**Содержание**

Введение

1. Конкуренция, ее функции и способы ведения конкурентной борьбы

2. Возникновение монополии и ее виды

3. Конкурентоспособность и монополистические тенденции в экономике России

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

Рыночный хозяйственный механизм есть форма проявления системы экономических интересов субъектов рыночной экономики. Как всякая экономическая форма, хозяйственный механизм имеет собственное содержание.

Хозяйственный механизм – это совокупность экономических, организационных и правовых методов» обеспечивающих реализацию экономических интересов и законов общества как системы и способствующих ее постоянному воспроизводству на качественно новой основе.

Хозяйственный механизм – одна из самых сложных экономических категорий. Он включает в себя всю систему экономических категорий в их самом различном соотношении. Труд, издержки, цена, прибыль, заработная плата, процент, рента, капитал, деньги, налог, кредит и т.д. – все эти категории, как и многие другие, здесь не перечисленные, но практически используемые в экономической жизни общества, так или иначе входят в хозяйственный механизм.

Изменения в социально-экономической жизни общества вызывают необходимость изменения экономических, правовых и организационных норм в использовании экономических категорий и законов прежде всего со стороны государства как хозяйствующего субъекта, призванного обеспечивать согласование в системе экономических отношений и законов. Другие хозяйствующие субъекты вынуждены учитывать изменения в хозяйственном механизме в своей деятельности.

Каждой социально-экономической системе свойствен свой хозяйственный механизм, определяемый характером господствующей собственности на средства производства. В рамках же однотипных социально-экономических систем могут иметь место значительные особенности в механизмах хозяйствования между странами. Для советской модели хозяйствования главным элементом в хозяйственном механизме был план, имеющий силу директивы, государственного закона. Его составляющими были цена, зарплата, себестоимость, налоги, процент и другие, регламентируемые государством.

В рыночной экономике в условиях частной собственности, свободы, инициативы и предпринимательства главным элементом хозяйственного механизма является конкуренция. Она обеспечивает координацию действий всех участников общественного производства через спрос, предложение, цены, издержки производства и т.д.

Конкуренция является выражением экономических отношений в условиях рыночного хозяйства Она представляет собой определенную форму развития производительных сил, форму развития факторов производства, или экономических ресурсов общества. Конкурентные отношения складываются между всеми субъектами рыночной экономики (домашними хозяйствами, фирмами и государством), между агентами спроса и предложения, между потребителями и производителями благ (товаров и услуг). Эти отношения пронизывают главные сферы экономической жизни: производство, распределение, обмен и потребление. Они выполняют важную роль своеобразной «соединительной ткани», благодаря наличию которой рыночная экономика функционирует в качестве сложной и многозвенной системы.

Целью нашей курсовой работы является изучение типов хозяйственного механизма, а именно конкуренции и монополии.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

* рассмотреть понятие категории «конкуренция», «монополия»;
* выявить основные функции конкуренции;
* рассмотреть основные методы конкурентной борьбы на рынке;
* рассмотреть сущность и виды монополий;
* выявить основные направления повышения конкурентоспособности российской экономики.

**1. Конкуренция, ее функции и методы конкурентной борьбы**

В экономической литературе существует множество определений категории «конкуренция».

По определению классической политической экономии, конкуренция есть соревнование ради прибыли. Однако сам объект этого соревнования превращает его в борьбу, принимающую самые разные, часто весьма жесткие формы и методы. Это борьба за более выгодные условия покупки сырья и продажи товаров [10, с.132].

В экономической литературе приводятся и такие экономически содержательные ее определения, как отношения между хозяйствующими субъектами по поводу сравнения экономических результатов их деятельности; практически принудительная форма реализации объективно действующих законов рыночной экономики.

Конкуренция – это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Существуют и другие определения конкуренции. Например, конкуренция рассматривается как экономическая борьба, соперничество между обособленными производителями продукции, работ, услуг за удовлетворение своих интересов, связанных с продажей этой продукции, выполнением работ, оказанием услуг одним и тем же потребителям, или как состязательная работа между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынки сбыта, источники сырья и одновременно весьма действенный механизм стихийного регулирования пропорций общественного производства [3, с.179].

Конкуренция представляет собой соперничество субъектов хозяйственной деятельности с целью достижения наиболее высоких результатов в своих интересах.

Рыночная конкуренция – это объективно необходимая среда, обеспечивающая нормальное саморазвитие рыночной экономики как системы [10, с.132].

Она существует всегда и везде, где между субъектами возникает соперничество за свои интересы. Как экономическое отношение конкуренция выражает причинно-следственную зависимость между интересом субъектов хозяйствования к соперничеству и результатами развития экономики.

Конкуренция играет важную роль в обществе. Она является стимулятором деятельности самостоятельных хозяйственных единиц. Через нее производители в определенной степени контролируют друг друга. Конкуренция – это борьба, которая в конечном итоге вызывает спад цен, снижении производственных затрат, росту качества товаров и применении результатов научного прогресса.

Однако конкуренция имеет и обратную сторону. Она вызывает противоречия интересов экономических субъектов, вызывает расслоения и дифференциацию в общественных слоях, вызывает желание создать в экономике монополии, является источником появления непроизводительных затрат. В таком случае, без вмешательства со стороны государства, конкуренция является разрушающей силой.

