**Оглавление**

Введение

Глава 1 Определение конкуренции

1.1 Понятие конкуренция

1.2 Условия возникновения конкуренции

1.3 Функции конкуренции

1.4 Виды конкуренции

Глава 2 Механизмы функционирования конкуренции

2.1 Совершенная конкуренция

2.2 Чистая монополия

2.3 Монополистическая конкуренция

2.4 Олигополия

2.5 Государственное регулирование экономики

Глава 3 Конкуренция в рыночной экономике России

Заключение

Список используемой литературы

**Введение**

В экономическом словаре КОНКУРЕНЦИЯ (от лат. concurrencia – сталкиваться) определяется как – соперничество между производителями товаров и услуг за рынок сбыта, завоевание определенного сегмента рынка. Каждая фирма использует свою стратегию и тактику для достижения этих целей. Для рыночной экономики имеет основополагающее значение. Выполняет роль ее мотора, двигателя прогресса, роста эффективности производства. Выступает стихийным регулятором хозяйственных процессов, способом установления на рынке равновесной цены. Стимулирует снижение издержек производства и реализации.

Очень немногие отрасли экономики сегодня способны противостоять влиянию конкуренции и рынка. Ни одна страна и ни одна компания не могут позволить себе игнорировать объективную необходимость конкуренции. За последние десятилетия усиление конкуренции отмечено фактически во всем мире.

Несмотря на это, в конкуренции можно отметить как положительные, так и отрицательные стороны влияния на экономику. К положительным факторам можно отнести: развитие научно-технического прогресса, удешевление производственных издержек, балансировка нормы прибыли и уровня заработной платы. К отрицательным факторам: импульсивность бизнеса, создание условий для безработицы и инфляции.

Стимулом, мотивирующим к конкурентной борьбе, выказывает желание опередить других.

Конкурентная борьба – это динамический процесс, обеспечивающий рынок товарами. В качестве средств и инструментов в конкурентной борьбе используют: цену, качество товара, рекламу, сервисное обслуживание, ассортимент, условия оплаты и доставки товара.

Рыночная экономика представляет собой сложную и разветвленную систему разнообразных финансовых, коммерческих и информационных структур, взаимодействующую с правовыми нормами бизнеса; объединенную понятием – рынок.

Рынок — это совокупность экономических отношений между субъектами рынка по поводу движения товаров и денег, которые основываются на взаимном согласии, эквивалентности и конкуренции. Это способ взаимодействия производителей и потребителей, т.е. продавцов и покупателей. В результате этого взаимодействия – спроса покупателей и предложения продавца – устанавливается стоимость и объём продаж товара. При этом основную роль имеет значение количество производителей и количество потребителей задействованных в обмене денег на товар – что определяет взаимодействие спроса и предложения.

Тогда рынки можно разделить на конкурентные и неконкурентные.

На конкурентном рынке, или рынке совершенной конкуренции, рыночный механизм и его основные закономерности проявляются в наиболее чистом виде. Идеально конкурентный рынок предполагает, что все фирмы выпускают однородную стандартную продукцию, так что не существует каких-либо существенных отличий между товарами разных производителей; количество фирм в отрасли настолько велико, а доля одного производителя столь мала, что увеличение или сокращение продаж на рынке не может повлиять на рыночную цену; отсутствуют какие-либо ограничения для образования в отрасли новых фирм или выхода из отрасли ранее действующих предприятий.

Сущностью рыночных отношений является конкуренция: соперничество производителей, потребителей, производителей с потребителями. Без конкуренции нет действенной рыночной системы.

Создание конкуренции товаропроизводителей — важнейшее условие перехода к эффективной рыночной экономике.

Это значит, что изучение конкуренции – ее роли в развитии рыночных отношений – является существенной задачей экономических исследований.

**Глава 1 Определение конкуренции**

**1.1 Понятие конкуренция**

Конкуренция (лат. concurrentia – сталкиваться) – это состязательность, соперничество, экономическая борьба между продавцами (производителями) за право получения максимальной прибыли. Также между покупателями (потребителями) за большую выгоду, при приобретении товара.

Конкуренция способствует эффективно использовать ограниченные ресурсы, которые распределяются по отраслям и различным видам производства так, что продукция, полученная от этих ресурсов, приносит прибыль. Она является регулирующей силой в условиях рыночных отношений.

Конкуренция исполняет существенную роль, в рыночной экономике: принуждает производителя учитывать интересы потребителя, а именно интересы общества в целом. В ходе конкуренции рынок из огромного множества товаров выбирает нужные потребителям – именно они продаются. Другие товары остаются невостребованными – их производство сокращается, либо вовсе прекращается. С помощью конкуренции рынок определяет: что, как, сколько и для кого производить?

Конкуренция выполняет важную, но в то же время не однозначную роль. Она стимулирует развитие экономики и самих работников, деятельность самостоятельных единиц. С её помощью продавцы как бы контролируют друг друга. Борьба за покупателя приводит к развитию научно-технического прогресса, улучшению качества, уменьшению издержек, снижению цен. Но так же конкуренция ведет разделение производителей и потребителей: побуждает создание монополий.

Конкуренция – это соперничество субъектов хозяйственной деятельности для получения наиболее высоких результатов в свою пользу. Следовательно, конкуренция присутствует везде, где затевается соперничество между субъектами, в целях обеспечения своих интересов. Как экономическая норма конкуренция выражает причинно-следственную связь среди интересов субъектов к экономической борьбе и итогом развития экономики.

Когда на рынке присутствует конкуренция, тогда продавцы непрерывно идут к снижению своих производственных затрат, для увеличения прибыли – вследствие этого: уменьшаются издержки, увеличивается производительность – поэтому возникают условия и возможности снизить цены на товар. В то же время конкуренция стимулирует производителей к улучшению качества и прибавлению многообразия предлагаемых товаров. Производителям необходимо непрерывно соревноваться с конкурентами на рынке сбыта, за потребителей: тактикой усовершенствования и расширения спектра высококачественного товара, по сниженным ценам.

