## Содержание

[Введение 3](#_Toc166405608)

[1. Понятие и типы рыночных структур 5](#_Toc166405609)

[2. Характеристика основных типов рыночных структур 7](#_Toc166405610)

[2.1 Совершенная (свободная) конкуренция 7](#_Toc166405611)

[2.2 Чистая монополия 10](#_Toc166405612)

[2.3 Монополистическая конкуренция 15](#_Toc166405613)

[2.3. Олигополия 18](#_Toc166405614)

[3. Особенности развития рыночных структур в переходной экономике России 21](#_Toc166405615)

[3.1Демонополизация экономики и создание условий для развития конкуренции 21](#_Toc166405616)

[3.2 Изменение системы собственности — основная движущая сила эволюции рыночной структуры 27](#_Toc166405617)

[Заключение 32](#_Toc166405618)

[Библиографический список литературы 34](#_Toc166405619)

[Приложения 35](#_Toc166405620)

## Введение

Из всех известных истории способов регулирования производства общества только рыночный механизм оказался работоспособным.

Рынок – это, прежде всего форма связи между производителями и потребителями продукции, в которой совокупность отношений осуществляется в товарно-денежной форме, посредством обмена продуктами труда, для удовлетворения личных и производственных потребностей; при этом производителей и потребителей должно быть столько, чтобы между ними возникла конкуренция.

В рыночной экономике имеют место четыре рыночных структуры:

1. совершенная конкуренция;
2. чистая монополия;
3. монополистическая конкуренция;
4. олигополия.

Современная рыночная экономика характеризуется сосуществованием, переплетением конкуренции и монополии. Очень важной является проблема их соотношения.

Монопольное положение является желанным для каждого предпринимателя или предприятия, так как оно позволяет им, во-первых, избежать целого ряда проблем и рисков, связанных с конкуренцией. Во-вторых, занять привилегированную позицию на рынке, концентрируя при этом в своих руках определенную хозяйственную власть. И, наконец, монополисты имеют возможность с позиций силы влиять на других участников рынка, навязывать им свои условия.

Проблемы, связанные с развитием различных форм конкуренции неоднозначны, так как реальная жизнь очень динамична и в ней существуют не только критерии экономической эффективности, но действуют и политические или социальные факторы. Обществу выгоднее иметь совершенного конкурента, чем монополиста, в то же время условия производства подталкивают предприятия к тому, чтобы иметь большую власть и влияние на рынок.

Таким образом, нельзя дать ответ - какая рыночная структура «лучше» позволяет обеспечить оптимальные пропорции распределения ресурсов, обеспечить равновесие на рынке, здесь нужно учитывать не только макро-, но и микроэкономические факторы, которые оказывают влияние на развитие экономической ситуации в отрасли или экономике, каждый конкретный случай требует особого подхода.

**Актуальность** темы курсовой работы заключается в том, наличие рыночных структур и их способность работать в режиме рыночной конкуренции определяет конкурентоспособность страны, которая является показателем состояния и перспектив развития национальной экономики, основой для участия в международном разделении труда и торговле.

Развитие рыночной экономики и обеспечение равной конкуренции требует проведения целенаправленной и последовательной государственной политики по обеспечению экономической свободы.

Повышение эффективности хозяйственной системы в современных условиях связано с преодолением противоречия между необходимостью, с одной стороны, государственной поддержки национальных монополистов на мировых рынках и развитием конкурентной среды для участников внутреннего рынка, с другой.

**Основная цель** работы состоит в изучении характеристик рыночных структур и особенностей их развития в переходной экономике России.

В соответствии с данной целью в исследовании были поставлены **следующие задачи:**

1. Дать понятие рыночных структур и рассмотреть их типы.
2. Показать сущность каждой рыночной структуры.

3. Раскрыть особенности развития рыночных структур в переходной экономике России в процессе её демонополизации и эволюции системы собственности.

**1. Понятие и типы рыночных структур**

Условия, в которых протекает рыночная конкуренция, как и ряд других процессов, обычно называют рыночной структурой. Она характеризуется рядом черт: число и размер фирм, тип предлагаемого продукта, степень контроля над ценами, условия входа в отрасль и выхода из нее, доступность информации. По сути дела понятие «рыночная структура» шире категории «рынок». Оно фактически охватывает многие моменты рыночной организации всего национального хозяйства, и его нельзя сводить к рынку в его обыденной трактовке.

Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является понятие конкуренции. Существует множество ее определений и, как правило, они не противоречат, а скорее дополняют друг друга. В переводе с латинского конкурировать означает «сталкиваться». Фактически, конкуренция - это борьба, причем это борьба и между производителями, и между потребителями, это взаимоотношения по поводу установления и формирования цен и объемов, спросов и предложения товаров на рынке.

Конкуренция является важнейшим условием эффективного функционирования рыночной экономики, её главной движущей силой.

Именно конкуренция способствует прогрессу рыночного общества и поступательному движению цивилизации. Рынок тем эффективнее, чем он больше удовлетворяет условиям совершенной конкуренции. Реальная рыночная экономика немыслима без конкуренции, и надо стремиться делать ее совершенной. В этой связи возникает настоятельная необходимость в ее изучении, знании сил и рыночных наиболее сильных конкурентов, перспектив конкуренции на выбранных ранках.

Конкуренция – это экономическое соперничество хозяйствующих субъектов (участников экономики) за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Конкуренция позволяет обеспечить наиболее эффективное распределение экономических ресурсов, количество которых в любом обществе ограничено.

Конкуренция стимулирует деятельность участников экономики, побуждая их к уменьшению издержек производства, улучшению качества выпускаемой продукции, расширению ее ассортимента, снижению цен. Другими словами, конкуренция представляет собой присущий товарному производству стихийный метод выбора оптимального хозяйственного решения.