В целях нивелирования разрушающего воздействия конкуренции, удержания е на приемлемом уровне, государство выполняет задачу по созданию «правил игры», где четко зафиксированы права и обязанности всех участников рынка, производителей и потребителей. Такие правила призваны гарантировать добросовестность и прозрачность действий всех экономических агентов.

На всех стадиях развития экономики конкуренция является главным средством развития производства. Многие экономисты считают, что конкуренция вызывает рост эффективности производства. Конкуренция с е соперническим духом заставляет производителя искать новые способы развития производства, используя новейшие достижения науки и техники, совершенствуя технологию производства.

Содержание конкуренции наиболее полно раскрывается при анализе ее функций.

В современной рыночной экономике можно выделить шесть основных функций конкуренции: 1) регулирующую; 2) аллокационную; 3) инновационную; 4) адаптационную; 5) распределительную; 6) контролирующую [10, с.134].

Регулирующая функция заключается в воздействии конкуренции на предложение и скрытое за ним производство благ в целях установления их оптимального соответствия спросу (потреблению). С помощью именно этой функции через все противоречия рынка прокладывает себе дорогу прогрессивная тенденция к определению предложения спросом. Девизом этой функции выступает принцип: производите только то, что сумеете продать, а не пытайтесь продать то, что сумели произвести.

Главной целью аллокационной функции конкуренции, называемая иначе функцией размещения, является размещении факторов производства наиболее эффективным способом в тех районах, где отдача капитала будет максимальной.

Главной целью инновационная функция конкуренции является применение различных проявлений новаторства (нововведений), опирающихся на достижения научно-технического прогресса и предопределяющих динамизм фактического развития субъектов рыночной экономики.

Главной целью адаптационной функции является рациональное приспособление предприятий к быстроизменяющимся условиям внутренней и внешней среды, что обуславливает переход от простого самосохранения (экономического выживания) к экспансии (расширению) сфер хозяйственной деятельности.

Целью распределительной функции является прямое и косвенное влияние на распределении всей произведенной продукции (валового национального продукта) среди потребителей.

И, наконец, контролирующая функция конкуренции призвана не допустить установления монополистического диктата одних агентов рынка над другими.

Не трудно понять, что вся совокупность перечисленных функций, взятая в их органическом единстве, обеспечивает (хуже или лучше) общую результативность функционирования рыночной экономики, что именно режим и механизм конкуренции обусловливают развитие рынка в качестве саморегулирующейся и самокорректирующейся системы.

В условиях свободной рыночной экономики различают внутри- и межотраслевую конкуренцию [3, с.180].

Внутриотраслевая конкуренция – это конкуренция в рамках одной отрасли, куда входят предприятия, которые выпускают однотипный продукт. Производители борются за лучшие условия производства, сбыта, качество материалов, получение дополнительной прибыли и т.д. Товары реализуются исходя из общественно необходимых затрат, которые образуют общественную стоимость. Стоимость продукта, устанавливающиеся в результате конкурентных отношений меду производителями, называется рыночной стоимостью. Рыночная стоимость и рыночная цена не тождественные понятия. На цену влияют спрос и предложение: если спрос выше предложения, то цена выше стоимости и наоборот. Конкуренция в рамках отрасли призвана привести все индивидуальные стоимости к единой рыночной. Выступая с одной стороны в качестве стимулятора технического прогресса, роста производительности производства на фирмах, с другой стороны она является сдерживающим фактором развития, так как является источником коммерческой тайны, вызывает необходимость траты огромных финансовых средств на непроизводительные цели, рекламу, спекулятивные действия.

Межотраслевая конкуренция – это конкуренция производителей из разных отраслей производства за сферы деятельности, области приложения капитала, распределения прибыли. Она вызвана различной величиной нормой прибыли в отраслях. Но каждый производитель стремится попасть на тот рынок. Где отдача капитала будет не ниже других, и в тоже время удовлетворять ожиданиям производителя. Это вызывает движение капитала не только внутри отрасли,.но и между отраслями в сторону отраслей с более высокой нормой прибыли и отдачи капиталы.

В экономической литературе большое внимание уделяется видам конкуренции. В частности, различают совершенную и несовершенную конкуренцию.

Совершенная конкуренция – это свободное соперничество многочисленных производителей, создающих примерно одинаковые объемы идентичной продукции. Такой конкуренции присущи следующие черты [3, с.183]:

* на рынке действуют множество фирм, производящих одинаковую продукцию. Фирма в этом случае имеет относительно небольшой размер, поэтому объем ее производства незначителен;
* возможность свободного доступа в различные производственные секторы;
* продукт однороден, он производится множеством предприятий в рамках одной отрасли;
* хорошая информированность всех участников рынка. Все субъекты купли-продажи должны знать цены на рынке, величину спроса и предложения.

Совершенная конкуренция основана на частной собственности и хозяйственной обособленности. Связь между производителями осуществляется только через рынок. Соблюдение этих условий обеспечивает свободную связь между производителями и потребителями. Рыночные отношения здесь представлены парным отношением «продавец-покупатель».

Поведение потребителя (покупателя) и производителя (продавца) определяется спросом и предложением. При прочих равных условиях покупатель приобретает больше товаров при снижении цен и меньше – при их повышении. Продавец создает и предлагает для реализации больше товаров при повышении цен и меньше – при их понижении.

