МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

НТИ(филиал) «МГУДТ»

[Кафедра Экономики и управления](http://www.ntimgudt.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=38&catid=5&Itemid=33)

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

**Монополия и конкуренция**

Выполнила:

Студентка группы ЗК-21

Худышкина В.В.

Проверила:

Бородина Т.И.

Новосибирск 2014

**Содержание**

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

1. Конкуренция как экономическая категория

1.1 Определение конкуренции с позиции различных методологических подходов………………………………………………………………………..….4

1.2 Принцип естественного отбора и конкуренция: общее и различия. Формирование рынка совершенной конкуренции…………………………….6

1.3 Конкуренция и её конечный результат: образование монополии…..10

2. Монополия как экономическая категория

2.1 Определение монополии с позиции различных методологических подходов…………………………………………………………………..……..13

2.2 Виды монополии и их место в современной экономике……………….15

2.3 Рынок несовершенной конкуренции…………………………………....19

3. Антимонопольное законодательство как способ формирования эффективной рыночной экономики

3.1 Возникновение антимонопольного законодательства…………………22

3.2 Антимонопольное законодательство в Российской Федерации………24

Заключение…………………………………………………………………....27

Список литературы………………………………………………………..….29

**Введение**

На сегодняшний день изучение проблемы монополии и конкуренции является наиболее актуальным. Как показывает теория и практика, наиболее эффективной на современном этапе развития общества является рыночная экономика. Ее неотъемлемый элемент - конкуренция, которая, в свою очередь, является катализатором эффективности общественного производства. В процессе развития цивилизации и общества усиливается разделение труда, и, как следствие, усложняются конкурентные отношения. Они приобретают новые формы, такие как конкуренция между рынками, отраслями, регионами, странами, транснациональными компаниями. Однако эти процессы ведут к увеличению числа факторов, влияющих на степень несовершенства конкуренции. Например, усложняются барьеры для входа в отрасль, инструменты ведения конкурентной борьбы; увеличивается потребность в получении более сложной, многогранной информации, необходимой для выживания в постоянно меняющихся условиях. Несовершенство конкуренции негативно сказывается на эффективности всей экономики.

Таким образом, становится очевидным, что конкуренция является закономерностью, присущей рыночной экономике; она пронизывает всю экономическую систему, и, в частности, находит свое отражение внутри хозяйствующих субъектов, что делает её изучение необходимым.

**1. Конкуренция как экономическая категория**

**1.1 Определение конкуренции с позиции различных методологических подходов**

Конкуренция является одной из важнейших категорий экономической теории. Без этого понятия не обходится ни одна модель механизма функционирования рынка. Более того, теория конкуренции, в отличие от многих других разделов экономической теории, подвергается, и подвергалась раньше, в течение, по меньшей мере, трех последних веков, самому детальному рассмотрению. Начиная с меркантилистов и заканчивая современными законодательными положениями в области антимонопольной политики, государства с рыночной экономикой осознают необходимость регулирования рынка, обеспечения конкурентной среды.

Начальным хронологическим периодом исследования конкуренции обычно считается меркантилизм. Но в данном случае приходится отступать от традиции, потому что западные историки экономических учений отрицают их вклад в экономическую теорию, считая пионерами физиократов, за которыми утвердилась эта роль, рассматривающих конкуренцию как естественную форму рыночных отношений. Физиократы выступали как сторонники невмешательства государства в экономическую жизнь страны, противники всякого рода монополий, защитники свободы предпринимательской деятельности в условиях капиталистической конкуренции.

В отличие от политики физиократов, политика меркантилизма была направлена на ограничение ввоза иностранных товаров и обеспечения льгот на те или иные формы торговли, то есть, направлена на ограничение конкуренции. Таким образом, вклад меркантилистов в развитие теории конкуренции огромен. Об этом говорит и тот факт, что их политика существует и поныне. Один из крупнейших представителей этой школы Т. Мен главной заботой государства считал обеспечение правила «Продавать иностранцам ежегодно на большую сумму, чем мы покупаем у них» Только с помощью активной внешней торговли, по его мнению, можно привлечь в страну те «единственные деньги, которые у нас остаются и которыми мы обогащаемся».

Различные представления конкуренции сложились не сразу, они формировались на протяжении нескольких столетий.

Основоположником классической концепции конкуренции считается А.Смит. Свободный рынок по Смиту - это путь, ведущий к благосостоянию нации. Конкуренция рассматривается им как неотъемлемый элемент рыночного механизма. А. Смит трактовал конкуренцию как поведенческую категорию, когда «индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные продажи и покупки соответственно». Конкуренция - это та самая «невидимая рука» рынка, которая координирует деятельность его участников.

Конкуренция выступает в качестве силы, возвращающей рынок через механизм взаимодействия спроса и предложения к некоей точке равновесия. Сама же точка равновесия определяется как «совокупность выгод и невыгод различных применений труда и капитала».