**1.2 Условия возникновения конкуренции**

Конкуренция началась в условиях элементарного товарного производства. Всякий производитель в процессе конкуренции старался сформировать для себя более выгодные условия производства, и реализации товара. В связи с усилением подчиненности небольших производителей от рынка и рыночных колебаний цен на производимые ими товары и обостряется экономическая борьба. Возникает вероятность укрепления хозяйства, применения наемных работников, эксплуатации их труда, возникает капиталистическая конкуренция. В нынешних условиях конкуренция также выступает, как немаловажное средство развития производства, и наличествует в разнообразных формах.

Конкуренция возникает при: полной экономической обособленности каждого производителя; полной зависимости производителя от конъюнктуры рынка; противостоянии всем другим производителям в борьбе за потребительский спрос.

Экономическое значение конкуренции огромно. Современные экономисты считают конкуренцию одной из оснований повышения эффективности производства. Собственно конкуренция вынуждает производителей внедрять технический прогресс, совершенствовать технологию производства.

**1.3 Функции конкуренции**

Функция размещения – направляет ограниченные ресурсы в отрасли и виды деятельности, на продукцию которых имеется спрос.

Инновационная функция – стимулирует внедрение достижений науки и техники, выпуск новых видов товаров, новых технологий, улучшения качества товара, и т.п.

Распределительная функция – создает условия для получения доходов и прибыли наиболее успешным производителям, приводит к банкротству производителей, чьи товары остались невостребованными.

Контрольная функция – препятствует возникновению и существованию устойчивой монопольной власти на рынке. Монополист может назначить цену, но в то же время конкуренция дает потребителю возможность предпочтения среди нескольких производителей. Чем совершеннее конкуренция, тем справедливее цена.

Конкуренция помогает в уравнении спроса и предложения, установлению равновесной цены. На конкурентном рынке отдельные производители осуществляют небольшой контроль над ценой товара и имеют настолько незначительную долю от всеобщего объёма производства, что повышение или снижения её выпуска особо не повлияет на цену товара. Как продавец, так и покупатель постоянно должен ориентироваться на рыночную цену. Следовательно, конкуренция помогает в достижении компромисса между производителями и потребителями. Так же, конкуренция создаёт тождество частных и общественных интересов.

Конкуренция поддерживает общественно нормальные условия выпуска и сбыта товаров – как бы подсказывает производителям, какое количество средств нужно вложить в производство определённого товара. Допустим, что первый производитель вложил больший капитал для производства товара, а второй меньший в производство того же товара. Тогда будет очевидным, что второй получит большую прибыль, нежели чем первый – при условии, что на рынке установилась равновесная цена на данный вид товара. Если же произойдёт перенасыщение рынка этим товаром, то цена упадет на него, и первый производитель может потерпеть убытки. Из этого следует, что конкуренция поддерживает нормальные для общества условия производства. В условиях чистой конкуренции следующие мотивам прибыли производители будут производить каждый товар до той точки, в которой цена и наибольшие издержки сравниваются – это говорит о том, что в условиях конкуренции ресурсы распределены эффективно.

Научно-технический прогресс, снижение издержек и повышение эффективности производства стимулируется конкуренцией. Она работает стабилизатором стоимости товара: при рыночной борьбе побеждает имеющий товары низкой себестоимости и высокого качества. Для соблюдения этого условия необходимо периодически обновлять и модернизировать производство, вкладывая огромные средства. В современном мире многие производители готовы пойти на риск производя товар в условиях новейшей технологии. Отсюда можно сделать вывод: с развитием конкуренции усовершенствуется производство.

Столкновение субъектов рынка приводит к усилению их социально-экономическому расслоению. В рыночной борьбе за большую выгоду участвует много мелких владельцев, которые в начале пути своей хозяйственной деятельности. Большинство из них, не обладая достаточными средствами, современными способами производства, опытом – не выдерживают борьбы и со временем разоряются либо терпят убытки. Только малая их часть становятся полноправными субъектами рынка, наращивая свою экономическую мощь.

**1.4 Виды конкуренции**

Конкуренцию можно разделить по: методам осуществления (ценовая и неценовая); отраслевой принадлежности (внутриотраслевая и межотраслевая); степени свободы (совершенная и несовершенная). (Рис. 1)

**Конкуренция**

**по методам осуществления**

**по отрасли принадлежности**

**по степени**

*свободы*

**ценовая**

**неценовая**

**внутриотраслевая**

**межотраслевая**

**совершенная**

**несовершенная**

Рис. 1

По методам осуществления:

ценовая конкуренция предполагает продажу товара по более низким ценам, чем у конкурентов – снижение цены возможно за счет снижения издержек производства или за счет уменьшения прибыли;

неценовая конкуренция подразумевает предложение товаров более высокого качества, чем у конкурентов – посредством использовании средств рекламы и различных методов стимулирования сбыта.

По отраслевой принадлежности:

внутриотраслевая конкуренция подразумевает борьбу между предпринимателями, производящими однородные товары, за лучшие условия сбыта и производства – для получения большей прибыли;

межотраслевая конкуренция подразумевает борьбу предпринимателей из разных отраслей производства, и заключающую в себя более выгодное вложения капитала и перераспределения прибыли.