В условиях совершенной конкуренции отдельная фирма определяет тот объем производства продукции, при котором она получит максимальную прибыль или понесет минимальные убытки в краткосрочном периоде. Существуют два подхода к определению такого объема производства [3, с.184]:

* сравнение валового (общего) дохода и валовых (общих) издержек;
* сравнение предельного дохода и предельных издержек.

При первом подходе, зная количество проданной продукции, легко подсчитать валовой доход для каждого объема производства. Для этого необходимо умножить цену на количество проданной продукции. Путем вычитания из валового дохода общих издержек можно получить размер прибыли для каждого объема производства. Если фирма при всех уровнях производства не может получить прибыль, перед ней встает задача минимизировать убытки.

При втором подходе фирма максимизирует общую прибыль, а не прибыль на единицу продукции. Ее исчисляют путем вычитания из цены продукции валовых средних издержек. Минимизация убытков имеет место, когда цена меньше, чем средние общие издержки. Прекращение производства целесообразно, когда цена меньше не только средних общих издержек, но и средних переменных издержек.

Совершенная, или свободная, конкуренция была типична для экономики развитых стран до середины XIX в. Во второй половине XIX – начале XX в. появляются крупные предприятия и их объединения, которые охватывают отраслевые рынки. Активизируется влияние государства на рыночные отношения. В силу этого возникает несовершенная конкуренция. Она, в отличие от совершенной, ограничена влиянием монополий и государства.

Несовершенная конкуренция – это ситуация, когда на рынке присутствуют продавцы такого количества товаров, которое существенно влияет на их цену.

Существуют следующие основные модели несовершенной конкуренции: монополия, монополистическая конкуренция и олигополия.

Условия, в которых обычно протекает конкуренция, называются рыночной структурой. Рыночные структуры различаются между собой по количеству и размеру фирм в отрасли, характеру выпускаемой продукции и контроля над ценами, достаточности рыночной информации, а также условиям входа на рынок и выхода из него (табл.1).

Совершенная конкуренция и монополия представляют собой «идеальные» (абстрактные) типы рыночных структур. Рынков, полностью соответствующих параметрам этих структур, реально просто не существует.

Монополистическая конкуренция и олигополия – реальные типы рыночных структур. Они характерны для огромного большинства рынков. К числу олигополистических структур относятся рынки алюминия и табачных изделий, дальней телефонной связи и телевидения. Монополистическая конкуренция достаточно точно соответствует большинству отраслей сферы обслуживания (рестораны, станции технического обслуживания, банки).

Таблица 1

Основные характеристики конкурентных ситуаций рынка [10, с.141]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Признаки | Конкурентная структура рынка | | | |
|  | совершенная конкуренция | несовершенная конкуренция | | |
|  |  | монополия | монополистическая конкуренция | олигополия |
| Число производителей | Множество | Один | Много | Несколько |
| Гип продукции | Массовый (стандартизованный) | Как правило, уникальный | Дифференцированный | Стандартизованный или дифференцированный |
| Контроль над ценой | Отсутствует (рыночная иена, воспринимается как величина данная) | Значительный (вплоть до полного) | Некоторый (в довольно узких рамках) | Ограниченный (при тайном сговоре – значительный) |
| Условия вступления в отрасль | Свободные | Блокированные | Сравнительно легко | Имеют существенные препятствия |
| Неценовая конкуренция | Отсутствует | Почти нет | Применяется широко | Весьма типично |

В современных условиях используются силовые методы конкурентной борьбы. К ним относятся такие экономические методы, как лишение конкурента сырья, рынков сбыта, кредитов, скупка патентов, сбивание цен, захват рынков рабочей силы, выпуск на рынок новых марок и видов изделий и т.д. используются также методы прямого насилия: поджоги, взрывы, убийства опасных конкурентов, шпионаж, государственные перевороты и т.д.

Во всех странах применяются ценовые методы конкурентной борьбы. К ним относится применение монопольно высоких и монопольно низких цен. Можно также привести используемый монополиями метод ценовой дискриминации (разные цены в разных местностях, демпинговые цены).

Появляются и методы неценовой конкурентной борьбы. Они подразделяются на две группы [3, с.184]:

* конкуренция по продукту;
* конкуренция по условиям продаж.

Конкуренция по продукту – стремление захватить часть отраслевого рынка конкурента путем выпуска продукции нового ассортимента и качества при сохранении примерно одной и той же цены. Например, в США продается одновременно 10 тыс. сортов муки, более 4 тыс. видов консервированной кукурузы, 50 сортов горчицы.

Конкуренция по условиям продаж – использование многочисленных средств для привлечения покупателей к товарам. Эта конкуренция включает рекламу, услуги по сервисному обслуживанию, льготы постоянным покупателям.

Особыми методами неценовой конкуренции являются продажа товаров в рассрочку и лизинг. Последний означает пользование средствами производства вместо приобретения их в собственность, т. е. долгосрочную аренду машин и оборудования, транспортных средств, сооружений производственного назначения. В отличие от классической аренды взаимоотношения сторон при лизинге строятся на условиях договора купли-продажи.