Многообразие видов конкуренций отражено на рис. 1.1

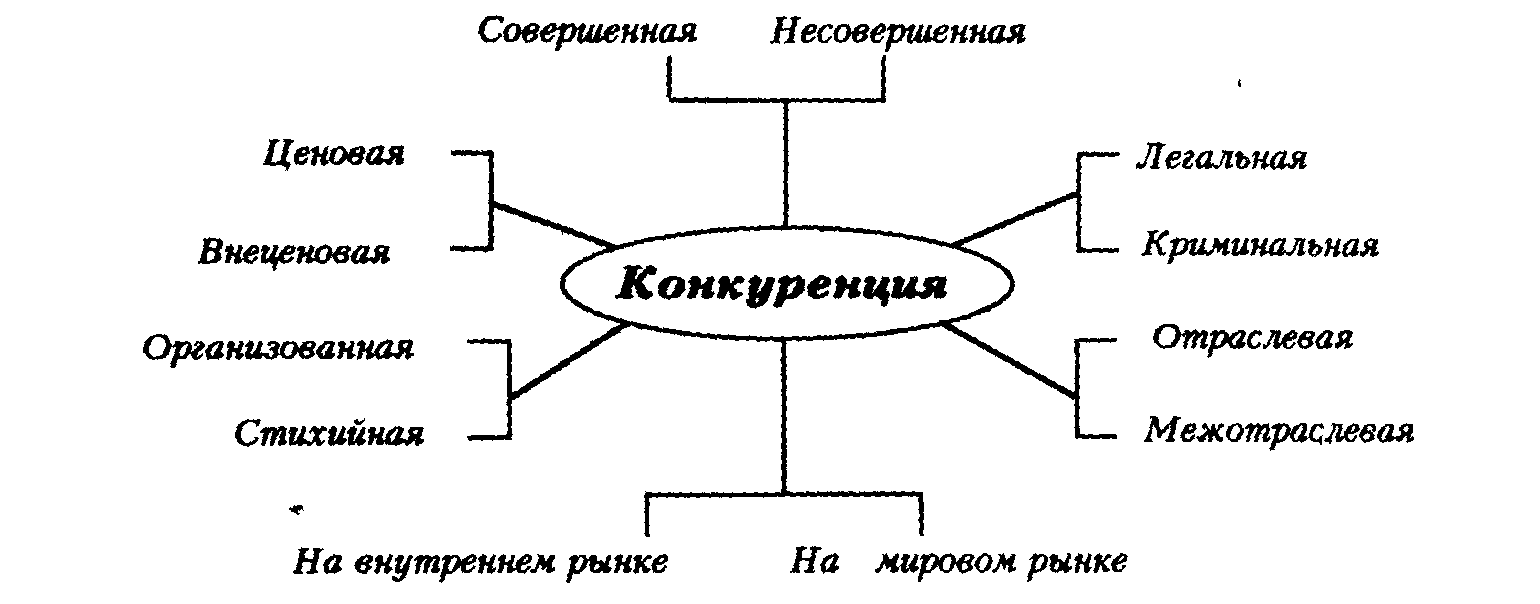


Рис. 1.1 Виды конкуренции

Обычно выделяют следующие четыре типа рыночных структур (модели рынка): совершенная (свободная) конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия и чистая монополия (см. Приложение 1). Каждая из названных структур отличается степенью конкурентности рынка, т. е. способностью фирм воздействовать на рынок, и, прежде всего на цены. Чем меньше это влияние, тем более конкурентным считается рынок.

Характеристика типов рыночных структур при сопоставлении с реальной действительностью показывает, что такие модели рынка, как совершенная конкуренция и монополия (чистая монополия), фактически встречаются крайне редко, в то время как монополистическая конкуренция и олигополия описывают множество реально существующих рынков.

**2.** **Характеристика основных типов рыночных структур**

#### 2.1 Совершенная (свободная) конкуренция

Конкуренция бывает двух видов: рыночная и нерыночная. Рыночная конкуренция может быть совершенной и несовершенной.

**Совершенной или свободной** конкуренция является тогда, когда ни один из продавцов или покупателей на рынке не может существенно влиять на цену товара. В настоящее время свободной конкуренции практически не существует.

**Несовершенной** называется конкуренция, при которой отдельные продавцы или покупатели способны существенно влиять на цену товара.

Совершенная конкуренция была господствующей в прошлом. Она предполагает соблюдение ряда обязательных условий:

1 Невозможность продавца или покупателя влиять на цену.

2 Возможность свободного перелива труда и капитала между отраслями.

3 Устойчивость денежного обращения.

4 Стандартность производимой продукции.

5 Свободное вступление и выход из отрасли.

6 Открытость экономики мировому рынку.

7 Доступность необходимой информации для каждого участника рынка.

Строго говоря, все эти условия в полной мере никогда не соблюдались, и свободная конкуренция это скорее теоретическая модель, чем реально существующий тип рынка.

Тем не менее, у свободной конкуренции существует много достоинств и мало недостатков, что делает её наиболее желательной для общества (рис. 2.1).

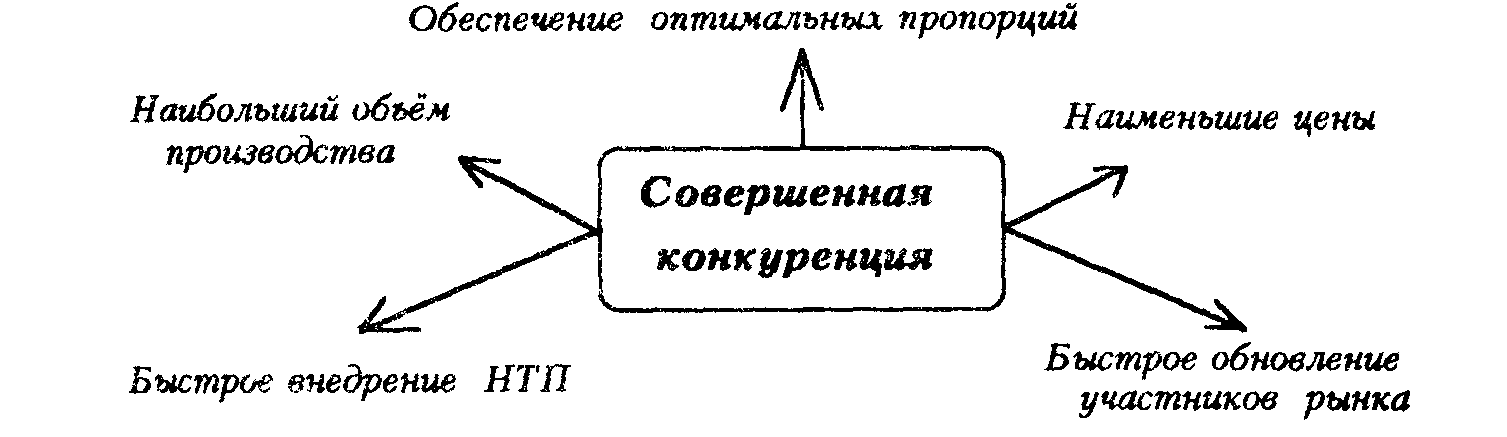


Рис. 2.1 Основные признаки совершенной конкуренции

В условиях совершенной конкуренции рынок без помех выполняет свои регулирующие функции. Поэтому складывается оптимальная система пропорций. Совершенная конкуренция обеспечивает максимальное использование производственных возможностей. Поскольку предприятия не могут при этой форме повышать цены, их стратегия состоит в наращивании объёма и снижении издержек. А поскольку свободная конкуренция всегда ценовая, то она обеспечивает самые низкие цены из всех возможных типов конкуренции. При свободной конкуренции не тормозится технический прогресс, происходит интенсивное о6новление участников.

Есть у совершенной конкуренции и недостатки: так как преобладает мелкий капитал, он не всегда может браться за крупные инвестиционные проекты. Ещё серьёзнее следующий недостаток - свободная конкуренция имеет тенденцию порождать концентрацию производства и монополии. Отсюда нео6ходимость постоянно следить за негативными явлениями. Но поскольку совершенная конкуренция предполагает очень 6ольшое число участников, практически это требование довольно сложно реализовать.