По степени свободы:

совершенная конкуренция – называют еще чистой конкуренцией, она означает независимость от любого проявления регулирования: свободное ценообразование, свободный доступ к факторам производства: никакой игрок рынка не оказывает решающего воздействия на условия сбыта товара;

несовершенная (монополистическая) конкуренция – это когда, какой либо из участников рынка имеет возможность оказывать влияние на условия реализации товара, имеет виды: чистая монополия, олигополия, монополистическая конкуренция. (Рис. 2)

**Конкуренция**

Чистая конкуренция

Монополистическая конкуренция

Олигополия

Чистая монополия

**Совершенная конкуренция**

**Несовершенная конкуренция**

Рис. 2

**Глава 2 Механизмы функционирования конкуренции**

**2.1 Совершенная конкуренция**

Совершенная (чистая) конкуренция – состояние рынка, на котором присутствует большое количество покупателей и продавцов, каждый из которых занимает сравнительно незначительную долю на рынке и не может диктовать условия продажи или покупки товаров. Предполагается присутствие необходимой и доступной информации о ценах, их динамике, о продавцах и покупателях не только в данном месте, но и в остальных регионах. Рынок совершенной конкуренции подразумевает отсутствие власти производителя над рынком: установление цены не производителем, а посредством функции спроса и предложения.

Черты совершенной конкуренции не присущи ни одной отрасли в полной мере – лишь могут приближаться к модели.

Модель чистой конкуренции имеет следующие характеристики: много продавцов и покупателей определенного товара; производители продают одинаковый товар – товар одного производителя неотличим от товара другого производителя; ресурсы являются мобильными – имеется свободный доступ к производству и выход из него, при производстве определенного продукта. Совершенной модели чистой конкуренции не существует в действительности, хотя сельскохозяйственные товары, например зерно, близки к этому рыночному типу.

Совершенная конкуренция так же подразделяется на: внутриотраслевую конкуренцию (среди производителей одинаковой продукции) – приводящую к научно-техническому прогрессу, снижению производственных издержек и стоимости товара; межотраслевую конкуренцию (среди производителей различной продукции) – позволяющую найти сферу более выгодного капиталовложения.

У совершенной конкуренции присутствуют определенные требования, такие как: отсутствие входных и выходных барьеров в определенной отрасли производства; отсутствие государственных монополий; лицензирование отдельных видов деятельности; отсутствие ограничений или запрещений доступа к ресурсам, необходимых для производства товаров; и т.п.

К положительным сторонам чистой конкуренции относится: стабилизация цены на товар; приспособление к спросу; снижение производственных издержек; высокое качество товара; развитие научно-технического прогресса.

К отрицательным сторонам можно отнести: рискованность производственных процессов; неблагоприятное влияние на экологию; разорение многих участников рыночной борьбы; чрезвычайная эксплуатация ресурсов.

При совершенной конкуренции присутствуют рыночные недостатки, такие как: вытеснение монополиями и олигополиями; не способность распространения для производства общественных благ; стандартизирует и унифицирует продукцию, что не отвечает требованиям современного потребителя; в долгосрочном периоде низкая экономическая прибыль, как главный источник научно-технического прогресса.

В условиях совершенной конкуренции, при любом сформировавшемся уровне цены, наличествует как бы "внешний предел", при котором производители входят в данную отрасль или же выходят из нее. Увеличение цены способствует появлению новых фирм и сохранение старых. При снижении цены производители с высоким уровнем издержек становятся убыточными и покидают данную отрасль.

Создание идеальной модели совершенной конкуренции является чрезмерно сложным процессом.

**2.2 Чистая монополия**

Чистая монополия – это, когда один продавец противостоит множеству покупателей: обладатель исключительного права на свой товар. Применительно к экономике – исключительное право на производство, покупку, продажу, относящееся одному лицу, группе лиц или государству. Зарождается на основе высокой концентрации и централизма капитала и производства. Цель заключается в извлечении сверхвысокой прибыли. Обеспечивается с помощью установления монопольно высоких или монопольно низких цен. Подавляет конкурентный потенциал рыночной экономики, ведёт к росту цен и диспропорциям.

Монополия – это полное доминирование в экономике единоличного производителя продукции. Такое доминирование обеспечивает производителю-монополисту, исключительное право распоряжения ресурсами, возможность давления на конкурентов, потребителей и общество в целом.

Монополия может зарождаться как продукт естественного, либо искусственного монополизма. Обладатели естественной монополии частные собственники и хозяйственные организации, имеющие в своем составе редкие и трудно восстанавливаемые элементы производства. Искусственные монополии – это объединения, созданные для получения монополистической выгоды: выступают в форме различных монополистических отношений.

В связи с высокой концентрацией производства возможно возникновение различных организационных видов монополий, таких как:

1. Картель – простейшая форма монополии. В отличие от других форм монополии сохраняет финансовую производственную самостоятельность. Действует в рамках одной отрасли. Затрудняет функционирование рыночных отношений. Попадает под действие антимонопольного законодательства.
2. Синдикаты – организационная форма монополистического объединения, при которой вошедшие в него компании теряют коммерческую сбытовую состоятельность, но сохраняют юридическую и производственную свободу действий. В синдикате сбыт товара происходит централизованно.
3. Трест – монополистическое объединение, при котором вошедшие в него предприятия теряют коммерческую и производственную самостоятельность. Единый центр осуществляет полностью руководство трестом.
4. Концерн – организованная форма объединения предприятий различных отраслей, находящихся под финансовым контролем и единым управлением. Как водится в состав концерна помимо производственных, торговых и транспортных предприятий входят банки либо другие организации (кредитные учреждения, пенсионные фонды и т.п.). Участники концерна формально независимы, в то же время контролируются и управляются единым центром компании.
5. Пул – распространяется в области использования проектов. Участники пула приходят к выгодным для всех соглашениям о передаче патентов и лицензий. Распределение доходов происходит в соответствии с квотой, определяемой при вступлении в пул.
6. Холдинг – акционерная компания, владеющая контрольным пакетом акций одного или группы акционерных сообществ, для управления и контроля над ними. Захватив контрольный пакет акций, холдинг подчиняет себе формально свободные компании.
7. Патенты, авторские права, товарные знаки – документ, выдаваемый уполномоченным государственным органом, удостоверяющим авторство изобретения, и исключительное право обладателя патента на использование изобретения. Действует в течение установленного законом срока.