Развитие конкурентных отношений в странах с переходной экономикой затрудняется прежде всего тем, что в экономике преобладает государственная собственность, а экономика в целом либо высоко монополизирована или олигополизирована. Развитие конкурентных отношений зависит прежде всего от процессов разгосударствления, приватизации, принятия и внедрения пакета действующих антимонопольных законов и других мер государственной поддержки конкуренции и защиты конкурентоспособности национальной продукции.

Конкурентный рынок означает, что ни один из многочисленных участников рыночного процесса не может влиять на уровень цены. Попытка повысить цену означает невозможность продать товары, а искусственное снижение цен приносит убытки и не позволяет возмещать издержки.

На конкурентном рынке ни один покупатель и ни один продавец не в состоянии влиять на спрос и предложение так, чтобы, изменяя количество товаров, повышать их цены и получать большой доход. Здесь доля отдельных покупателей и продавцов в товар ном потоке незначительна, что не позволяет влиять на цены и собственные доходы. При этом препятствий для вступления на конкурентный рынок и ухода с него не существует.

Эффективность конкурентного рынка определяется следующими факторами [3, с.185]:

* наличие или отсутствие возможностей для снижения издержек производства;
* применение более совершенных технологий;
* улучшение качества работ, товаров и услуг;
* конкурентоспособность товаров и услуг.

Конкурентный рынок является тем стержнем, без которого новые возможности экономики остаются неиспользованными. В условиях конкуренции продавцы ищут новые способы производства товаров и пути улучшения их качества, применяют более прогрессивные технологии. В этом плане конкурентный рынок выступает как принудительная экономическая сила развития и совершенствования производства.

**2. Возникновение монополии и ее виды**

В экономической жизни монополия выступает как крупное предприятие или объединение, союз крупных предприятий, которые производят значительную часть продукции данной отрасли и обладают определенными экономическими преимуществами. Монополия – рыночная структура, при которой одна фирма является поставщиком продукта, не имеющего близких заменителей. Ситуация с единственным продавцом товара называется чистой монополией.

Термин «монополия» в буквальном смысле слова означает «единственный продавец товара». В современных условиях он используется для обозначения различных рыночных ситуаций. Основными признаками монополизма выступают монопольные цены и монопольные прибыли.

Для определения степени монополизма фирмы необходимо определить долю фирмы в производстве и в объеме продаж. Например, в соответствии с законодательством ФРГ доминирующее положение предприятия или группы предприятий на рынке возникает, если на одно из них приходится свыше 1/3 всего оборота на рынке. В США в течение нескольких десятилетий этот показатель устанавливался исходя из доли четырех крупнейших фирм. В отечественной хозяйственной практике рекомендуется рассматривать в качестве занимающих доминирующее положение на рынке тех участников хозяйственного оборота, доля которых составляет свыше 70 % [3, с.185].

Степень монополизации для предприятий, доля которых составляет от 35 до 70 %, определяется дифференцированно. В частности, выявляется их воздействие на реализацию товаров (условия, цены и т.д.) на рынке с учетом его географических границ.

До начала XX в. монополии возникали в ограниченных сферах. Позднее процессы монополизации становятся закономерными, что связано с условиями производства, конкуренции, усилением организующего начала. Процесс монополизации не исключает конкуренцию. Конкурентная борьба происходит внутри монополий (за цены, квоты, контрольный пакет акций), между монополиями, между монополиями и аутсайдерами.

Фирма имеет монопольную власть в случае, если она в состоянии управлять процессами ценообразования и производства. Степень этой власти зависит от наличия товаров-заменителей, доли в общих продажах на рынке.

Поведение фирмы-монополиста во многом зависит от потребительского спроса. Монополист может пойти двумя путями: либо ограничить объем продаж, поддерживая высокие цены, либо увеличить его, снизив цену.

Общим условием максимизации прибыли монополии является равенство предельных издержек и предельною дохода.

В экономической науке существуют различные подходы к определению сущности монопольной власти. Одни определяют ее как возможность индивидуального (коллективного) производителя (продавца) контролировать рыночную цену на свой товар. Другие связывают монопольную власть со способностью фирмы устанавливать цену выше предельных издержек.

Стремление к достижению монопольной власти обусловлено желанием обладать большей мощью, получать больше прибыли, пользоваться большим престижем. Власть мощных хозяйственных единиц позволяет им произвольно изменять цены, сознательно регулировать ход рыночных операций в своих интересах. Как заметил американский экономист А. Пигу, само ожидание выгод, связанных с монопольной властью, служит фактором, способствующим ее формированию.

Американский экономист М. Фридмен называет три основных источника монопольной власти [3, с.186]:

* технические обстоятельства (когда существование всего одного производителя или предприятия более целесообразно в техническом отношении);
* прямая или косвенная правительственная поддержка;
* частный сговор между отдельными лицами.

Некоторые экономисты считают, что основой рыночной монопольной власти являются ограничение числа продавцов, концентрация предложения какого-либо товара (услуги) в руках небольшой группы крупнейших производителей отрасли.

В современных условиях получить монопольную власть можно не столько путем достижения определенных размеров производства, сколько благодаря обладанию уникальной технологией, недоступной мелкому и среднему бизнесу.