В этой трактовке конкуренции необходимо заметить, что А. Смит отмечал, что конкуренция касается не только производителей (продавцов) но и покупателей стремящихся сделать более выгодные покупки. Хотя понимание этого зачастую отсутствует в определениях других исследователей.

Интерес представляет и идея совершенной конкуренции Дж.С.Милля. «Принимая во внимание то, что конкуренция является единственным регулировщиком цен, заработной платы, ренты, она сама по себе является законом, который устанавливает правила этого регулирования». Им был сделан существенный вклад в теорию конкуренции: разработано уравнение международного спроса, выделены так называемые не конкурирующие группы на рынке, дана тройственная классификация ценовой эластичности спроса, разработаны понятия экономии на масштабах, альтернативных издержек. Обратим внимание на широту понимания конкуренции Дж.С.Милля, «конкуренция сама по себе является законом» то есть он подчеркивает значение конкуренции, заложенной в самой природе экономических отношений.

С несколько иной точки зрения рассматривает модель совершенной конкуренции К.Маркс. По его мнению, конкуренция, регулируя распределение капитала между отраслями, способствует тенденции нормы прибыли к понижению, образованию средней нормы прибыли. «Равенство прибыли во всех отраслях промышленности и народного хозяйства предполагает полную свободу конкуренции, свободу перелива капитала из одной отрасли в другую. А частная собственность на землю создает монополию, помеху этому свободному переливу. В силу этой монополии, например, продукты сельского хозяйства, отличающегося более низким строением капитала и более высокой нормой прибыли, не идут в вполне свободный процесс выравнивания нормы прибыли; собственник земли, как монополист, получает возможность удержать цену выше средней, а эта монопольная цена рождает абсолютную ренту». Заслугой К.Маркса является то, что он впервые рассмотрел конкуренцию с позиций теории стоимости, а так же понимание того, что конкуренция затрагивает не только определенные сегменты рынка, но и целые отрасли.

**1.2 Принцип естественного отбора и конкуренция: общее и различия. Формирование рынка совершенной конкуренции**

Конкуренция – наиболее действенный элемент рыночного механизма хозяйствования, выражающийся в форме взаимодействия рыночных субъектов. Более того, при помощи конкуренции осуществляется регулирование пропорций общественного производства.

 Устоявшимся правилом рыночной экономики является стимулирование конкурентных отношений. Оно выражается в том, что государство формирует соответствующие условия деловой среды, обеспечивающие участникам предпринимательских отношений комфортные условия по реализации их рыночных свобод. Помимо этого, рынок использует конкуренцию для осуществления санирующей функции, сущность которой состоит в том, что рынок постоянно проводит «естественный отбор» среди участников хозяйственной деятельности. Таким образом, используя инструмент конкуренции, он очищает экономику от неэффективно функционирующих предприятий. И напротив, дает зеленый свет более предприимчивым и активным. В результате селекционной работы рынка повышается средний уровень эффективности, поднимается устойчивость национального хозяйства в целом.

Когда-то преобладал рынок совершенной конкуренции. Он был связан с широким распространением относительно небольших предприятий и отображал начальный этап концентрации производства. В настоящее время господствует несовершенная конкуренция. Её появлению способствовало разрастание крупного производства и возникновение монополий.

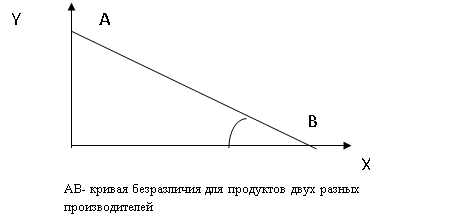
К рынку совершенной конкуренции относят такой тип рыночной структуры, когда огромное количество продавцов обеспечивает конкуренции широкие возможности. Часто его называют рынком чистой конкуренции. Он может быть устойчив лишь в том случае, если в основе его существования присутствуют все необходимые 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.

Фирма, имеющая свою продукцию на конкурентном рынке, называется конкурентной фирмой, т.к. эти фирмы не могут воздействовать на цену, они выступают как принимающие цену (ценополучатели).

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. Например, рынок картофеля, весьма вероятно, конкурентный. Много фермеров продает картофель каждый день. Ни один из них не имеет более 1% объема продаж на рынке за день. Если доля одного из них, за счет дополнительно проданного картофеля возрастает до 2%, то это никак не повлияет на рыночную цену.

В терминах теории полезности однородность продукта означает, что продукты разных производителей полностью взаимозаменяемы для каждого покупателя, причем предельная норма замещения одного продукта другим равна единице. Например, замена в наборе апельсина одного производителя на апельсин другого производителя не изменяет полезности набора. В соответствии с рисунком 1.1 каждая кривая безразличия покупателя представляет собой отрезок прямой, наклоненный к осям координат под углом 450.