Условия модели монополии: единственный продавец, отсутствие близких по значению товаров, диктуемая цена.

В случае регулируемой монополии государство разрешает компании устанавливать расценки, гарантирующие получение справедливого дохода, который позволит производителю поддерживать производство, а при необходимости расширить его.

При не регулируемой монополии продавец может устанавливать любую цену, которую только выдержит рынок.

Рынок испытывает негативные воздействия от монополий, такие как: снижение конкурентоспособности; замедление научно-технического прогресса; неоправданный рост цен; увеличение издержек производства; падение эффективности экономики.

Классическим примером естественных монополий на федеральном уровне являются передача электроэнергии, нефти и газа, железнодорожные перевозки, а также некоторые отрасли связи, а на региональном уровне – коммунальные услуги, включая теплоснабжение, канализацию, водоснабжение и т.д.; такие отрасли либо регулируют, либо они находятся в государственной собственности. Но следует заметить, что во многих странах в последние годы сфера и масштабы государственного регулирования существенно сократились как в связи с технологическими нововведениями, так и в результате появления новых подходов к формированию и регулированию соответствующих рынков.

Монополии свойственно стремление использовать свою рыночную власть в убыток потребителям и потенциальным конкурентам. Из этого можно сделать вывод – только уменьшая число монопольных производителей, возможно, ослабить их негативные воздействие на рынок.

Во всех развитых странах мира существует антимонопольное законодательство, ограничивающее деятельность монополий и их объединений.

**2.3 Монополистическая конкуренция**

Чистая монополия и совершенная конкуренция – два крайних случая рыночной структуры. И то и другое бывает крайне редко. Промежуточной и более реальной является монополистическая конкуренция. В этом случае производители, хотя и сталкиваются с конкуренцией со стороны других производителей, но обладают некоторой властью над ценами на свои товары. Для этой рыночной структуры свойственна дифференциация товаров: многие фирмы предлагают похожие, но не идентичные товары.

Монополистическая конкуренция – это когда конкурирует много продавцов, для того, чтобы продать различный товар на рынке, где возможно появление новых продавцов. Рынок монополистической конкуренции состоит из множества покупателей и продавцов, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен. Диапазон цен возникает из-за способности продавцов предложить покупателям разные варианты товаров – отличающиеся качеством, свойствами, дизайном. Покупатели замечают различие товара и готовы заплатить за товар различную цену.

Чтобы выделиться чем-то, помимо цены, производители стремятся исполнить различные предложения для различных потребительских сегментов и широко пользуются практикой присвоения товарам марочных названий, рекламой и методами личной продажи.

Монополистическая конкуренция – это рыночная ситуация, когда множество производителей продают похожие товары, но придавая товару реальные либо мнимые уникальные качества. Это самый распространенный тип рынка, близкий к чистой конкуренции.

Характерные черты монополистической конкуренции:

1. Присутствует большое число продавцов, каждый из которых обеспечивает товаром лишь небольшую долю рыночного спроса на общий тип реализуемого товара.

2. Товар каждого производителя может являться несовершенным заменителем товара поставляемого другими производителями. Товару каждого продавца присущи исключительные характеристики, свойства и качества, которые оказывают воздействия для предпочтения некоторых покупателей именно этому товару, а не конкурирующих производителей.

3. При установлении цены на свои товары, производители не считаются с реакцией своих соперников. Эта особенность происходит из-за большого числа продавцов на рынке с монополистической конкуренцией. Если один продавец уменьшит стоимость на товар, то, возможно, что увеличение продаж произойдет не за счет одного производителя, а за счет многих. Маловероятно, что какой-нибудь отдельный производитель потерпит значительные убытки из-за уменьшения цены на товар, какого-нибудь одного производителя. А это значит, что у конкурентов нет причин для реакции на это изменение, потому что решение одного производителя не влечет за собой последствий на изменение их прибылей.

4. На рынке с монополистической конкуренцией есть условия для свободного входа и выхода: легко войти в рынок и легко его покинуть. Но вход в рынок не так легок, как при совершенной конкуренции, из-за того, что новые продавцы испытывают трудности со своими новыми для покупателей торговыми марками и услугами. Отсюда можно сделать вывод, что уже существующие производители могут сохранять свое преимущество над новыми продавцами.

Неценовая конкуренция – основное качество монополистической конкуренции. Особое значение в ней приобретает реклама.

Монополистическая конкуренция похожа на чистую монополию: отдельные производители обладают способностью контролировать цену своих товаров. Она также похожа на чистую конкуренцию: товар продается многими продавцами, и присутствует свободный вход и выход.

Монополистическая конкуренция присуща существующим рынкам. Помогает потребителям наиболее полно удовлетворить свои потребности и желания, активизирует производство и торговлю.

**2.4 Олигополия**

Олигополия – это рынок, где в каждой отрасли хозяйства преобладает не одна, а несколько производителей. Другими словами, при олигополистической конкуренции производителей больше, чем в условиях монополии, но значительно меньше, чем в условиях совершенной конкуренции.

Олигополия является доминирующей конфигурацией современного рынка. Понятие "олигополия" используется в экономике, для описания рынка, где присутствуют несколько продавцов, отдельные из которых контролируют преобладающую часть рынка.