Монопольная власть достигается не только естественным путем, благодаря особому монопольному положению производителя и продавца, но и искусственно – может быть предоставлена государственными, местными органами власти. Многие западные экономисты считают государство важнейшим источником монопольной власти.

Факторами, влияющими на степень монопольной власти, являются [15, с.55]:

* экономический потенциал фирмы;
* предполагаемая прибыль;
* масштабы инноваций;
* наличие производственных секретов
* высокие барьеры (препятствия) для появления конкурентов;
* наличие товаров-субститутов;
* конкуренция со стороны других фирм, выпускающих аналогичную продукцию;
* обладание рыночной информацией.

Носителями монопольной власти выступают государство, фирмы, отдельные физические лица. Монопольной властью обладают как крупные, так и средние, мелкие фирмы, имеющие определенные преимущества по сравнению с конкурентами.

Выделяют низшие и высшие формы монополии. Низшие формы – временные союзы и соглашения, возникающие с целью достижения конкретного проекта. Высшими формами монополий являются картель, синдикат, трест, концерн.

На данный момент в экономтеории выделяют четыре вида монополии: естественную, организационную, технологическую и экономическую.

Естественная монополия – складывается ситуация, когда единственная фирма обслуживает весь рынок вследствие минимизации издержек производства и высокой эффективности такой рыночной структуры (водо-, энерго-, газоснабжение). Естественная монополия часто вызвана причинами ограниченности, уникальности определенных факторов производства, в частности природных ресурсов. Государство предоставляет естественным монополиям исключительные привилегии по обслуживанию населения данного региона, однако сохраняет за собой право контролировать их деятельность.

Организационная монополия – объединение однородных по профилю деятельности предприятий и организаций (отраслевые министерства, концерны, ассоциации, корпорации).

Технологическая монополия (техническая, производственная) – разновидность естественной монополий. В этом случае предприятие (объединение) контролирует производство и реализацию определенной продукции. Особенностью этой монополии является то, что специфика производства и технологии являются причиной крупных размеров предприятия.

Экономическая монополия – возникает либо в силу договора между различными хозяйствующими субъектами, либо в результате конкуренции по поводу соглашений о квотах, ценах, рынках сбыта.

На практике существуют и другие виды монополий, например закрытая (защищенная юридическими нормами, ограничивающими конкуренцию) и открытая (при которой одна из фирм становится единственным поставщиком продукта, но не имеет специальной защиты от конкуренции).

Предпринимательская монополия – рынок, при котором одна или несколько фирм контролируют основную долю производства в отрасли.

Двусторонняя монополия – представляет собой рыночную ситуацию, в которой единственному продавцу (монополисту) противостоит единственный покупатель (монопсонист).

Государственная монополия – рынок, когда государство является единственным продавцом какой-либо продукции на территорий страны.

Монополии устанавливают монопольные цены, состоящие из издержек и монопольной прибыли. В структуре монопольной прибыли можно выделить: среднюю прибыль, избыточную прибыль и монополистическую сверхприбыль. Первую часть прибыли присваивается всеми производителями в условиях конкуренции. Вторая представляет собой разницу между общественными и индивидуальными издержками производства данной фирмы. Третья – специфическая форма, когда в пользу монополии через монопольную цену присваивается часть прибыли, создаваемой на других предприятиях.

Монопольная цена устанавливается не произвольно, она зависит от содержания издержек и условий спроса. На рынке, где фирма обладает некоторой монопольной властью, цены всегда выше, чем на рынках совершенной конкуренции. В некоторых случаях фирмы устанавливают разные цены для различных покупателей, т. е. проводят ценовую дискриминацию.

Для проведения ценовой дискриминации необходимы следующие условия [3, с.188]:

* продавец должен быть монополистом;
* продавец должен быть в состоянии разделить покупателей на группы;
* невозможность перепродажи товара;
* обладание монопольной властью, т. е. способностью влиять на процессы производства, установления цен.

Различают три вида ценовой дискриминации:

* непреднамеренная, или совершенная, когда на единицу однородного товара устанавливается цена, равная цене спроса;
* установление ценовых скидок;
* разделение покупателей на отдельные группы и установление соответствующих цен.

Важное экономическое последствие монополизма состоит в том, что монополист считает более выгодным продавать меньший объем продукции по более высоким ценам. Это означает, что монополия использует ресурсы менее рационально, чем конкурирующая фирма.

Монополия – это, как правило, крупная фирма, поэтому она может добиться низких издержек благодаря положительному эффекту масштаба (мелкие фирмы не получили бы такого эффекта). Но данный эффект не достигается полностью. Монополией трудно управлять, контролировать ее деятельность. Монополист в меньшей степени стремится внедрять новые технологии, чем предприниматель в условиях конкуренции. Поэтому его фактические издержки больше, чем минимальные. Издержки повышаются во многом и благодаря тому, что монополия осуществляет затраты на поддержание барьеров, препятствующих проникновению в отрасль других компаний.

Ряд экономистов считают, что отсутствие конкуренции и желание монополиста полностью использовать имеющееся оборудование ослабляют стимулы к научно-техническому прогрессу, нововведениям. Другие полагают, что, имея огромные финансовые средства, монополия располагает большими возможностями вести научные исследования, внедрять достижения науки и техники.