X- количество в наборе продукта первого производителя

Y- количество в наборе продукта второго производителя

Рисунок 1.1. - Однородность продукта

В реальной жизни абсолютно однородные продукты встречаются крайне редко (дистиллированная вода, акции корпорации, жетон метро). Высокой степенью однородности обладают нефть, сахар. Но нельзя считать однородными такие товары, как книги, авиабилеты, игрушки.

3.Отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль нового производителя и возможности свободного выхода из него. Входным барьером для вступления в отрасль может стать:

- исключительные права, получаемые от правительства;

- авторские права на изобретения, патенты, промышленные образцы;

- собственность на производственный ресурс;

- низкие издержки крупного производства, обусловленные эффектом масштаба (изменение долговременных средних издержек с изменением масштабов производства).

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. Если продавцы располагают большим объемом информации о потребительских свойствах товара, чем покупатели, то такой рынок называют рынком с ассиметричной информацией. Примером служит рынок медицинских услуг, на котором покупатели (пациенты) не могут квалифицированно судить о качестве оказываемых им услуг, степени их необходимости, соответствии качества услуг их цене.

5.Совершенная мобильность. Покупатель (продавец) может мгновенно заключить сделку с любым продавцом (покупателем), причем для этого не требуется дополнительных затрат. В настоящее время совершенная мобильность субъектов рынка достигается при заключении сделок с помощью компьютера. В других случаях «переключение» одного покупателя с одного продавца на другого обычно требует затрат времени, а нередко и транспортных расходов. Если имеется совершенная мобильность и совершенная информационность субъектов рынка, то однородный товар продается по единой цене.

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

При совершенной конкуренции товаропроизводитель продаёт товаров столько, сколько он хочет и может продать, но рыночная цена остаётся неизменной. Рисунок 1.2.



**1.3 Конкуренция и её конечный результат: образование монополии**

Конкуренция – очень сложная дефиниция. Поэтому для более полного понимания её сущности, необходимо рассмотреть формы и методы конкуренции.

По степени интенсивности конкуренция может быть: - привлекательной, когда в данном сегменте субъект качественнее удовлетворяет свои потребности или получает прибыли больше, чем в предыдущем сегменте;

- умеренной, когда действия субъекта конкуренции поддерживают конкурентную среду в данном сегменте рынка;

- ожесточённой для объекта конкуренции, когда субъект поглощает, уничтожает либо вытесняет объект из данного сегмента;

- ожесточённой для субъекта конкуренции, когда конкурент поглощает, уничтожает либо изгоняет субъект из данного сегмента.

Теперь обратимся к формам конкуренции:

- предметная – конкуренция между товарами одной ассортиментной группы, между аналогичными объектами, удовлетворяющими одну и ту же потребность;

- функциональная – конкуренция между товарами-заменителями.

Конкуренция включает в себя следующие разновидности: ценовая, неценовая, отраслевая, межотраслевая, прямая, косвенная, продавцов, покупателей, совершенная, несовершенная.

Из методов конкуренции – ценовой и неценовой – российские предприятия в соперничестве с иностранными компаниями на крайне невыгодных для себя условиях оказались вовлечены в наиболее жёсткую из них, а именно – в ценовую конкуренцию, которая базируется на привлечении покупателей за счёт разницы в ценах на товары, аналогичные по качеству товарам конкурентов. Фирмы, проводящие ценовую конкуренцию, стараются привлечь потребителя с помощью установления более низких цен. Соответственно сокращаются размеры прибыли, а если цена падает ниже издержек, то появляются и убытки. При этом отечественным предприятиям (особенно при попытках выхода на внешние рынки) часто приходится компенсировать за счет заниженных цен еще и отставание по качеству продукции.

Напротив, при неценовой конкуренции фирмы стремятся привлечь покупателя не понижением цен, а повышением потребительской ценности товара. Этого можно достичь очень многими способами: улучшением качества товара, лучшим приспособлением его к нуждам конкретной группы потребителей, созданием принципиально нового вида продукции, улучшением сервиса, активизацией рекламы. При этом базой для неценовой конкуренции является дифференциация товара.

В ходе отраслевой конкуренции соперничество осуществляется на сопоставлении одноимённых товаров, а в условиях межотраслевой усилия переключаются на более выгодное вложение капитала. Большее внимание обращается на вложение в новые перспективные отрасли.

Конкуренция может быть прямой и косвенной. Для прямой конкуренции характерна открытость, которая может проявляться в широком оповещении потребителей о снижении цен. Косвенную конкуренцию отличает скрытость. Примером может служить распространение ложных сведений , направленных на дискредитацию предприятий.

 Конкуренция продавцов связана с избытком товара на рынке, поэтому продавцы стремятся снизить цену, чтобы реализовать свой товар. Конкуренция покупателей представляет собой соперничество за возможность приобрести конкретный товар.