При олигополии для реализации определенного товара доминирует очень немного продавцов, а появление новых продавцов затрудненно либо невозможно. Товар может быть как дифференцированным, так и стандартизированным. Схожесть товара преобладает на рынках сырья и полуфабрикатов: нефти, стали, руды. Дифференциация преобладает на рынках потребительских товаров: автомобили, электроника. Часто при олигополистической конкуренции на рынке господствует от двух до десяти производителей, на которых приходиться половина и более общих продаж товара.

На олигополистических рынках некоторые производители способны влиять на цену, из-за их огромной доли в общем выпуске количества товара. Производителям известно, при олигополистических рыночных отношениях, что если кто-то один из продавцов изменит цену или объёмы продаж, то, как следствие это скажется на прибыли всех продавцов этого товара. Производители становятся как бы взаимозависимыми.

Немногочисленность производителей на олигополистическом рынке принуждает этих производителей использовать не только ценовую конкуренцию, но и неценовую – более эффективную, в таких условиях. Производители осознают, что если они снизят цену, то же самое сделают и конкуренты, что приведет к падению дохода. Только из-за этого, вместо ценовой конкуренции используют неценовые методы борьбы: качество товара, надёжность, техническое превосходство, методы сбыта, рекламу, экономический шпионаж.

Часто олигополии защищены барьерами для входа на рынок, похожими на те, которые существуют при монополии. Естественная олигополия существует, когда несколько производителей способны обеспечить рынок продукцией, с низкими долгосрочными издержками, чем были бы у множества производителей.

Черты олигополистического рынка: всего несколько производителей снабжают рынок – товар может быть как дифференцированным, так и стандартизированным; хотя бы некоторые производители обладают крупными рыночными долями – эти немногочисленные производители могут влиять на цену товара, манипулируя его количеством на рынке; производители определенной отрасли понимают свою взаимозависимость.

Характерная особенность олигополистического рынка зависимость поведения каждого производителя от реакции и поведения конкурентов. Большие размеры и высокий капитал продавцов крайне немобильны на рынке, и в этих условиях большие выгоды обещают именно сговор между олигополистическими продавцами для поддержания цен и увеличения прибыли. Производители договариваются и сотрудничестве и заключают соглашение о дележе рынка: "картельное соглашение".

Картель представляет собой договор нескольких продавцов, устанавливающих для всех участников: объем производства, цены на товар, условия найма рабочей силы, обмена патентами, разграничение рынков. Его целью является повышение цен, но не ограничение производственной деятельности участников картеля.

На первый взгляд, сходство картеля с монополией очевидно, но картель редко, в отличие от монополии, контролирует весь рынок, так как вынужден учитывать мнение продавцов не входящих в картель. Кроме того, участники картеля имеют достаточно сильный соблазн обмануть друг друга, понижая цены или энергично рекламируя свой товар, что создает условия для захвата части рынка. Из-за этого многие картели представляют собой временную структуру рынка и встречаются на рынке редко. К тому же законодательство многих стран считает картельную практику незаконной и противодействует ей различными методами.

Классическим примером образования и существования до сих пор картельного соглашения является, например, Организация Стран Экспортеров Нефти (ОПЕК).

Главное отличие совершенной конкуренции от олигополистической, заключается в особенностях изменения цен. Если в конкурентном рынке цены меняются непрерывно в зависимости от изменения спроса и предложения, то при олигополии цены меняются не столь часто, обычно через какие-то промежутки времени и на незначительную величину. Такая «неподвижность» цен обычно наблюдается, когда производители сталкиваются с циклическими и сезонными изменениями спроса. Подобные колебания спроса заранее учитываются олигополистами, и последние стараются не изменять цену товара, а реагировать на изменения спроса увеличением или уменьшением объема выпускаемых товаров. Обычно производителю выгодно в случае изменении спроса менять объем производства, а не цену.

**2.5 Государственное регулирование экономики**

Конкуренция – самое эффективное средство достижения целей рыночной экономики, а так же интересов всего общества в целом. Когда же производители договариваются о разделе рынка или уровне цены, тогда покупатели вынуждены платить большую цену и сокращать объем потребления. В этом случае цены становятся искусственно завышенными и не каждый покупатель способен приобрести данный товар в желаемых объемах. Отсюда следует, что потребители несут экономические убытки из-за подавления конкуренции. Устранение конкуренции нарушает равновесие спроса и предложения, что приводит к иррациональному использованию ограниченных производственных ресурсов общества.

Чтобы уберечься от этих негативных проявлений, государство вмешивается в рыночные процессы, используя антимонопольное регулирование, а именно административный контроль над монополизированным рынком, организационный механизм и антимонопольное законодательство.

Административный контроль монополизированного рынка объединяет способы воздействия на монополизированное производство. Можно выделить, в частности, финансовые санкции, применяемые в случае нарушения антимонопольного законодательства.

Организационный механизм имеет своей целью антимонопольную профилактику путем последовательной либерализации рынков. Не затрагивая монополию как форму производства, способы и методы такой политики государства нацелены на невыгодность монополистического поведения для крупного бизнеса. Это: снижение таможенных пошлин, отмена количественных квот, поддержка малого бизнеса, упрощение процедуры лицензирования, оптимизация производства.

Более эффективной и развитой формой государственного регулирования монопольной власти является антимонопольное законодательство. Цель, которой регулирование структуры отрасли через запрещение предполагаемых слияний крупных производителей, если, конечно, оно ведет к существенному ослаблению конкуренции или к установлению монополии.

В хозяйственной практике российской экономики важно понятие "доминирующее положение на рынке" хозяйствующего субъекта. Согласно определению, хозяйствующий субъект, доля которого на рынке определенного товара превышает ежегодно устанавливаемую величину, оценивается как занимающий доминирующее положение. Эту величину устанавливает Государственный комитет Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур (ГКАП). По решению ГКАП доля хозяйствующего субъекта может быть ограничена до 35% объема продаж на соответствующем рынке. ГКАП может принимать решения о принудительном разделении хозяйствующих субъектов, взыскивая штрафы за нарушения закона.