Негативные последствия монополизма приводят к искусственному образованию дефицита продукции и взвинчиванию цен; создают угрозу конкуренции, а следовательно, и эффективности производства; возводят барьеры, препятствующие вхождению в отрасль, что при отсутствии конкуренции может привести к задержке научно-технического прогресса. Поэтому государство во всех странах проводит антимонопольную политику [15, с.69].

Антимонопольное регулирование – специфическая форма государственного контроля и регулирования рыночных отношений, структуры рынка, уровня и масштабов конкуренции с целью повышения эффективности экономики. Его можно определить и как реализацию государством комплекса экономических, законодательных и административных мер, направленных на обеспечение развития рыночной конкуренции, недопущение чрезмерной монополизации рынка и злоупотребления монопольной властью со стороны хозяйствующих субъектов.

**3. Конкурентоспособность и монополистические тенденции в**

**экономике России**

Тенденция к образованию монополий выступает закономерным следствием конкурентной борьбы в условиях рыночных отношений. На рубеже Х1Х-ХХ вв. впервые в наиболее острой форме обнаружились проблемы, связанные с процессом всеобщего перехода от экономики свободной конкуренции к преимущественно монополистической экономике.

На основе сравнительного анализа различных теорий монополизма (П. Сраффа, Д. Робинсон, Г. фон Штаккельберг, Э. Чемберлен) экономическая наука признает, что монополизм – объективная тенденция в развитии современного рыночного хозяйства, не исключающая, однако, конкуренции. Перед экономической наукой и практикой встает задача определения негативных проявлений в развитии монополий и поддержания условий для развития конкуренции.

Поскольку конкуренция представляет собой основной элемент хозяйствования, то состояние конкурентной среды определяется степенью развития рыночной экономики. Трудности формирования рыночных отношений в России, просчеты в рыночных преобразованиях, их непредвиденные последствия определили создание своеобразной конкурентной среды.

Под конкурентной средой следует понимать совокупность экономических, правовых, организационных, политических условий, обеспечивающих равные возможности для всех участников рыночных отношений в их хозяйственной деятельности [10, с.144].

Главным субъектом, формирующим конкурентную среду и обеспечивающим ее постоянное развитие в целях поддержания конкурентоспособности своих товаропроизводителей как на внутреннем, так и на внешнем рынке, в условиях рыночных отношений вообще, а в переходной экономике в особенности, выступает государство.

В этих условиях государство призвано постоянно решать две сложнейшие задачи[10, с.150]:

1) развитие конкуренции, создание и поддержание равных конкурентных возможностей для всех товаропроизводителей на внутреннем рынке;

2) поддержка национальных производителей на внешнем рынке.

Для современной России практически важно определить оптимальную модель государственной конкурентной политики, которая исходила бы из национальных интересов и при этом учитывала бы мировые тенденции в развитии рыночного хозяйства.

Национальная конкурентоспособность – понятие многогранное, складывающееся из целого ряда составных частей, которые, дополняя друг друга, обеспечивают устойчивый экономический рост и повышение благосостояния населения страны в условиях глобализации, относительно свободной международной торговли, открытых финансовых рынков. Вместе с тем существует понимание того, что национальная конкурентоспособность напрямую зависит от конкурентоспособности отдельных секторов экономики, а та, в свою очередь, от конкурентоспособности предприятий, работающих в этих секторах, и, в конечном счете, от конкурентоспособности тех товаров и услуг, которые эти предприятия производят [11, с.58].

Под конкурентоспособностью следует понимать количественную и качественную характеристику производимой товаропроизводителем продукции, укладывающуюся в средние для данного рынка показатели затрат и качества поставляемых на этот рынок товаров.

С начала осуществления рыночных реформ можно выявить две взаимодействующие тенденции, определившие особенности формирования конкурентной среды в России.

Первая отражала усилия реформаторов по ускоренному разгосударствлению собственности и созданию чистой модели открытой либеральной экономики [13, с.44].

Вторая тенденция была по существу реакцией на первую. Привязанная к реальной российской действительности эта тенденция вела к возникновению новых, непредвиденных реформаторами экономических и организационно-правовых форм крупного производства, новых монопольных объединений и своеобразных механизмов реализации их экономических интересов.

Произошла чисто внешняя трансформация бывших отраслевых министерств в концерны, холдинги, при которой старая, организованная государством монополия, лишь «приспосабливается» к изменившимся условиям существования [13, с.45].

В условиях распада отечественной обрабатывающей промышленности возрастает значимость естественных монополий, успевших «попасть» в частные руки, «работающих» на повышение цен и способствующих росту издержек производства в экономике в целом. Весьма заметно усиливается тенденция к локализации рынков, распада национального рынка на множество локальных. Эта тенденция усугубляется неразвитостью рыночной инфраструктуры. Можно сказать, что по истечении более 10 лет конкурентная политика в России переходит от этапа противоречивого становления к новому этапу – защиты конкуренции и развития конкурентной среды.