Структура данного вида конкуренции может быть устойчива лишь в том случае, если в ее фундаменте присутствуют все необходимые условия:

1) Большое число фирм, производящих однородную продукцию, и малость субъектов рынка. Малость субъектов рынка означает, что объемы предложения (спроса) даже наиболее крупных продавцов (покупателей) настолько малы по сравнению с суммарным объемом продаж на рынке, что эти субъекты не могут влиять на рыночную цену.

2. Однородность продукции разных предприятий, то есть, нет опасности, что потребители в массе своей предпочтут товары одной из фирм из-за их разительного превосходства по свойствам или качеству от продукции других фирм.

3) Отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль нового производителя и возможности свободного выхода из него.

4) Равный доступ ко всем видам информации «информационная прозрачность рынка». Это значит, что все покупатели имеют полную информацию о характеристиках продукта, ценах на него, а производители располагают информацией о производственной технологии, ценах на факторы производства.

5) Совершенная мобильность. Покупатель (продавец) может мгновенно заключить сделку с любым продавцом (покупателем), причем для этого не требуется дополнительных затрат.[[1]](#footnote-1)

6) Рациональное поведение всех участников, преследующих собственные интересы. Сговор в какой-либо форме исключен.

7) Затраты фирм на изготовление товаров различаются не очень существенно вследствие сходности технологии и цен на приобретаемые для производства ресурсы.

8) Транспортные затраты не играют большой роли в формировании предложения, то есть нет опасности, что многие производители окажутся неконкурентоспособными из-за слишком дорогой доставки своих товаров к покупателям (их цены окажутся в итоге выше, чем у конкурентов, предприятия которых находятся ближе к основным рынкам сбыта).[[2]](#footnote-2)

#### 2.2 Чистая монополия

На противоположном полюсе по отношению к совершенной конкуренции находится монополия. Монополия[[3]](#footnote-3) – это исключительное право государства, предприятия, организации, торговца (т. е. принадлежащее одному лицу, группе лиц или государству) на осуществление какой-либо хозяйственной деятельности.

Монополия представляет собой рыночную структуру, в которой одна фирма является поставщиком товара, не имеющего на рынке близких заменителей. У чистой монополии нет продавцов-соперников, поэтому фирма монополист имеет возможность повлиять на цену. Доступ других фирм на монополизированный рынок не возможен из-за наличия барьеров. Роль барьеров выполняют патенты или лицензии, исключительные права, полученные от правительства, большие размеры капитала и т. д.

Монополии осуществляют контроль над отраслями, рынками и экономикой на основе высокой степени концентрации производства и капитала с целью установления монопольных цен и извлечения монопольных прибылей. Господство в экономике служит основой того влияния, которое монополии оказывают на все сферы жизни страны.

Монополии благодаря высокому уровню сосредоточения экономических ресурсов создают возможности для ускорения технического прогресса. Однако, эти возможности реализуются в тех случаях, когда такое ускорение способствует извлечению монопольно-высоких прибылей.

Йозеф Шумпетер и другие экономисты доказывали, что крупные фирмы, обладающие значительной властью, - это желательное явление в экономике, поскольку 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 (см. приложение 2)[[4]](#footnote-4).

Формирование и рост монополий исторически неразрывно связаны перерастанием капитала свободной конкуренции в монополистический капитализм. В области хозяйственных отношений капиталистический рост монополий привел к усилению их диктата и господства. Совершенная конкуренция и «чистая» абсолютная монополия – это теоретические абстракции, которые выражают две полярные рыночные ситуации, два логических предела.

Конкурентные рынки в целом работают хорошо, чего нельзя сказать о рынках, на которых или покупатели, или продавцы могут манипулировать ценами. На рынке, где один продавец контролирует предложение, выпуск продукции будет малым, а цены – высокими. Монополия представляет собой крайнюю форму несовершенной конкуренции. Продавец обладает монопольной властью, если он может повышать цену на свою продукцию путем ограничения своего собственного объема выпуска.

Монополия является прямой противоположностью конкурентному рынку. По своей природе монополия выступает силой, подрывающей свободную конкуренцию, стихийный рынок. Существенное различие между монополистическим рынком и рынком конкурентным заключается в том, что монополист способен влиять на цену, выручаемую за товар, а конкурентный продавец такой возможности не имеет. Фирма с монопольной властью является фирмой, которая по своему усмотрению устанавливает цену на свой товар, а не принимает ее как данное, т. е. в отличие опять-таки от конкурентного продавца она не является ценополучателем.

Монополия характеризуется, преимущественно, отрицательными чертами[[5]](#footnote-5)(рис. 2.2).

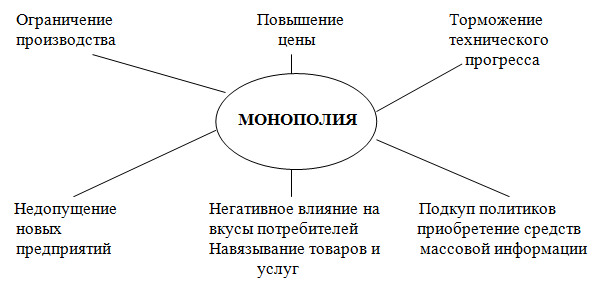


Рис. 2.2 Отрицательные черты монополии

Нередко под монополией подразумевается определенная структура рынка: абсолютное преобладание на нем единоличного поставщика или продавца. Монополия на стороне спроса носит название *монопсония*, а монополия со стороны предложения – *двухсторонняя монополия*.

**Монопсония [[6]](#footnote-6)** – это монополия на стороне спроса. Чистый монопсонист - это единственная на рынке фирма, которая является покупателем ресурса или его услуг, предлагаемых на этом рынке, причем возможностей альтернативного сбыта либо мало, либо нет совсем. Монопсонист обладает властью, достаточной для влияния на цену услуг ресурса, которые закупает. Чистая монопсония - такая же редкость, как и чистая монополия. Предположительно она может существовать в небольших городах, в которых, например, единственная фирма нанимает всех трудоспособных жителей.

**Двусторонняя монополия** представляет собой такую рыночную структуру, при которой единственный продавец и единственный покупатель осуществляют куплю - продажу факторов производства (для продавца - это готовая продукция). И покупатель, и продавец обладают возможностями, достаточными для контроля над ценами услуг факторов производства. Монопсонист имеет дело с монополией, продающей один из факторов производства.

В использовании термина монополия, а тем более «чистая» монополия всегда присутствует известная доля условности. Неслучайно некоторые экономисты стремятся найти замену этому термину: «несовершенный конкурент» (П.Самуэльсон), «ценоискатель» (П.Хейне).

