих развитие экономики на пути ее демократизации, является государственная монополия на предпринимательскую деятельность. Ни одно предприятие в России не может появиться без разрешения соответствующих государственных органов. Что же необходимо для сбалансированного функционирования рынка? Первое - это благоприятная конкурентная среда.

Создание такое среды - попытка принятия антимонопольного законодательства - в нашей стране началось еще в 1908 году по образцу закона Шермана. Но отечественные предприниматели не поддержали и сумели не допустить принятие закона.

В основу уже современного антимонопольного регулирования был положен европейский принцип регулирования, выражавшегося в законе «О конкуренции монопольной деятельности на товарных рынках» от 22 апреля 1991 года [23]. Это был первый действительный акт, направленный на развитие конкуренции на российском рынке.

В дальнейшем развитие отечественной конкуренции в рамках нормативной базы Российской федерации поднялось еще на ступень с принятием Конституции и ГК РФ. Были сделаны изменения и дополнения почти во все статьи законом «О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР в «О конкуренции…» от 25 мая 1995 года [24].

Последний же Федеральный закон в этом направлении был принят 26 июля 2006 года – «О защите конкуренции» [25], после чего теряет свою силу Закон «О конкуренции и об ограничении монополистической деятельности».

В целом, все государственные программы по поддержанию конкуренции имеют классические для теории требования и задачи, однако российская экономика имеет специфические черты. Например, в капиталистических странах монополии появились уже при существовании рыночных отношений. В России же монополия существовала еще до перехода к рынку, а законодательство о конкуренции создавалось под монополистическим влиянием и при изменяющихся экономических отношениях. Поэтому антимонопольная политика в нашей стране не является столь же развитой, как в западных странах, а находится еще в стадии становления, продолжая быть предметом дискуссий.

**Заключение**

Проделав исследование такой экономической категории как конкуренция и ее антипода - монополии, справедливо сказать, что она является неотъемлемым, всепроникающим, центральным элементом механизма рыночного хозяйствования, природа которого необходима к изучению. Но нельзя оставлять без внимания и явление монополии, которая является неотъемлемой частью в рыночных отношениях субъектов экономики. Поэтому изучение конкуренции и монополии следует проводить как в их противопоставлении, так и во взаимодействии.

Формирование представления на тему конкуренции продолжалось на протяжении нескольких столетий, занимая умы таких великих ученых-экономистов как Ф. Кене, А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс, Дж. С. Милль. Их взгляды часто расходились, что в дальнейшем позволило рассмотреть данное явление со всех сторон и дать ему наиболее верную характеристику.

Основная сущность конкуренции заключается в борьбе производителей за лучшие источники ресурсов, наиболее выгодные условия производства и преданность потребителей. Она имеет разные формы и функции, на гуманность и справедливость которых часто сетуют противники данного явления. Но сделать укор в сторону ее эффективности они не могут.

Самой эффективной, хотя и утопической, формой является совершенная конкуренция, субъекты которой в процессе экономических взаимоотношений не в состоянии влиять на условия купли-продажи товаров и взаимодействуют только через рынок.

В конце исследования становится очевидно, что конкуренция – категория крайне противоречивая. С одной стороны, высшей целью конкуренции является подавление любых форм монополизации рынка, а с другой, стимулом конкурирующих субъектов хозяйствования являются исключительные условия производства и реализации продукции, то есть занятие монопольного положения в отрасли.

Разработка проблемы монополии велась почти параллельно с исследованием конкуренции и представлена в научных работах ведущих экономистов: А. Смит, Й. Шумпетер, Дж. Робинсон, Э. Чемберлин, ряды которых возглавляет А. Маршалл, который первым поставил под сомнение прагматичность и эффективность модели совершенной конкуренции.

Большинство проявлений форм монополизации рынка, которые, в основном, носят отрицательный характер, регулируется антимонопольным законодательством. В этой сфере экономику нельзя оставлять без государственного контроля потому, что монополизация влечет за собой концентрацию производства, рост экономической мощи и возможность влиять на условия рыночных отношений. А это явно противоречит идее конкуренции, экономического развития, тем самым снижая эффективность производства, тормозя научно-технический прогресс, дестабилизируя экономические отношения и подрывая экономический рост.

Относительно России, путь к созданию модели, близкой к совершенной конкуренции, путь к свободному рынку оказался тернист и полон многочисленных провалов. Приватизация государственных монополий только ухудшила конкурентно-монопольное состояние внутреннего рынка. Следование по пути западных стран без учета национальной специфики экономического и политического положения оказалось губительным. Поэтому, стоит сказать, что развитие конкуренции и антимонопольного законодательства в России еще находится на стадии развития, уступая некоторым западным партерам.

**Список использованных источников**

1) Хазиахметов Б.З. Проблемы конкурентоспособности в современной экономике. // Евразийский международный научно-аналитический журнал. 2010. №1.

2) Конотопова М.В. Экономическая история мира. - М.: Кнорус. 2015.

3) Абалкин Л.И. Исследование о природе и причинах богатства народов. Ин-т экономики Рос. Акад. Наук. – М.: Наука. 1993. С. 569.

4) Кузнецова Е.И. Развитие конкурентных отношений и экономическая стратегия государства. Юнити-Дана: Закон и право. 2008. С. 383.

5) Кейнс Д.М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Эксмо. 2007.

6) Лемешко И.Н. От свободной конкуренции к господству монополий. // Пропаганда. 2008. №10.

7) Сидоров В.И. Экономика. Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. Глава 5.

8) Наймушин В.Г. Феномен монополии в теории А. Маршалла. // Пространство экономики. 2008. №2. С. 50.

9) Маршалл А. Принципы политической экономии. Том 2. 1993. Глава 14.

10) Архипов А.И. Экономика. – М.: Финансы и статистика. 2000.

11) Добреньков В.И. Экономика и труд. – М.: ИНФРА-М. 2007. С. 1152.

12) Агапова И.И. История экономической мысли. Курс лекций. 1998. Глава 32.

13) Э. Чемберлин. Теория монополистической конкуренции. – М.: Экономика. 1996. С. 121.

14) Агапова И.И. История экономической мысли. Курс лекций. 1998. Глава 33.

15) Горев В.П. Экономическая теория: курс лекций. – Иркутск: ИГЭА. 2005. С. 235.

16) Дж Робинсон. Экономическая теория несовершенной конкуренции. 1986. С. 400.

17) О естественных монополиях: Федеральный закон от 17 августа 1995 года N 147-ФЗ. 1995. Глава 3.

18) Дж. К. Гэлбрейт. Экономические теории и цели общества. Москва. 1973.

19) О защите конкуренции: Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ. 2006.

20) Коваленко А.И. О конкуренции теорий конкуренций. // Современная конкуренция. 2010. №6.

21) Шастико А. Экономические аспекты ослабления наказания за нарушение антимонопольного законодательства. // Вопросы экономики. 2007. №8. С. 70.

22) Примеры монополистической конкуренции в России. investorov.net./permanent/.konkurenciya-v-rossii

23) О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках: Федеральный закон от 22 марта 1991 года №948-1. – Дом Советов РСФСР 22 марта 1991 г.

24) О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»: Федеральный закон от 25 мая 1995 года №83-ФЗ. 1995.

25) О защите конкуренции: Федеральный закон от 26 июля 2006 года №135-ФЗ. 2006.