Эффективное формирование нового этапа в развитии конкурентных отношений в России во многом определяется возможностями выхода на конкретный рынок новых или потенциальных конкурентов. Эта возможность или ее отсутствие зависит от наличия и степени значимости различного рода препятствий входу на рынок, т.е. наличия определенных барьеров, в числе которых необходимо выделить ограничение спроса (емкость рынка); капитальные затраты или объемы первоначальных инвестиций, необходимые для входа на товарный рынок; эффект масштаба производства; абсолютное превосходство в уровне затрат; административные барьеры; экономические и организационные ограничения; вмешательства неправового характера в процессе производства и свободного перемещения товаров и др.

В России разработаны и приняты конкурентные законодательства, реализация которых позволяет не допускать неравенства в конкуренции. Установленные американскими экспертами проявления неравенства в конкуренции – типичная для России ситуация нарушения законов и безнаказанность за эти нарушения.

Наличие конкурентной среды – фактор, мешающий свободному действию отдельно взятой фирме, но чрезвычайно важный для нормального развития рынка в целом и в первую очередь совокупности продавцов. Чем ожесточеннее конкуренция на внутреннем рынке, тем лучше национальные фирмы оказываются подготовленными к борьбе за рынки за рубежом [10, с.147].

Неравенство в конкуренции на внутреннем рынке России препятствует повышению уровня ее конкурентоспособности на мировом рынке товаров и услуг.

С развитием рыночных отношений и формированием действительно рыночной экономики Россия все более вступает в жесткую конкурентную борьбу во всех сферах современного производства. После финансового кризиса августа 1998 г. и резкого подорожания доллара для российских товаропроизводителей сложились благоприятные условия в конкурентной борьбе с иностранными поставщиками аналогичной продукции.

За последние годы Россия продемонстрировала впечатляющие успехи в макроэкономической политике. Судя по сводкам официальной статистики, страна переживает один из самых благополучных периодов в нашей новейшей истории. Рост доходов от экспорта обеспечивает поддержание спроса на внутреннем рынке и общего экономического роста. ВВП страны устойчиво растет на протяжении последних восьми лет. Эту картину дополняет бурный приток иностранных инвестиций, обозначившийся в последние годы.

В целом, динамика российского делового климата представляется достаточно благоприятной. Российский бизнес становится более эффективным и активно выходит на мировую арену, занимая лидирующее положение в своих отраслях. Растет рынок слияний и поглощений, а значит, можно ожидать активизации процессов структурной перестройки экономики и прихода более эффективных собственников. Укрепляется банковский сектор, выполняющий значимую роль в финансировании проектов российского бизнеса.

Россия стала более привлекательной для иностранных портфельных инвесторов, увеличились прямые иностранные инвестиции, российский бизнес начал активную зарубежную экспансию.

Ключевыми конкурентными преимуществами российской экономики остаются сохраняющийся производственный и научный потенциал; квалифицированные трудовые ресурсы; выгодные геоэкономическое и геополитическое положения (связь стран ЕС и АТЭС); наличие крупных источников природных ресурсов (энергоносителей, нефти, газа, металлов и т.п.) [11, с.61].

Необходимо учитывать и факторы, снижающие конкурентоспособность российской экономики: недостаточный внутренний совокупный спрос; экспорт сырья, энергоносителей, продукции с низкой степенью добавленной стоимости: низкий уровень инвестиций при «бегстве капитала»; выравнивание внутренних цен на ресурсы с мировыми ценами: рост капиталоемкости в промышленности, включая и сырьевые секторы; рост потребления многих видов ресурсов в промышленности; ухудшение ситуации с разведкой и разработкой качественных месторождений сырьевых ресурсов.

Одним из основных условий конкурентоспособности национальной экономики являются институциональные стимулы развития. Под этим понимаются формальные и неформальные законы и правила игры, отношения, которые устанавливаются в процессе определения и защиты прав собственности, государственного регулирования. Многие исследователи конкурентоспособности убеждены, что в современных условиях нации конкурируют в основном в выборе альтернативных институтов или стратегий для стимулирования более быстрого экономического роста и повышения жизненного уровня населения.

Основной вектор современной конкуренции лежит в области динамично меняющихся преимуществ, основанных на научно-технических достижениях и инновациях. Новые технологии и обеспечиваемый ими рост производительности и эффективности позволяют добиваться главного условия национальной и отраслевой конкурентоспособности: производства товаров и услуг, которые соответствуют требованиям мировых рынков, при одновременном повышении реальных доходов населения.

Современный рынок России для того, чтобы обеспечить конкурентоспособность национальной экономики, нуждается в высокоразвитой и стабильной институциональной среде.

О конкурентоспособности российской экономики нельзя будет говорить до тех пор, пока в ней не будет представлен один из системообразующих рыночных институтов – конкуренция. Специфика этого института в том, что он весьма неустойчив и может легко смениться монополией или другой формой несовершенного рынка. Такое положение, в частности, характерно для тех секторов современной экономики, которые отличаются быстрой обновляемостью ассортимента продукции: новые изделия и услуги, как известно, в течение определенного времени занимают монопольное положение на рынке.

Неустойчивость конкуренции как института требует особого внимания к нему со стороны государства, иными словами, активной антимонопольной политики. Решение этой задачи предполагает гибкое сочетание открытости экономики с противодействием злоупотреблением монопольным положением, с ограничением монополистического завышения цен и с эффективным контролем за естественными монополиями.