**Чистая монополия** — это ситуация, когда существует единственный продавец товара, который не имеет близких заменителей. Под этим термином понимается и сам этот единственный продавец товара. Рынок, где доминирует монополия, находится в резком контрасте с полностью конкурентным рынком, на котором много соперничающих продавцов предлагают для продажи стандартизированный товар. У покупателей, желающих потреблять товар монопольной фирмы, есть только один источник предложения. У чистой монополии нет продавцов-соперников, конкурирующих с ней на ее рынке.

***Основные характерные черты:***

На данном рынке производителем продукции и услуг выступает одно единственное предприятие — чистый, или абсолютный монополист. По существу оно же диктует цену на свою продукцию. На падающий спрос его продукции, монополист отвечает изменением предложения товара, чем и вызывает изменение объёма спроса и цены.

2. Вступление в данный рынок новых предприятий блокируется экономическими, финансовыми, правовыми, техническими и другими преградами. Иначе монополист теряет своё абсолютное монопольное положение.

3. Продукт монополии уникален в том смысле, что не существует хороших или близких заменителей. С точки зрения покупателя это означает, что нет приемлемых альтернатив. Покупатель должен покупать продукт у монополиста или обходиться без него.

4. Неценовая конкуренция на данном рынке отсутствует. Чистый монополист диктует цену. Причина очевидна: он выпускает и, следовательно, контролирует общий объем предложения.

Черты чистой монополии наиболее полно встречаются в небольших населённых пунктах с одним магазином, одним телефонным пунктом, местный банк, кинотеатр или книжный магазин может относиться к монополии в географически изолированном населённом пункте.

Отсутствие конкурентов, которое характеризует чистую монополию, в значительной степени объяснимо с точки зрения барьеров для вступления в отрасль. В случае чистой монополии барьеры для вступления в отрасль достаточно высоки, чтобы полностью блокировать всю потенциальную конкуренцию.

Монополистический барьер для вступления в отрасль может быть обусловлен законодательством или особой лицензией, предусмотренной государством, как, например, в радио- и телевизионном вещании. Благодаря барьерам для вступления в отрасль монополист может постоянно получать значительные экономические прибыли.

Стремясь поддержать или увеличить вытекающие из этого экономические прибыли, монополия может израсходовать значительные суммы на легальные платежи, «обработку» членов правительства и рекламу связи с общественными организациями, чтобы склонить правительство предоставить ему привилегированное положение или защитить его. Эти расходы ничего не добавляют к объему производства фирмы, но увеличивают ее издержки.

Институт частной собственности может быть использован монополией как средство эффективной преграды для потенциальных конкурентов. Фирма, владеющая или контролирующая сырьё, которое является необходимым в процессе производства, может препятствовать созданию конкурирующих фирм.

Следовательно, *чистый монополист будет иметь больше финансовых ресурсов для научно-технического прогресса, чем конкурентные фирмы.*

#### 2.3 Монополистическая конкуренция

Эта рыночная структура представляет смешение конкуренции и монополии. Для этой структуры характерно относительно большое число небольших производителей, производящих дифференцированную, хотя и идентичную продукцию, развитость неценовой конкуренции и реклама. Производители в условиях монополистической конкуренции являются небольшими по размеру формата (розничная торговля, производство бытовой техники, парфюмерия, пошив верхней одежды и т. д.).

Монополистическая конкуренция обладает рядом положительных и отрицательных черт (рис. 2.3).



Рис. 2.3 Основные достоинства и минусы монополистической

Конкуренции

В связи с тем, что монополистическая конкуренция включает в себя переплетение моделей совершенной конкуренции и чистой монополии, можно выделить следующие ее признаки. Как и при совершенной конкуренции, предполагается, что в отрасли действуют много фирм и имеется достаточно свободный вход в эту отрасль и выход из нее.

Другой чертой этого рынка является то, что все фирмы отрасли имеют определенную возможность "назначать" цену на производимый ими товар, т.к. каждая фирма продает отличный продукт от товаров других фирм.

Например, все фирмы выпускают верхнюю одежду. Казалось бы, товар один - мужские пальто, но каждая фирма выпускает свой товар, отличный от других фирм фасоном, составом и цветом ткани, отделкой, применяемой фурнитурой и т.п. Происходит дифференциация товара, которая покрывает фирмам возможность манипулировать ценами, повышать или понижать их.

В то же время, назначая цены, продавцы не могут не считаться со спросом и предложением, поэтому термин "назначенная цена" призван скорее подчеркнуть тот ее уровень, на который рассчитывают продавцы. В жизни они вынуждены находить разумные решения между желанием продать подороже и стремлением увеличить объем продаж, т.е. найти наиболее выгодную для себя цену или набор цен.

В конечном счете, каждый продавец устанавливает окончательную цену, хотя многие из них предпочитают преобладающую цену. Однако поиски уровня цен далеко не свободны от ограничений, налагаемых спросом и предложением. Даже крупные корпорации испытывают влияние спроса и предложения на принимаемые решения. К тому же цены зависят от издержек, а с издержками вынуждены считаться любой продавец.

Поэтому отправным пунктом ценообразования для товаропроизводителя является динамика предельных издержек и спроса, изменяющихся во времени вне зависимости от действий товаропроизводителей-конкурентов.

В свою очередь, наличие массы производителей, выпускающих аналогичные товары, а также возможность относительно свободного входа в отрасль вносят в процесс ценообразования важный элемент конкуренции.

Все это ведет к тому, что кривая спроса отдельной фирмы в условиях несовершенной конкуренции имеет падающий характер, но более плавный, чем кривая спроса отрасли. Следовательно, дифференциация товара означает, что фирмы отрасли производят товары достаточно схожие, чтобы их можно было назвать тем же товаром, но и достаточно различные для того, чтобы товаропроизводитель чувствовал некоторую свободу в отношении "назначения" цены на свой товар.

Кривая спроса на продукцию монополистического конкурента более эластична, чем при чистой монополии и эластичность зависит от числа конкурентов и уровня дифференциации продукта (рис. 2.4).

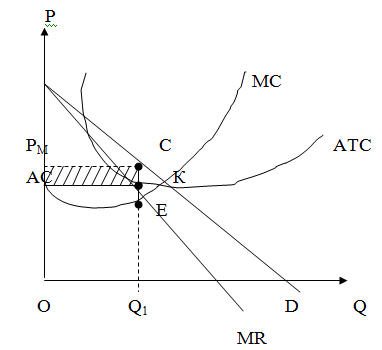


Рис. 2.4 Механизм определения объёма производства и ценообразования

В краткосрочном периоде фирма будет максимизировать прибыль и минимизировать убытки при условии MR = MC на графике в точке Е. При этом цена продукта (Р) установится выше минимума АТС и выше предельных издержек P>MC.