Антимонопольный комитет проводит государственную политику по развитию товарных рынков и конкуренции, по ограничению монополистической деятельности и пресечению недобросовестной конкуренции.

Антимонопольная политика – комплекс государственных мер направленных против мобилизации производства и на развитие конкуренции среди производителей.

В современных условиях главными функциями государства становятся организация экономического, правового и социально-политического пространства для рыночного хозяйства, создание равных условий для любых форм предпринимательства.

**Глава 3 Конкуренция в рыночной экономике России**

Рынок и конкуренция – это главный механизм развития нынешней экономики, наиболее мощный и эффективный, чем всякий другой фактор её движения. Чем активнее конкуренция и чем благоприятнее условия для её проявления, тем выше эффективность деятельности рынка. Конкуренция требует предопределенного, наилучшего сочетания экономических, технологических и социальных предпосылок. Если же нарушить это условие, то это может привести к затруднению проявления конкуренции и даже может совсем её уничтожить. Следовательно, затишье в экономике, понижение её действенности, может произойти падение жизненного уровня населения страны.

Ядром современного рынка является конкуренция, и не только из-за того, что мерила её проявления в последнее время необъятно возросли. Конкуренция неотъемлемый атрибут рынка. Если на рынке отсутствует нормальная конкуренция, а присутствует её разрушительное или наоборот слабое проявление, то это может говорить о неблагополучии на рынке, непропорциональность его развития. Например, нехватка товара на рынке приводит к снижению конкуренции между производителями, но усиливает конкуренцию потребителей между собой. Рынок с низким предложением и с высоким спросом можно назвать – «дефицитным рынком». Этот рынок плод определенной системы хозяйствования, в положении которой, зажатый со всех сторон рынок не способен исполнить свои традиционные свойства.

В советской экономической литературе присутствие конкуренции и монополии связывалось с капиталистической системой. Подразумевалось, что они являются характерными и основными признаками капиталистической системы. В изысканиях советских исследователей выделялись отрицательные стороны и результаты показанных явлений. В командной экономике существование монополии отвергалась, а конкуренция как метод осуществления предприимчивости опровергалась. Но с середины восьмидесятых годов обстановка резко поменялась: переходная экономика требует результативных институтов и устройств образования рыночных отношений, где ведущую роль исполняют монополия и конкуренция.

Всеобъемлющий захват государством частной собственности в советский период привело к исчезновению рыночных отношений и сокращению товарного производства, т.е. случилось истребление одного из первичных условий возникновения конкуренции свободных производителей. Рыночная конкуренция в нашей экономике было ликвидирована с устранением частной собственности.

Для нормальной действенности рыночной экономики в нашей стране требуется, для начала, благоприятное конкурентное окружение. Формирование конкурентной среды достаточно трудный процесс, исходя из практики и ясности определения её содержания в экономической теории. Конкурентная среда может быть обусловлена, как исторически конкретная социально-экономическая структура коллективного производства, особенный образ социально-экономических связей между субъектами и объектами, обеспечивающую товарно-денежный обмен, устроенный по законам товарного производства. Конкурентная среда, как рыночная экономика в целом – не стихия и не безвластие – действующая в соответствии рассчитанным целевым программам. Присутствие такой среды свойственно для рыночной экономики – особенной стадии в развитии общественного производства. Не каждое товарное производство и рынок зарождают рыночную экономику, но всякая рыночная экономика опирается на высшем уровне развития товарно-денежного обращения.

Конкурентной среде предшествует становление конкуренции как таковой, т.е. конфигурации связей хозяйствующих субъектов и процессе осуществления их персональных интересов. При её отсутствии почти всякий производитель, даже не занимающего доминирующего положения на рынке, располагает монопольной властью: потенциалом диктовать покупателям собственные условия.

В нашей стране сформировался особенный образ монопольного хозяйства, не имеющий аналогов в мире. Основаниями его появления были: ликвидация рыночных условий хозяйствования в результате пренебрежения законов товарного производства; устранения конкуренции; доминирование централизма и бюрократии в управлении экономикой; искусственная концентрация и ограниченная специализация производства.

В России до настоящего времени не создан полноценный рынок факторов производства, что характеризуется отсталостью рынка труда и невысокой подвижностью рабочей силы, кризисной обстановкой на рынке финансов. Помимо этого, продолжают наличествовать высокие региональные ограничения свободного передвижения товаров, денег и рабочей силы. В следствии совершается локализация и региональная сегментация рынка, сопровождающаяся различным проявлением регионального монополизма со стороны, как хозяйствующих фигур, так и местных органов власти. Отличительной особенностью российской экономики является региональная некоммуникабельность многих рынков. Которая усугубляется отсталостью рыночной инфраструктуры, в том числе отсутствием нужных информационных систем, воздействиями местных администраций вводящих какие либо ограничения на импорт или экспорт товаров из регионов, а так же большими тарифами на транспортировку продукции. Это способствует воспроизводству базы монополизма.

Влияние либерализации внешнеэкономических отношений на состояние конкуренции также оценивается крайне неоднозначно. Иностранная конкуренция теоретически обязана содействовать обновлению ассортимента и усилению качества российского товара, насыщению рынков и формированию конкуренции. Все же, на практике нередко отмечается вытеснение с рынка товара отечественного производителя, в основном товаров легкой промышленности и бытовой техники, которое сопровождается существенным сокращением производства.

Раскрытие российского рынка для заграничных компаний привело к активности конкуренции. Вместе с тем существенная доля товара российских производителей оказалась неконкурентоспособной, не только на мировом рынке, но и на внутреннем. В условиях кризиса, отсутствия финансовых средств и малоразвитости устройств государственной помощи на многих сегментах рынка, отечественные производители лишились своих позиций. Подчиненность российской экономики от поставок некоторых видов товара из-за границы не только не ослабевает, но в значительной степени увеличивается.