Ключом к достижению национальной конкурентоспособности является развитие научно-технического потенциала страны, становление экономики, основанной на знаниях. Доминирующая институциональная система диктует выбор оптимальной формы деятельности каждой фирмы или предпринимателя и тем самым создает условия для массового спроса на те или иные виды знания.

**Заключение**

Эффективное функционирование экономики в современных, преимущественно рыночных странах, невозможно без постоянного балансирования между монополией и конкуренцией, без обеспечения того или иного сочетания этих важнейших начал эффективности экономического развития.

Одним из важнейших признаков рынка является конкуренция как форма взаимного соперничества субъектов рынка и механизм регулирования общественного производства.

Конкуренция – общественная форма столкновения субъектов рыночного хозяйства в процессе реализации их индивидуальных экономических интересов.

Посредством конкуренции происходит распределение не только факторов производства, но и доходов в соответствии с вкладом и эффективностью деятельности хозяйствующих субъектов. Эффективное использование ресурсов позволяет производителям получать высокие доходы, при неэффективном использовании ресурсов они несут убытки и могут быть вытеснены с рынка.

Конкуренция выступает мощным фактором концентрации производства, характер ее зависит от развитости и степени монополизации производства.

Монополии – крупные хозяйственные объединения, контролирующие отрасли и рынки за счет высокой степени концентрации производства и капитала и установления монопольных цен и извлечения монопольных прибылей.

Монополизм – это исключительное положение одного из хозяйствующих субъектов, дающее возможность диктовать свою волю прочим субъектам, регулировать производство данного вида продукции и устанавливать господство на рынке.

Особенностью современной монополии является то, что ее возникновение сопряжено с рядом отрицательных последствий для экономики страны: недопроизводство, завышенные цены, неэффективное производство. Еще более опасно то, что монополия полностью блокирует механизмы саморегуляции рынка. Последствия этого для экономики страны – самые разрушающие. Увеличиваются издержки производства в других отраслях, разрастаются неплатежи, парализуются межрегиональные связи. Самостоятельно рынок не в силах разрешить эту проблему. В этих условиях улучшить ситуацию может лишь государство, проводящее сознательную антимонопольную политику.

Отсутствие конкурентной среды делает неэффективным использование рыночных механизмов в регулировании деятельности монополий. В силу специфического положения монополий в экономике России единственной силой, способной им противостоять является государство. Поэтому, государственная политика, ставящая пределы и определяющая правила их поведения на рынке, должна быть нацелена на усиление регулирующей роли государства, в частности в области тарифной политики (например, на организацию ценовой конкуренции между различными видами энергоносителей), ограничение неконтролируемой частной монополии государственной монополией, изменение направления рентных доходов в пользу государства, а также на согласование действий федеральных и региональных решений. Недостаточно четкое разграничение прав и ответственности федеральных органов власти и местных администраций по регулированию естественных монополий приводит к ценовым диспропорциям на услуги их отраслей между регионами, к разрыву межрегиональных связей. При отсутствии скоординированной политики федеральных властей и регионов и высокой дифференциации цен и тарифов между отдельными потребителями деятельность ряда регионов страны в едином экономическом пространстве осложняется.

**Список использованной литературы**

1. Абрамов В.Л. Управление конкурентоспособностью экономических систем. – М.: Пермь, 2004.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. – Спб.: Экономическая школа, 2004.
3. Курс экономической теории: Учебник / М.И.Плотницкий, Э.И. Лобкович, М.Г. Муталимов. – Мн.: Интерпрессервис, 2003.
4. Курс экономической теории / Под.ред. Чепурина М.Н., Киселевой Е.А. – Киров: «АСА», 2007.
5. Макконнелл К.С., Брю С. Экономикс: принципы, проблемы и политика. – М.: Республика, 2002.
6. Николаева Л.А., Черная И.П.Экономическая теория: учебник. – М.: КНОРУС, 2006.
7. Нуреев Р.М. курс микроэкономики: учебник для вузов. – М.: Изд-во «НОРМА». 2002.
8. Станковская И.К., Стрелец И.А. Экономическая теория: учебник. – М.: Эксмо, 2008.
9. Экономическая теория: Учебник / Под общей ред. акад. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. – М.: ИНФРА-М, 2003.
10. Экономическая теория: учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, Т.В. Чечелевой. – М.: Издательство «Экзамен», 2005.
11. Абрамов В.Л. Проблемы повышения конкурентоспособности экономики России в контексте грядущего присоединения к ВТО // Современная конкуренция. – 2008. – № 3.
12. Гершанович Е.А. Институциональные условия конкурентоспособности экономики России // Научные труды ДонТУ. – Серия: экономическая. – выпуск 89-3.
13. Гордеев В.А. Две тенденции в эволюции конкуренции // Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – № 1.
14. Залозная Г.М. Повышение конкуренции российской экономики как фактор экономического роста в условиях глобализации // Современная конкуренция. – 2008. – № 5.
15. Лукьянов С. Входные барьеры: важнейший инструмент политики ограничения конкуренции на российских рынках // Современная конкуренция. – 2009. – № 1.
16. Меркулова Ю. Особенности российского отраслевого монополизма // Общество и экономика. – 2009. – № 4/5.
17. Наймушин В.Г. «Постиндустриальные» иллюзии или системная «неоиндустриализация»: выбор современной России // Экономист. – 2009. – № 4.