**2.3. Олигополия**

Олигополия – наличие на рынке нескольких крупных фирм, занимающих господствующее положение в производстве и сбыте какого-либо товара

Олигополия характерна для таких российских отраслей, как производство стали и алюминия, автомобилестроение, сельскохозяйственное машиностроение, космическая связь, телевидение. Например, в судостроительной отрасли России занято около 1 млн. работников на 40 предприятиях, из них 17 – крупных, но доминируют на рынке семь: «Адмиралтейские верфи», фирма «Алмаз», «Балтийский завод» (все три – в Санкт-Петербурге), машиностроительный завод «Звездочка» в Северодвинске, «Красное Сормово» в Нижнем Новгороде, Амурский судостроительно-судоремонтный завод в Хабаровске, Дальневосточный завод «Звезда» в Приморском крае.

Олигополистический рынок сочетает элементы конкуренции и монополии. Хотя существование нескольких олигополий в отрасли вроде бы сохраняет конкуренцию, но между предприятиями легко возникает сговор.

Формы сговора разноо6разны, иногда это делается 6ез составления какой-либо документации. Например, лидерство в ценах возникает как бы стихийно. Форма конкуренции между олигополиями чаще всего неценовая. Использование ценовой конкуренции могло 6ы сегодня привести лишь ко взаимному разорению, и всё же конкуренция сохраняется в иных формах. Это повышение качества, улучшение обслуживания, освоение новой технологии.

Немногочисленность фирм означает, что каждая из них обладает большим рыночным весом и может влиять на цену. В таких условиях фирмы оказываются зависимыми и конкуренция между ними чревата серьезными неприятностями. Если одна из фирм увеличивает предложение товаров на рынке, то цена соответственно уменьшится, что отразится на доходах других фирм - олигополистов.

Сбивая цены на рынке, фирмы могут вести настоящие ценовые войны, но чаще конкуренция регулируют взаимными соглашениями. Вхождение новых фирм в отрасль с олигополией очень затруднено. Количество субъектов олигополии зависит от концентрации продаж в руках той или иной фирмы и может быть разным.

К олигополистическим структурам рынка можно отнести такие рынки, на которых сосредоточивается от 2 («дуополия») до 24 продавцов (условно), с числа 25 идет отсчет структур монополистической конкуренции. Олигополия может быть жесткой (на рынке господствуют 2-3 фирмы) и расплывчатой (6 и более фирм делят 70-80% рынка).

По концентрации продавцов предлагаемой продукции олигополии делятся на плотные (2-8 продавцов) и разреженные (более 8 хозяйствующих субъектов). При плотной олигополии возможны различного рода сговоры, при разреженной олигополии это практически невозможно.

Исходя из характера предлагаемой продукции олигополии можно разделить на ординарные и дифференцированные. Ординарные связаны с производством и предложением стандартных продуктов (сталь, цветные металлы, строительные материалы), вторые формируются на основе выпуска многообразного ассортимента продукции и характерны для отраслей, где есть возможность дифференцировать производство предлагаемых товаров и услуг.

Причинами становления олигополии являются:

1. возможность в некоторых отраслях эффективного производства только на крупных предприятиях;
2. владение патентами и контроль над сырьем;
3. поглощение слабых фирм более сильными на основе финансовых операций, направленных на приобретение предприятия полностью или частично путем скупки контрольного пакета;
4. эффект слияния, имеющего добровольный характер, при котором новая фирма может добиться ряда преимуществ: возможности контролировать рынок, цену, закупать сырье по более низким ценам;
5. научно-технический прогресс, с которым связано расширение производства с целью реализации эффекта масштаба.

## Особенности развития рыночных структур в переходной экономике России

#### 3.1Демонополизация экономики и создание условий для развития конкуренции

Понятие переходной экономики, в большинстве учебников определено как промежуточное состояние экономики в связи с изменением принципов хозяйствования в результате социально-экономических изменений. Определяющую роль в этих изменениях играет трансформация отношений собственности. Если переходная экономика в России после 1917 г. формировалась на основе господства государственной собственности, то в 90-х гг. началось движение от государственной собственности к частной.

Отсчет переходной экономики в России начался со 2 января 1992 г. в результате либерализации цен. Старт переходной экономике был дан в условиях жесточайшего экономического кризиса.

Россия начала рыночную реформу, имея командную экономику. Эта экономика формировалась на основе государственной собственности и централизованного управления.

Централизованная система управления подавляла предпринимательские способности работников. Эта система была основана на подчинении, допуская инициативу лишь в узких границах. Свобода предпринимательства и свобода выбора не действовали, производство работало ради производства, а не ради потребителя, чего не может быть в рыночной экономике.

Особо сложный круг задач встал в тот период перед антимонопольной политикой России в плане преодоления элементов чрезмерного административного монополизма, в первую очередь, монополизма центральных государственных органов управления.

Особенность российских монополий заключается в их истории. В СССР в каждой отрасли строились предприятия-гиганты (одно предприятие на весь союз). Они были узко специализированы, и у них не было конкурентов. Тогда конкуренция была выражена слабо, всё решал Госплан. Это значительно облегчало управление государством.

В результате экономика страны оказались в полной зависимости от сложившейся специфической монополистической иерархии. При этом приходилось различать деятельность монополий, охватывающих экономику в целом (монополизм центральных государственных экономических органов управления), и монополизм ведомственный. Так получалось потому, что непосредственное управление в разрезе отраслей и других крупных подсистем экономики обеспечивали министерства и госкомитеты, бюрократический аппарат которых нередко стремился проводить в жизнь и реализовывать свои интересы, существенно отличающиеся от общегосударственных. На самой нижней ступени этой своеобразной монополистической пирамиды находились производственные предприятия и другие первичные хозяйственные ячейки, лишенные какой-либо реальной самостоятельности и обязанные выполнять задания вышестоящих монопольных структур. Рынок и стоимостные рычаги при этом полностью не исключались, но их использование было подчинено целям и задачам директивного планирования.

К элементам чрезмерного государственного монополизма относилось сохранение всё ещё весьма высокой доли государственного сектора в ведущих отраслях индустрии, замедленные темпы разгосударствления в деревне, сохранение за государством контрольного пакета акций значительной части приватизированных предприятий, сохранение возможностей для значительной части государственных предприятий получения существенной финансово-кредитной поддержки от государства вне прямой зависимости от результатов их производственной деятельности, попытки сплошного “охвата” предприятий различными формами государственного административного контроля, насильственного объединения нежизнеспособных производств с сильными предприятиями с целью поддержания на плаву фактических банкротов, промонополистическая политика государства по отношению к естественным монополиям.

В условиях перехода к рынку, точнее, при тех обстоятельствах, в которых находилась экономика России, при решении вопроса о допустимости или недопустимости использования тех или иных элементов государственного административного монополизма целесообразно было, не упуская, безусловно, из виду критерий ущерба для конкурентной борьбы, учитывать всё же в первую очередь критерий оздоровления экономики.

То есть, решая вопрос о том, прогрессивна или не прогрессивна та или иная конкретная форма государственного административного монополизма в наших условиях, необходимо было в предстоящие годы руководствоваться, прежде всего, оценкой способности той или иной монополистической формы повлиять на достижение прогрессивных структурных сдвигов в экономике.