Можно сделать вывод, что в России организованы необходимые предпосылки для развития конкуренции на товарных рынках. В следствии объективно происходящих экономических процессов и принятых государством мер по уменьшению доли государственного сектора в экономике, урезанию сферы государственного регулирования и административного управления предприятиями, демополизации экономики и развитию конкуренции в рамках отраслевых и региональных программ, либерализации цен и внешнеэкономической среды на товарных рынках. Становление многих из них уже не требует устойчивого и открытого вторжения государственных органов в деятельность хозяйствующих субъектов.

В то же время состояние конкурентной среды на рынке неоднородно. В наиболее значительных для экономики структурообразующих секторах рынок является монопольным, олигопольным или находится в состоянии монополистической конкуренции. На многих рынках сохраняются значительные структурные и административные барьеры, ограждающие воздействующие на них предприятия-доминанты от здоровых сил конкуренции.

**Заключение**

Конкуренция проявляется как соперничество, происходящее между участниками рыночной экономики за получение наиболее благоприятных условий своего хозяйствования. Она проявлялась во все времена как «война всех против всех».

Рыночная конкуренция за выживание и экономическое преуспевание среди производителей обретает наиболее цивилизованную форму, если она покоряется регулированию со стороны общества в облике государства.

Конкуренция является необходимым и обусловливающим условием нормального функционирования рыночной экономики. Но, как и всякое явление, конкуренция обладает положительными и отрицательными сторонами. К положительным сторонам можно отнести: активизацию инновационного процесса; эластичная адаптация к спросу; высокое качество товара; минимум производственных издержек; высокую производительность труда и т.п. К негативным сторонам можно отнести: победа одних и поражение других игроков рынка; чрезвычайная эксплуатация природных ресурсов; экологические нарушения и т.п. Непомерная монополизация без надлежащего контроля со стороны государства может привести к формированию государства в государстве. Монополизм приводит к замедлению научно-технического прогресса, низкому качества товара, пропадают стимулы отыскивания более действенных решений функционирования в экономике. Конкуренция при всех её позитивных и негативных сторонах, является значимым элементом рыночного устройства саморегулирования. Рынок является показателем общественно необходимых надобностей общества, в нужном количестве материальных благ. С другой стороны рынок показывает о состоянии и потенциалах общественного производства в создании необходимых обществу материальных благ.

Конкуренция – определяющее условие поддержания динамизма в экономике.

**Список используемой литературы**

1. Борисов Е. Ф. Экономическая теория: Учеб. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Проспект, 2008.
2. В.В. Янова, Экономика, Москва, 2007г.
3. Л.П. Кураков, Г.Е. Яковлев, Курс экономической теории, Москва, 2005г.
4. Юданов А.Ю. Конкуренция. Теория и практик – ГНОМ и Д, 2005г.
5. Салимжанов И.К. Цены и ценообразование - М.: Проспект, 2006г.
6. Курс экономической теории: Учеб. 6-е изд., испр., доп. И перераб. – Киров: АСА, 2009г.
7. Экономическая теория / Ред. А. И. Добрынин, Л. С. Тарасевич. 3-е изд. – СПБ.: СПБГУ – ЭФ; Питер, 2008г.
8. Слагода В.Г. Экономическая теория: Учеб. 4-е изд., испр. и доп. – М.: ФОРУМ, 2009г.
9. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. – М.: ИЛ, 1959г.
10. Майкл Портер. Конкуренция (On Competition) – Вильямс, 2005г.
11. Израэл М. Кирцнер. Конкуренция и предпринимательство /Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. -- 239 с.
12. <http://abc.informbureau.com>
13. <http://mega.km.ru/>
14. <http://ru.wikipedia.org/>
15. <http://bibliotekar.ru/>
16. <http://www.gks.ru/>

**Оглавление**

Введение

Глава 1 Определение конкуренции

1.1 Понятие конкуренция

1.2 Условия возникновения конкуренции

1.3 Функции конкуренции

1.4 Виды конкуренции

Глава 2 Механизмы функционирования конкуренции

2.1 Совершенная конкуренция

2.2 Чистая монополия

2.3 Монополистическая конкуренция

2.4 Олигополия

2.5 Государственное регулирование экономики

Глава 3 Конкуренция в рыночной экономике России

Заключение

Список используемой литературы

**Введение**

В экономическом словаре КОНКУРЕНЦИЯ (от лат. concurrencia – сталкиваться) определяется как – соперничество между производителями товаров и услуг за рынок сбыта, завоевание определенного сегмента рынка. Каждая фирма использует свою стратегию и тактику для достижения этих целей. Для рыночной экономики имеет основополагающее значение. Выполняет роль ее мотора, двигателя прогресса, роста эффективности производства. Выступает стихийным регулятором хозяйственных процессов, способом установления на рынке равновесной цены. Стимулирует снижение издержек производства и реализации.

Очень немногие отрасли экономики сегодня способны противостоять влиянию конкуренции и рынка. Ни одна страна и ни одна компания не могут позволить себе игнорировать объективную необходимость конкуренции. За последние десятилетия усиление конкуренции отмечено фактически во всем мире.

Несмотря на это, в конкуренции можно отметить как положительные, так и отрицательные стороны влияния на экономику. К положительным факторам можно отнести: развитие научно-технического прогресса, удешевление производственных издержек, балансировка нормы прибыли и уровня заработной платы. К отрицательным факторам: импульсивность бизнеса, создание условий для безработицы и инфляции.

Стимулом, мотивирующим к конкурентной борьбе, выказывает желание опередить других.