Развитие конкуренции неизбежно порождает монополию. Давайте обратимся к вопросу: почему это происходит?

Все конкурирующие субъекты находятся в неравном положении, что является следствием борьбы и концентрации капитала у определённых лиц, то есть происходит разрастание крупного производства. А обладателям больших капиталов легче повышать производительность труда на своем производстве, что позволяет им снижать цены на продукцию этого производства, а это в свою очередь вынуждает конкурентов следовать за ними. Известны примеры, когда продукция продавалась в убыток предприятию, которое стремилось разорить конкурента. Обладатели небольших капиталов этого себе позволить не могут.

Уровень монополизации можно увидеть в следующих примерах . В относительно молодой отрасли - производстве программного обеспечения в России - доля продаж крупнейших десяти компаний уже составляет 31%. А производитель пива ВВН сам по себе занимает 39,5% своего рынка. В США 35% рынка строительной техники занято тремя крупнейшими фирмами. Есть и компании, для которых имеет смысл подсчет их доли в мировом рынке. К примеру, 18,1% мирового рынка персональных компьютеров занимает НР, 15,6% - Dell. Более половины мирового рынка морских контейнерных перевозок контролируется десятью крупнейшими фирмами.

Но, тем не менее, при появлении монополий не исчезает конкуренция. Она только меняет форму, превращаясь из конкуренции между многими мелкими производителями в конкуренцию между монополиями.

**2. Монополия как экономическая категория.**

**2.1 Определение монополии с позиции различных методологических подходов**

В конце XIX- первой половине XX веков модель совершенной конкуренции подверглась сокрушительной критике. Главные пункты этой критики касались ее оторванности от экономических реалий и слабой применимости для анализа реальных рынков, недостаточному учету фактора рыночной власти.

Особый вклад в осмысление монополии внёс А. Маршалл. Им впервые была подвергнута критике модель чистой конкуренции, и, как следствие -создание основы теории новой модели конкуренции - монополистической. Он считал монополию полной противоположностью конкуренции. Либо одно существует на рынке, либо другое. И если свободная конкуренция - это оптимальное состояние экономики, то монополия как ее антипод - такая организация, которая уменьшает общественное благосостояние, причем всегда и везде. Именно на его трудах были основаны представления первых разработчиков конкурентной политики - все, что не есть конкуренция, должно быть устранено. Как уже отмечалось выше, А. Маршалл впервые ввел в экономическую науку понятие монополии.

Со времен А. Смита в экономической теории начинает утверждаться концепция однозначности и однонаправленности исхода конкуренции. Конкуренция выступает в качестве силы, возвращающей рынок через механизм взаимодействия спроса и предложения к некоей точке равновесия. Сама же точка равновесия определяется как «совокупность выгод и невыгод различных применений труда и капитала». Конкуренция и монополия представляют собой два полярных состояний рынка, между ними как бы и не существует промежуточных состояний. Таким образом, к началу XX века в экономической науке складывается и утверждается статическая модель конкуренции.

Критики модели совершенной конкуренции указывали на элементы монополии, пронизывающие экономику и не находящие отражение в существующей концепции. Хронический дефицит платежеспособного баланса многих европейских стран, резкое замедление темпов роста экспорта, увеличение могущества монополий и другие последствия первого этапа общего кризиса в начале XX века подтвердили несостоятельность подходов невмешательства в процесс установления рыночного баланса.

Э. Чемберлин произвел прорыв в экономической науке, введя понятие «монополистическая конкуренция», которое стало альтернативой понятию «чистая конкуренция».

Он утверждал, что сутью монополии является контроль над предложением, а значит, и ценой, который достигается усилением взаимозаменяемости соперничающих товаров, то есть дифференциацией продукта. Везде, где в какой-либо степени существует дифференциация, каждый продавец обладает абсолютной монополией на свой собственный продукт, но вместе с тем подвергается конкуренции со стороны заменителей. Исходя из этого, он полагал, что о положении всех продавцов правомерно говорить как о «конкурирующих монополистах» в условиях действия сил «монополистической конкуренции».

В развитии своей идеи о процессе «дифференциации продукта» как о естественной реакции конкурентов на не менее естественное проявление самой конкуренции Э. Чемберлен обосновывает растущее влияние на этот процесс неценовых факторов конкуренции, имея в виду обусловленное особыми свойствами (фабричная марка, своеобразие паковки) и индивидуальными особенностями: качество товаров и рекламу.

Это означает, что выдержать состязание с крупным хозяйствующим субъектом и быть монополистом может и мелкий (средний) торговец и производитель. «Монополия не обязательно является следствием финансового контроля, концентрации производства и централизации капитала, ибо рыночной системе свойственны усиливающие конкуренцию тенденции».