Сложности встали перед антимонопольной политикой России и при решении вопроса о сдерживании или стимулировании отечественных производственных монополий. С одной стороны, безусловно, необходимо было подавление безудержных стремлений предприятий-монополистов к взвинчиванию цен на свою продукцию, как одного из главных факторов усиления инфляции.

С другой стороны, учитывая кризисное состояние экономики России и объективно большие возможности крупных предприятий по увеличению объёма выпуска продукции, снижению издержек, проведению научно-исследовательских работ и освоению новых видов продукции, неизбежно сочетание курса на сдерживание производственных монополий с разумной поддержкой определённой их части.

Безусловно, формирование концернов, обеспечивающих более рациональную и эффективную организацию целой группы ведущих предприятий отрасли, объединяющих предприятия с общей сырьевой базой и технологией, активно проводящих курс на диверсификацию производства, совершенно не равнозначно многочисленным попыткам воспроизводства былых замкнутых гигантских искусственных монополий, объединявших все предприятия той или иной отрасли, независимо от интересов этих предприятий, и координировавшихся соответствующими министерствами или госкомитетами.

Разграничение монопольных структур различного характера, т.е. выделение тех из них, которые способны оздоравливать экономику, и тех, которые тянут её назад, к временам массового экономического иждивенчества, было, да и сейчас является важной задачей современной российской антимонопольной политики.[[7]](#footnote-7)

Антимонопольная политика и антимонопольное законодательство не имеют целью запрещение или ликвидацию монопольных образований. В обществе сложилось понимание того, что монополия как фактор роста прибыли не может быть уничтожена. Поэтому реальное задание антимонопольной политики заключается в том, чтобы поставить деятельность монополии на государственный контроль, исключить возможность злоупотребления монопольным положением.

В Российской Федерации антимонопольное законодательство основывается на Конституции Российской Федерации и состоит из Закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках**»** N 948-1 от 22 марта 1991 года (с последующими изменениями), федеральных законов, регулирующих отношения, влияющие на конкуренцию на товарных рынках в Российской Федерации, в которых участвуют российские и иностранные юридические лица, федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, иные наделенные функциями или правами указанных органов власти органы или организации, а также физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели.

Эти отношения могут регулироваться также указами Президента Российской Федерации и постановлениями Правительства РФ.

Законом «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках**»** регулируется монополистическая деятельность - противоречащие антимонопольному законодательству действия (бездействие) хозяйствующих субъектов, направленные на недопущение, ограничение или устранение конкуренции;

В декабре 1996 года на заседании Правительства РФ была утверждена концепция среднесрочной правительственной программы на 1997-2000 гг. “Структурная перестройка и экономический рост”. Она содержала специальный раздел, посвящённый антимонопольной политике. Антимонопольная политика в среднесрочной перспективе была спланирована по следующим основным направлениям:

- Совершенствование правовой базы, форм и методов антимонопольного контроля и регулирования в целях предупреждения и пресечения злоупотреблений рыночной властью, сговоров, соглашений и согласованных действий, имеющих результатом ограничение конкуренции и (или) ущемление интересов хозяйствующих субъектов или граждан, недобросовестной конкуренции.

- Демонополизация экономики и создание условий для развития конкуренции на монополизированных товарных рынках с высокой степенью концентрации поставок, устранение барьеров для развития конкуренции и входа на рынки других хозяйствующих субъектов.

- Противодействие созданию новых монополистических структур в результате перераспределения собственности, реализации корпоративной инвестиционной политики и интеграционных процессов, в том числе при формировании финансово-промышленных групп.

- Распространение антимонопольных требований на рынки финансовых, в том числе банковских и страховых, услуг.

- Согласование целей, задач и мер по демонополизации и развитию конкуренции на товарных рынках, гармонизации антимонопольного законодательства в рамках единого экономического пространства СНГ, адаптации конкурентной политики в целях вхождения России в мировое экономическое сообщество[[8]](#footnote-8).

В настоящее время демонополизация и содействие развитию конкуренции в России проводятся в следующих направлениях:

- Контроль за соблюдением антимонопольных требований при создании, реорганизации и ликвидации хозяйственных субъектов.

- Контроль за крупными продажами и покупками акций, которые могут привести к доминирующему положению хозяйствующих субъектов (не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара не превышает 35%).

- Предоставление льготных кредитов, а также уменьшение налогов или освобождение от них хозяйствующих субъектов, впервые вступающих на данный товарный рынок.

- Финансирование мероприятий по расширению выпуска дефицитных товаров в целях устранения доминирующего положения отдельных хозяйствующих субъектов.

- Привлечение иностранных инвестиций, учреждение совместных предприятий, создание и развитие свободных экономических зон.

Может ли антимонопольная политика государства нанести вред экономике своей страны?

Да, может, если она, без учета экономических взаимосвязей и без скрупулезной оценки той или иной проблемы, запрещает укрупнение фирм, которое было бы полезно и предоставило бы лучшие шансы в конкурентной борьбе с отечественными или зарубежными конкурентами.

#### 3.2 Изменение системы собственности — основная движущая сила эволюции рыночной структуры

В России вслед за завоеванием власти в октябре 1917 года была ликвидирована частная собственность в промышленности, на транспорте, в строительстве, в торговле. Формирование советской экономической системы осуществлялось через два основных направления — национализацию в промышленности и кооперирование крестьян в сельском хозяйстве. В результате утвердилось полное господство социалистической, или общественной (т.е. государственной и полугосударственной), собственности.

В дальнейшем в СССР продолжался процесс наращивания общественных средств производства за счет накоплений. В результате социальная структура собственности на средства производства к началу 90-х гг. приняла следующий вид: государственная 88,6, колхозная 8,7, кооперативов по производству товаров и услуг (включая жилищно-строительные) 1,5, собственность граждан - 1,2%. Эти цифры по существу выражают высокий государственный монополизм на средства производства.

Установление господства государственной собственности, отождествлявшейся с общенародным достоянием, имело свои достоинства. Оно обеспечивало единое централизованное управление экономикой, огромную концентрацию ресурсов и их использование для решения крупнейших хозяйственных задач.

На развитии государственной собственности базировался процесс расширенного воспроизводства. Централизация собственности являлась основой относительного равенства в распределении материальных и духовных благ между членами общества.

Вместе с тем опыт СССР и других социалистических стран показал, что глобализация государственной собственности имеет и крупные минусы, которые со временем становятся нетерпимыми.

Государственные предприятия экономически не были заинтересованы в использовании новых достижений науки и техники. Эти достижения отторгались, так как существовавшая монополия государственной собственности делала более выгодным выпуск традиционной продукции по устоявшейся технологии. Отсутствие конкуренции лишило предприятия экономических стимулов к повышению качества продукции и снижению издержек производства. Внутренние источники развития были заменены внешними побудительными мотивами, основанными на силе административной власти.

В результате эффективность народного хозяйства, основанного на государственной собственности, оказалась невысокой, по многим показателям она уступает эффективности рыночной экономики. Замедлялись темпы роста производительности труда, из года в год снижалась фондоотдача, росла материалоемкость продукции.

Аналогичные недостатки проявились и в колхозной собственности. Административные органы безраздельно командовали колхозами, определяли направление их производства, формировали органы их управления.

В целях преодоления существующих в СССР экономических трудностей утвердилось мнение о необходимости перехода от административно-командной системы к рыночной системе свободной конкуренции. Во второй половине 80-х годов начались интенсивные изменения собственности, затрагивающие не только перераспределение прав, но и изменение форм собственности.

Естественно, такой переход сопровождался глубокими изменениями во всей общественной структуре и требовал переосмысливания многих фундаментальных экономических концепций.

В теоретическом плане трансформация собственности потребовала решения проблемы, до какого уровня должна снизиться доля государственной собственности, какими темпами и способами пойдет это снижение, как и к кому должна переходить государственная собственность.

Был взят курс на переход к системе, сочетающей частную (индивидуальную и групповую), государственную и смешанную формы собственности на средства производства.

Раз рынок предполагает свободу производственной и коммерческой деятельности, конкуренцию между производителями, значит должно быть преодолено господство какой-то одной формы собственности. Оно должно быть заменено взаимно дополняющими друг друга различными формами собственности, каждая из которых оказалась бы наиболее приспособленной к конкретной сфере экономики, к каждому специфическому виду экономической деятельности.

Выбор направлений и форм преобразований в переходной экономике России осуществлялся в ходе острых дискуссий, которые велись по следующим основным направлениям. В качестве приоритетных обосновывалось: разгосударствление с сохранением государственной собственности на крупных предприятиях и приватизация в сфере малого бизнеса; создание коллективных предприятий, как с неделимой, так и коллективно-долевой собственностью; бесплатное распределение государственного имущества среди населения (через специальные приватизационные счета, государственные ценные бумаги и др.); акционирование предприятий и продажа с аукциона акций и самих предприятий.

Приватизация в России была осуществлена в радикальном варианте по характеру, масштабам, темпам, срокам и методам.

Закон РСФСР "О приватизации государственных и муниципальных предприятий в РСФСР" был принят 3 июля 1991 г. и послужил основой для разработки и реализации практических программ приватизации. Указ Президента РФ от 29 января 1992 г. "Об ускоренной приватизации государственных и муниципальных предприятий" явился основой для интенсификации процесса приватизации.

Широкомасштабный процесс приватизации с предписанием количественных планов приватизации по отраслям и регионам развернулся на основе первой программы приватизации (июнь 1992 г.). А указ Президента РФ от 1 июля 1992 г. № 721 и утвержденный пакет положений к нему вел процесс приватизации в состояние "технологического потока".

Приватизация представляет особую систему экономических отношений, возникающих в связи с изменением формы собственности на средства производства: с «государственной» на «частную». Она включает взаимосвязь приоритетов, отражающую сочетание интересов органов государственной власти, трудовых коллективов предприятий, населения в целом в процессе глубинных изменений. Диалектика приватизации и разгосударствления заключается в том, что приватизация является разгосударствлением собственности.

Основные особенности российского процесса приватизации:

1. Директивность. Решение о приватизации принималось не трудовыми коллективами или руководителями (менеджерами), знавшими специфику финансового и технологического состояния предприятий, а Госкомимуществом. Регионам директивно предписывались даже количественные масштабы приватизации с разбивкой по отраслям.

2. Приоритетность одной формы. В качестве приоритетного направления было превращение государственной собственности в частную. Недооценивались и даже игнорировались другие формы преобразований государственной собственности, связанные с перераспределением прав собственности. В результате российская модель была жестко нацелена на перераспределение экономической власти между социальными слоями общества.

3. Приоритет социально-политических целей над экономическими. Российская модель приватизации не учитывала критерии экономической эффективности, осуществления приватизации в краткосрочном и среднесрочном аспектах, что неизбежно приводило к расточительности.

4. Социальная деформированность при быстрой концентрации капитала. Провозглашенная социально-стартовая цель превратить всех граждан в собственников и создать массовый средний класс на практике обернулась сосредоточием государственной собственности у отдельных групп и отторжением от реального государственного имущества основной массы населения.

Реальные результаты приватизации состояли в массовом (в количественном отношении) перераспределении государственного имущества и закреплении права частной собственности в ограниченные сроки. Наиболее массовым этот процесс был в 1992-1994 гг.

В результате приватизации изменилась структура собственности. В количественных оценках она выглядела в 1995г. следующим образом (табл. 4.3).[[9]](#footnote-9)

Таблица 3.1

Доля предприятий в государственном и частном секторах экономики России

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Легкая промышленность  Пищевая промышленность  Строительство  Промышленность стройматериалов  Автотранспорт и авто ремонт  Торговля оптовая  Торговля розничная  Общепит  Бытовое обслуживание  Прочее  Всего по России | Госсектор, %  41  43  52  41  52  45  33  44  35  68  49,5 | Частный сектор, %  59  57  48  59  48  55  67  56  65  32  50,5 |

Пятидесяти процентный рубеж частной собственности по количеству предприятий был преодолен в середине 1995 г.

## Заключение

Цель курсового исследования достигнута путём реализации поставленных задач.

В результате проведённого исследования по теме "Рыночные структуры и особенности их развития в России" можно сделать ряд выводов:

1. Многообразие рыночных структур охватывается четырьмя теоретическими моделями: совершенно конкурентный рынок, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия.

1. Совершенная, или свободная, конкуренция - это такая модель рынка, при которой влияние каждого участника экономического процесса на ситуацию на рынке настолько мало, что им можно пренебречь.

Свободная конкуренция имеет место там, где действует множество независимых производителей однородных товаров и услуг (молока, стандартизированной пшеницы) и доля каждого производителя мала настолько, что он не может ощутимо менять предложение продукции, а значит, и сложившуюся цену. Из-за одинаковости товара ценовая конкуренция здесь отсутствует. Однако на таком рынке сотни и тысячи предприятий не выживают, при этом свободный доступ привлекает туда новых предпринимателей. Свободная конкуренция на практике встречается не часто.

2. Чистая монополия существует, когда одна фирма является единственным производителем данного продукта. Изменяя объемы предложения своей продукции, монополист по существу диктует потребителям и свою цену. Экономическая мощь и эффективность малозатратного производства делают практически невозможным проникновение в эту отрасль других фирм.

3. Монополистическая конкуренция предполагает сочетание монополии и конкуренции и складывается там, где много сравнительно небольших производителей предлагают похожую, но не одинаковую продукцию (разные виды одежды, обуви, мебели).