В настоящее время термин «монополия» употребляется в основном в следующих значениях: чистая монополия - единственный продавец; монополия, как фирма, занимающая на рынке доминирующее положение; монополия, как структура рынка, в которой присутствует рыночная власть; соглашение хозяйствующих субъектов о совместных действиях (прекращении конкуренции) в виде явного или неявного сговора. Связанные соглашением хозяйствующие субъекты в данном случае могут вести себя как один. Однако внутри вновь образовавшегося предприятия, как показала практика, может вестись борьба за дополнительные привилегии.

**2.2 Виды монополии и их место в современной экономике**

Противоречия между естественным стремлением к экономическому доминированию, как способу сохранения и приумножения преимуществ, и препятствующими этому требованиями оптимальности решается путем объединения предприятий. Представляя собой как бы ассоциацию оптимальных предприятий, концентрация такого рода регулируется уже иными критериями оптимальности - уровень хозяйственной устойчивости и конкурентоспособности, степень контроля над рынком. В тоже время реализуется главная цель - смягчение конкуренции и недопущение в отрасль новых конкурентов.

Таким образом, различают следующие формы монополий:

Картель – соглашение предприятий одной и той же отрасли об объёмах продаж, ценах, рынках. Регулирование такой монополии осуществляется обычно через квоты и определение областей сбыта. Примером картели может служить Организация стран экспортёров нефти (ОПЕК). Данная организация устанавливает единые цены на нефть, а также распределяет квоты на её добычу. А в России картельным соглашением является Генеральное соглашение о совместных действиях по стабилизации цен и сокращению взаимных неплатежей, заключённое между МПС, Минтопэнерго, Роскомметаллургии, РАО ЕЭС России, ГП «Росуголь». Его целями являлись: стабилизация цен на продукцию, производимую участниками соглашения; максимальное сокращение взаимной задолженности, развитие безналичной формы расчётов.

Концерн является одной из сложных форм монополистических объединений. Как правило, в его состав входят предприятия различных отраслей промышленности, транспорта, торговли и банковской сферы. Большее распространение получает в условиях государственно-монополистического регулирования. Важной особенностью деятельности концерна является жесткий внутрифинансовый контроль, хозяйственная самостоятельность фирм, отделений, филиалов и децентрализация управления по основным группам продукции и территориям. Считается, что концерн - наиболее развитая форма объединения предприятий, основанная на общих интересах и осуществляемая посредством системы участий, финансовых связей, личных уний.

Синдикат – объединение предприятий, характеризующееся тем, что распределение заказов, закупка сырья, реализация произведенной продукции осуществляется через единую сбытовую организацию. Синдикат не уничтожает самостоятельности объединенных предприятий в области производства. Лишая участников возможностей непосредственно вести борьбу на рынке, синдикат вызывает тем большее напряжение их усилий к тому, чтобы превзойти друг друга в области производства. А это, в конечном счете, приводит к тому, что по истечении известного периода квоты участников синдиката приходят в противоречие с новым соотношением сил, а это вызывает обострение борьбы и может взорвать синдикат. Синдикат может ограничивать количество продаваемых товаров для того, чтобы держать рынок в состоянии товарного голода и вздувать цены. Примером может служить синдикат "Продамет", который выплачивал премии за недовыполнение квот, и штрафовал тех, кто производил металл сверх квоты.

Трест – объединение, в котором участники лишаются своей производственной и коммерческой самостоятельности. Прибыль, получаемая предприятием, распределяется в соответствии с долевым участием входящих в него предприятий. В современной хозяйственной жизни данная форма монополистической организации встречается крайне редко.

Консорциум - временный союз независимых в хозяйственном и коммерческом плане производителей, целью которых является выполнение каких-либо конкретных экономических проектов. Консорциум всегда несёт солидарную ответственность перед заказчиком. Российская практика показывает, что каждый член консорциума несёт имущественную ответственность в пределах 10% от его доли в заказе, а суммы, превышающие эту величину, делятся между другими членами пропорционально их доле участия.

Конгломерат – слияние фирм, функционирующих на непересекающихся сегментах рынка. Для этой формы монополии характерен высокий уровень децентрализации управления, в рамках которого производственные подразделения обладают широкой автономией. Конгломерат – одна из современных форм организации монополии, возникшая в США в начале 1960-х гг.

Рассмотрим виды монополий: предпринимательские, государственные, естественные.

Предпринимательские монополии возникают вследствие успешной конкуренции. Это фирмы, вырвавшиеся вперёд и накопившие крупный рыночный потенциал. Их монополизм имеет временный характер. Со временем одни фирмы вытесняют другие, более удачливые.

Государственная монополия выражается в привилегированном осуществлении государством каких-либо хозяйственно-финансовых операций. В советские времена была монополия государства на внешнюю торговлю.

Необходимо подробнее остановиться на естественных монополиях, потому что значение деятельности этих монополий обусловлено их ключевым местом в экономике страны. Эффективное функционирование естественных монополий является необходимым условием эффективного функционирования экономики в целом, оптимальной структуры издержек в смежных отраслях и в итоге – благосостояния потребителей.