Многочисленность таких фирм не позволяет каждой из них в отдельности влиять на рыночное предложение и цену и мешает тайному сговору для овладения рынком. Поэтому между ними идет как ценовая, так и неценовая конкуренция. Монополистическая конкуренция на практике встречается очень часто (рестораны, станции технического обслуживания, банки).

4. При олигополии выполняются три условия: 1) в отрасли действуют несколько фирм, так что отрасль не является монополизированной; 2) кривая спроса каждой фирмы имеет падающий характер; 3) в отрасли присутствует о крайней мере одна крупная фирма, любое действие которой вызывает ответную реакцию конкурентов.

5. Конкуренция и монополия в чистом виде встречаются очень редко. В реальной жизни преобладают монополистическая конкуренция либо олигополия.

6. В Российской Федерации, как и во всём мире, отношение к монополиям двоякое. С одной стороны они, доминируя на рынке, диктуют свои цены и тарифы на продукцию, управляют спросом с помощью предложения. С другой стороны при крупном производстве издержки на единицу продукции уменьшаются при увеличении объёма производства.

7. Россия уже достаточно продолжительное время находится на пути реформирования своей экономики, на стадии становления и утверждения рыночных отношений. Эти отношения, как и рыночная экономика в целом, представляет собой сложнейший организм, состоящий из огромного количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на основе разветвленной системы, объединенной единым понятием «рынок».

Здесь встречаются производители и потребители, продавцы и покупатели, здесь в результате взаимодействия спроса потребителей и предложения производителей устанавливаются и цены товаров, и объемы продаж.

## Библиографический список литературы

1. Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках**»** N 948-1 от 22 марта 1991 года (в ред. Федерального закона от 07.03.2005 N 13-ФЗ).

Федеральный закон «О естественных монополиях» N 147-ФЗ от 17 августа 1995 года (в ред. Федерального закона от 29.06.2004 N 58-ФЗ).

1. Белокрылова О. С. Теория переходной экономики. – Ростов-на-Дону: «Фениикс», 2002.
2. Винокурова М.А., Демина М.П. Экономическая теория. Ч1.- Иркутск: Изд-во ИГЭА, 2003.
3. Герасимов В.Г., Соколинский З.В. Экономическая теория в структурно-логических схемах — Белгород: Белаудит, 2000.
4. Журавлева Г. П. Экономика. – М.: Юристъ, 2004.
5. Курс экономической теории: Учебник / Ред. коллегия: М.Н. Чепурин, Е.А. Киселева. – 4-е изд., перераб. и доп. – Киров: Изд-во «АСА», 2001.
6. Липсиц И.В. Экономика, кн.2. М.: изд-во «Вита-Пресс», 2000.
7. Нуреев Р.М.Курс микроэкономики. — М.: Инфра-М, 2001.
8. Никифоров А.А. Концепция антимонопольной политики и реформа // Вестник Моск. ун-та. Сер.6., Экономика. - 2004. - №1.
9. Основы экономической теории / Под ред. С. И. Иванова. — М: Вита-Пресс, 2000.
10. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Экономическая теория. — М.: Норма, Инфра-М, 2001.
11. Современная экономика. Многоуровневое учебное пособие – Ростов-на-Дону: Изд-во "Феникс", 2000.
12. Симкина Л. Г., Корнейчук Б. В. Микроэкономика. – СПб.: Питер, 2002.
13. Шумпетер И. Капитализм, социализм и демократияю - М., 1995.
14. Экономика. Учебник / Под ред. доц. А. С. Булатова.- 2-е изд., перераб. и доп. — М.: БЕК, 2004.

**Приложение 1**

Таблица 1

Типы рыночных структур

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Свободная**  **конкуренция** | **Монополистическая конкуренция** | Олигополия | **Чистая монополия** |
| **Число и размеры фирм** | Очень большое число мелких фирм | Много мелких фирм | Несколько фирм,  есть крупные фирмы | Одна фирма |
| **Характер продукции** | Однородная продукция | Разнородная  продукция | Однородная или  разнородная продукция | Уникальная  продукция |
| **Условия входа в отрасль и выхода из нее** | Никаких затруднений | Сравнительно  свободно | Возможны отдельные препятствия при входе | Практически  непреодолимые  барьеры на входе |
| **Контроль над ценой** | Отсутствует | Очень ограниченный | Значительный  (особенно при сговоре) | Очень значительный |
| **Конкуренция** | Ценовая | В основном ценовая | В основном неценовая | Неценовая |
| **Концентрация на рынках** | Низкая | Средняя | Высокая | Очень высокая |
| **Доступ информации** | Равный доступ к  всем видам информации | Некоторые  затруднения | Некоторые  ограничения | Некоторые  ограничения |
| **Примеры** | Сельское хозяйство, услуги по обмену валюты | Производство одежды, обуви, книг, розничная торговля | Производство стали, автомобилей, сельхозмашин, оптовая торговля | Электро-, газо-, водоснабжение, метрополитен, связь |

**Приложение 2**

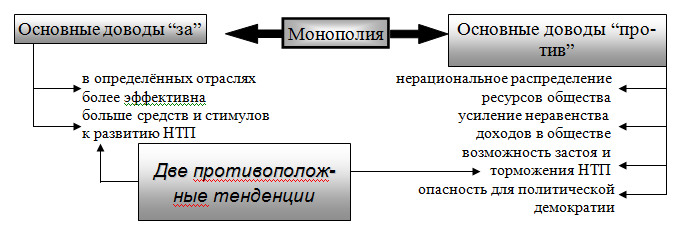


Рис. 1. Характеристика монополий

1. Симкина Л.Г., Корнейчук Б.В. Микроэкономика. - СПб: «Питер»,2002.С.214-217. [↑](#footnote-ref-1)
2. Липсиц И.В. Экономика, кн.2. М.: изд-во «Вита-Пресс», 2000. С.111. [↑](#footnote-ref-2)
3. Монополия: (от греческого *monos* – один + *poleo* – продаю) [↑](#footnote-ref-3)
4. Шумпетер И. Капитализм, социализм и демократия.- М., 1995. [↑](#footnote-ref-4)
5. Герасимов В.Г**.**, Соколинский З.В. Экономическая теория в структурно-логических схемах — Белгород: Белаудит, 2000. - с. 89. [↑](#footnote-ref-5)
6. Монопсония: от греч. *monos + opsonia –* закупка продовольствия. [↑](#footnote-ref-6)
7. Винокурова М.А., Демина М.П. Экономическая теория. Ч1. Иркутск: Изд-во ИГЭА, 2003.- С326-380 [↑](#footnote-ref-7)
8. Никифоров А.А. Концепция антимонопольной политики и реформа // Вестн. Моск. ун-та. Сер.6., Экономика. - 2004. - №1. - С.14-30. [↑](#footnote-ref-8)
9. Белокрылова О. С. Теория переходной экономики. – Ростов-на-Дону: «Фениикс», 2002.С. 132 [↑](#footnote-ref-9)