Однако, являясь монополистами, они могут использовать своё положение в ущерб другим участникам хозяйственного отбора и конечным потребителям. Поэтому их деятельность подвергается регулированию и контролю со стороны государства во всех развитых странах мира.

Государственное регулирование цен (тарифов) отраслей естественных монополий в России базируется, в основном, на двух федеральных законах: « О естественных монополиях», принятом 17 августа 1995 г., и «О государственном регулировании тарифов на электрическую и тепловую энергию в Российской Федерации» от 10 марта 1995 г.

Естественная монополия – это особое состояние рынка, характеризующееся двумя признаками, первый из которых действует на стороне спроса, или потребления. Производство в условиях естественных монополий обладает важной технологической особенностью, определяющей его экономическую эффективность: для него характерно существенное понижение издержек на единицу товара по мере увеличения объёмов. Это происходит, как правило, в результате значительной экономии на масштабах производства и вследствие высоких фиксированных издержек. В результате оказывается эффективнее не конкуренция нескольких производителей, а монополия одного товаропроизводителя.

С другой стороны, спрос на товар или услуги естественных монополий является неэластичным, поэтому продукция естественных монополий не только удовлетворяет важнейшие потребности населения, но и является незаменимой для других отраслей экономики.

**2.3 Рынок несовершенной конкуренции**

При рассмотрении рынков совершенной и несовершенной конкуренции, нельзя обойти стороной типы рынков. Экономисты сходятся на том, что существует четыре типа рыночных ситуаций: совершенная конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция олигополия.

Наиболее полное различие между данными моделями рынка можно проследить по таблице 1, где представлен наиболее общий способ определения цены и объёма производства различных рыночных структур.

Таблица 1. – Модели рынка и их характерные черты

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | | Модель рынка | | | | | |
| Совершенная конкуренция | | Монополия | | Монополистическая конкуренция | Олигополия |
| Число фирм | | Огромное | | Одна | | Большое | Несколько |
| Тип продукта | | Стандарти-зированный | | Нет близких заменителей | | Дифференцированный | Стандартизированный или дифференцированный |
| Контроль над ценой | | Отсутствует | | Существенный | | Незначительный | Ограниченный |
| Условия вступления в отрасль | | Препятствий нет | | Препятствия максимальны | | Относительно лёгкие | Существенные препятствия |
| Наличие неценовой конкуренции | | Отсутствует | | Только реклама | | Развита, но недостаточно | Развита |
| Примеры | Сельское хозяйство | | | Местные предприятия общественного пользования | Розничная торговля, производство одежды | | Производство стали, автомобилей, многих электроприборов |
|  |  | |  |  |  |  |  |

Самым существенным признаком различия является характер кривой спроса. Такой подход позволяет объединить монопольный рынок, рынок монополистической конкуренции и олигополию в один тип рынка, называемый рынком несовершенной конкуренции. На данном рынке спрос зависит от величины, предлагаемой к реализации продукции. Чем её больше, тем больше величина спроса.

Рынок несовершенной конкуренции обуславливает появление новых черт в поведении товаропроизводителя и формирование рыночного равновесия.

Под рынком несовершенной конкуренции понимают такое состояние рыночных отношений, когда одно или несколько предприятий имеют возможность оказывать давление на рынок, регулируя цену или объём производства. В этой модели рынка конкуренция, если и имеет место, носит ограниченный характер, испытывает давление монополистических сил, сочетается с проявлениями монополизма.

Если при совершенной конкуренции отмечалась власть рынка над товаропроизводителями, то при несовершенной конкуренции появляется возможность властвовать над рынком.

Монополия предполагает, что одна фирма является единственным производителем какой-либо продукции, не имеющей аналогов. При этом покупатели не имеют возможности выбора и вынуждены приобретать данную продукцию у фирмы-монополиста.

Монополистическая конкуренция характеризуется относительно небольшим числом фирм, властвующих на рынке.

Олигополией называют тип рынка, на котором несколько фирм контролируют его основную часть. При этом номенклатура продукции может быть как небольшой (нефть), так и достаточно обширной (автомобили, химическая продукция). Для олигополии характерны ограничения по вхождению новых фирм в отрасль; они связаны с эффектом масштаба, большими расходами на рекламу, существующими патентами и лицензиями. Высокие барьеры для входа являются и следствием предпринимаемых ведущими фирмами отрасли действий, с тем чтобы не допустить в нее новых конкурентов.

**3. Антимонопольное законодательство как способ формирования эффективной рыночной экономики.**

**3.1 Возникновение антимонопольного законодательства**

Антимонопольное законодательство пользуется широкой общественной поддержкой как эффективный механизм предотвращения монополизации той или иной отрасли промышленности. Его происхождение связывают со стремлением государства скорректировать так называемые «провалы рынка», защитить конкуренцию и укротить чрезмерную «алчность» монополистов.

Реальное происхождение антимонопольного u регулирования связано с законодательными органами штатов. В целом ряде штатов антитрестовские законы были приняты еще до появления закона Шермана.

Характерным примером фермерского штата Среднего Запада, где был принят антитрестовский закон, является Миссури. В то время фермеры Миссури были обеспокоены возрастанием конкуренции со стороны более крупных и эффективных ферм. Альянс фермеров Миссури неоднократно предупреждал об опасности «концентрации земли в руках капиталистов». Собрание Национального фермерского альянса в Сент-Луисе в 1889 году выпустило декларацию, требовавшую «позаботиться о вдовах и… сиротах» и призывавшую «к подавлению… любого нездорового соперничества». Фермеры переживали о низких и продолжавших снижаться ценах на сельскохозяйственную продукцию и ощущали ухудшение своего экономического положения, обвиняя в этом тресты.

Законодательное собрание штата Миссури приняло свой антитрестовский закон в мае 1889 года. Закон запрещал «ограничения торговли», если их результатом было «закрепление или ограничение объема или количества любого предмета, продукта или товара, вырабатываемого, добываемого, производимого или продаваемого» в Миссури. Закон также запрещал действия, направленные «на ограничение или закрепление цены выпуска».

Одно из значений слова «ограничивать» — «не допускать возрастания». Такая интерпретация подразумевает, что закон Миссури на самом деле содержал попытку запретить сдерживание цен. Факты целиком и полностью подтверждают такую антипотребительскую, пропроизводительскую интерпретацию антитрестовского закона Миссури, который был скопирован несколькими штатами, прежде чем закон Шермана был, в конце концов, принят в 1 890 году.

Суть закона Шермана воплощена в двух основных пунктах:

1. Любое соглашение, объединение в форме треста или в иной форме или тайный сговор, имеющие целью ограничение производства или торговли  между несколькими штатами или с иностранными государствами, настоящим объявляются незаконными...

2. Любое лицо, которое будет или попытается монополизировать, или объединиться, или сговориться с каким-либо лицом или лицами, чтобы  монополизировать какую-нибудь часть производства или торговли между  несколькими штатами или с иностранными государствами, будет считаться  виновным в совершении преступления...

Результатом принятия этого закона стало превращение монополии и "ограничений торговли" — например, тайных сговоров в области ценообразования или раздела рынков между конкурентами — в уголовные преступления против федерального правительства. По закону Шермана как  министерство юстиции, так и стороны, пострадавшие от  предпринимательских монополий, могли предъявить им иск. Фирмы,  уличенные в нарушении закона, по решению суда могли быть ликвидированы  или могли издаваться судебные предписания, запрещающие те виды  деятельности, которые признавались незаконными данным актом.

Результатами успешного отстаивания исковых требований могли быть также  штрафы и тюремное заключение. Далее, стороны, пострадавшие от  незаконных объединений или тайных сговоров, могли предъявить иск о возмещении в троекратном размере причиненного им ущерба.

Закон Шермана завоевал голоса законодателей и привлек пожертвования от фермеров и мелких предпринимателей, считавших, что антитрестовское законодательство защитит их от более эффективных конкурентов, а билль о тарифах поддержали все американские производители, крупные и мелкие. То есть в политическом смысле закон Шермана был весьма успешным.

**3.2 Антимонопольное законодательство в Российской Федерации**

Главной задачей антимонопольного регулирования является сохранение баланса конкурентных и монопольных сил, ограничение крайних форм монополизма и развитие конкурентной рыночной среды. Оно направлено на демонополизацию производства и борьбу против недобросовестной конкуренции. Необходимость использования антимонопольного законодательства диктуется общественными интересами, поскольку только так можно добиться обеспечения потребителей качественными товарами по относительно приемлемой цене.

Первая попытка создания антимонопольного законодательства в России предпринималась еще в 1908 г. За образец был взят закон Шермана. Однако организации российских предпринимателей не поддержали закона и сумели сорвать его принятие.

На настоящий момент монополистическая деятельность в РФ – это противоречащие антимонопольному законодательству действия или бездействие хозяйствующих субъектов, федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления, направленные на недопущение, ограничение или устранение конкуренции. Специфика российских монополий сказалась и на особенностях законодательного регулирования их деятельности. В капиталистических странах монополии появились, когда уже существовали рыночные отношения, и государство, чтобы воспрепятствовать удушению конкуренции, стало вводить ограничивающие нормы. Российское законодательство о конкуренции разрабатывалось при сильных монополиях и лишь формирующихся рыночных отношениях. Поэтому для нашей страны важно не только ограничивать монополизм и злоупотребления доминирующим положением, добиваться соблюдения правил конкуренции, наказывать за их нарушения, но и создавать конкурентную среду, проявляя политическую волю.

Антимонопольное регулирование настаивает на честную, цивилизованную конкуренцию, когда побеждают не с помощью сомнительных приёмов, а низкой ценой, высоким качеством, предложением выгодных контрактов.

В России в основу антимонопольного регулирования положен европейский принцип контроля и регулирования, что было закреплено Законом «О конкуренции и ограничении монопольной деятельности на товарных рынках» от 22 апреля 1991 г., который стал первым нормативным актом, направленным на развитие конкуренции в России.

Дальнейшее развитие нормативной базы Российской Федерации в области защиты и развития конкуренции было связано с принятием новой Конституции и ГК РФ, вслед за которым были сделаны соответствующие изменения и дополнения почти во все статьи закона РФ от 25 мая 1995 г. «О конкуренции и ограничении монопольной деятельности на товарных рынках»

Государственная программа предусматривает следующие требования и задачи, которые необходимо реализовать в процессе демонополизации и развития добросовестной конкуренции: ориентация на создание конкурентного рынка, защита интересов потребителей; комплексность задач демонополизации, увеличение числа поставщиков и объёма поставок продукции, снижение барьеров для входа на рынок; развитие предпринимательства и создание малых предприятий для насыщения рынков конечной продукцией этих предприятий.

Со вступлением в силу Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» утрачивают силу Закон РФ «О конкуренции и об ограничении монополистической деятельности» и Федеральный закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг».

Новый закон о конкуренции направлен на совершенствование правового инструментария и на повышение эффективности мер по пресечению нарушения антимонопольного законодательства.

Российская антимонопольная политика сегодня – не только предмет дискуссий. На самом высоком уровне обсуждается возможность смягчения правового регулирования слияний, а также пересмотр перечня злоупотреблений доминирующим положением.

**Заключение**

Конкуренция является важной категорией в экономике, неотъемлемым элементом рыночного механизма хозяйствования, поэтому необходимо всестороннее изучение этого явления.

Сущность конкуренции проявляется в состязательности товаропроизводителей за наиболее выгодные сферы приложения капитала, поиск рынков сбыта готовой продукции, источников сырья. Предприниматели, обладающие новаторским поведением, обычно побеждают в конкурентной борьбе, в этом проявляется «естественный отбор», который осуществляется рынком.

Конкуренция неотъемлема от монополии. Если конкуренция означает состязательность большого числа покупателей и продавцов, находящихся в равном положении, то монополия есть ограничение свободной конкуренции, доминирование на рынке отдельных крупных предпринимателей. Чем сильнее монополия, тем слабее конкуренция.

Конкуренция является наиболее эффективным рыночным механизмом саморегулирования. В то же время монополизация производства представляет собой объективный процесс. Она связана с концентрацией производства и и ростом размеров предприятий. Появляется власть над рынком. Это обстоятельство противоречит логике экономического развития, ибо подрывает экономический рост, снижает общую эффективность производства, ведёт к проявлениям паразитизма, тормозит научно-технический прогресс, поскольку монополии во многих случаях могут обойтись без применения технических новинок. В России в основу антимонопольного регулирования положен европейский принцип контроля и регулирования, что было закреплено Законом «О конкуренции и ограничении монопольной деятельности на товарных рынках» от 22 апреля 1991 г., который стал первым нормативным актом, направленным на развитие конкуренции в России.

Шагом в направлении совершенствования антимонопольной политики является пересмотр её теоретических оснований с переориентацией на другие задачи. Главным направлением среди них представляется выработка политики противодействия ограничению конкуренции органами государственной власти и местного самоуправления. Вторая по значимости задача – забота об общественном благосостоянии, а не о благосостоянии конкурента.

**Список литературы**

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев - М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.

2. Дж.С.Милль. Основы политической экономии.

http://infb.hippo.ru/browse.php?page=2&subpage=8

3. Кузнецова Е. И. Развитие конкурентных отношений и экономическая стратегия государства: монография / Е. И. Кузнецова. – М.:ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2008. – 383 с.

4. Лемешко И. От свободной конкуренции к господству монополий // Пропаганда. 2008. № 10.

5. Микроэкономика: теория и российская практика: учеб. пособие / Под ред. А. Г. Грязновой, Ю. А. Юданова. – М.: КНОРУС. – 2005. – 592 с.

6. Сидоров В. А. Общая экономическая теория: Учебник для вузов / В. А. Сидоров. – М.: «Издательство «Элит», 2006. – 528 с.

7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: 1997. с.55.

8. Э.Чемберлин. Теория монополистической конкуренции. М.: Экономика, 1996 г.

9. http://www.economslovar.ru/

10. [http://www.linkseonet.ru/](http://www.linkseonet.ru/kapitaly/osnovnye-teorii-konkurencii-chetyre-modeli-rynka.html)

11. http://propaganda-journal.net