Конкурентная борьба – это динамический процесс, обеспечивающий рынок товарами. В качестве средств и инструментов в конкурентной борьбе используют: цену, качество товара, рекламу, сервисное обслуживание, ассортимент, условия оплаты и доставки товара.

Рыночная экономика представляет собой сложную и разветвленную систему разнообразных финансовых, коммерческих и информационных структур, взаимодействующую с правовыми нормами бизнеса; объединенную понятием – рынок.

Рынок — это совокупность экономических отношений между субъектами рынка по поводу движения товаров и денег, которые основываются на взаимном согласии, эквивалентности и конкуренции. Это способ взаимодействия производителей и потребителей, т.е. продавцов и покупателей. В результате этого взаимодействия – спроса покупателей и предложения продавца – устанавливается стоимость и объём продаж товара. При этом основную роль имеет значение количество производителей и количество потребителей задействованных в обмене денег на товар – что определяет взаимодействие спроса и предложения.

Тогда рынки можно разделить на конкурентные и неконкурентные.

На конкурентном рынке, или рынке совершенной конкуренции, рыночный механизм и его основные закономерности проявляются в наиболее чистом виде. Идеально конкурентный рынок предполагает, что все фирмы выпускают однородную стандартную продукцию, так что не существует каких-либо существенных отличий между товарами разных производителей; количество фирм в отрасли настолько велико, а доля одного производителя столь мала, что увеличение или сокращение продаж на рынке не может повлиять на рыночную цену; отсутствуют какие-либо ограничения для образования в отрасли новых фирм или выхода из отрасли ранее действующих предприятий.

Сущностью рыночных отношений является конкуренция: соперничество производителей, потребителей, производителей с потребителями. Без конкуренции нет действенной рыночной системы.

Создание конкуренции товаропроизводителей — важнейшее условие перехода к эффективной рыночной экономике.

Это значит, что изучение конкуренции – ее роли в развитии рыночных отношений – является существенной задачей экономических исследований.

**Глава 1 Определение конкуренции**

**1.1 Понятие конкуренция**

Конкуренция (лат. concurrentia – сталкиваться) – это состязательность, соперничество, экономическая борьба между продавцами (производителями) за право получения максимальной прибыли. Также между покупателями (потребителями) за большую выгоду, при приобретении товара.

Конкуренция способствует эффективно использовать ограниченные ресурсы, которые распределяются по отраслям и различным видам производства так, что продукция, полученная от этих ресурсов, приносит прибыль. Она является регулирующей силой в условиях рыночных отношений.

Конкуренция исполняет существенную роль, в рыночной экономике: принуждает производителя учитывать интересы потребителя, а именно интересы общества в целом. В ходе конкуренции рынок из огромного множества товаров выбирает нужные потребителям – именно они продаются. Другие товары остаются невостребованными – их производство сокращается, либо вовсе прекращается. С помощью конкуренции рынок определяет: что, как, сколько и для кого производить?

Конкуренция выполняет важную, но в то же время не однозначную роль. Она стимулирует развитие экономики и самих работников, деятельность самостоятельных единиц. С её помощью продавцы как бы контролируют друг друга. Борьба за покупателя приводит к развитию научно-технического прогресса, улучшению качества, уменьшению издержек, снижению цен. Но так же конкуренция ведет разделение производителей и потребителей: побуждает создание монополий.

Конкуренция – это соперничество субъектов хозяйственной деятельности для получения наиболее высоких результатов в свою пользу. Следовательно, конкуренция присутствует везде, где затевается соперничество между субъектами, в целях обеспечения своих интересов. Как экономическая норма конкуренция выражает причинно-следственную связь среди интересов субъектов к экономической борьбе и итогом развития экономики.

Когда на рынке присутствует конкуренция, тогда продавцы непрерывно идут к снижению своих производственных затрат, для увеличения прибыли – вследствие этого: уменьшаются издержки, увеличивается производительность – поэтому возникают условия и возможности снизить цены на товар. В то же время конкуренция стимулирует производителей к улучшению качества и прибавлению многообразия предлагаемых товаров. Производителям необходимо непрерывно соревноваться с конкурентами на рынке сбыта, за потребителей: тактикой усовершенствования и расширения спектра высококачественного товара, по сниженным ценам.

**1.2 Условия возникновения конкуренции**

Конкуренция началась в условиях элементарного товарного производства. Всякий производитель в процессе конкуренции старался сформировать для себя более выгодные условия производства, и реализации товара. В связи с усилением подчиненности небольших производителей от рынка и рыночных колебаний цен на производимые ими товары и обостряется экономическая борьба. Возникает вероятность укрепления хозяйства, применения наемных работников, эксплуатации их труда, возникает капиталистическая конкуренция. В нынешних условиях конкуренция также выступает, как немаловажное средство развития производства, и наличествует в разнообразных формах.

Конкуренция возникает при: полной экономической обособленности каждого производителя; полной зависимости производителя от конъюнктуры рынка; противостоянии всем другим производителям в борьбе за потребительский спрос.

Экономическое значение конкуренции огромно. Современные экономисты считают конкуренцию одной из оснований повышения эффективности производства. Собственно конкуренция вынуждает производителей внедрять технический прогресс, совершенствовать технологию производства.

**1.3 Функции конкуренции**

Функция размещения – направляет ограниченные ресурсы в отрасли и виды деятельности, на продукцию которых имеется спрос.

Инновационная функция – стимулирует внедрение достижений науки и техники, выпуск новых видов товаров, новых технологий, улучшения качества товара, и т.п.

Распределительная функция – создает условия для получения доходов и прибыли наиболее успешным производителям, приводит к банкротству производителей, чьи товары остались невостребованными.

Контрольная функция – препятствует возникновению и существованию устойчивой монопольной власти на рынке. Монополист может назначить цену, но в то же время конкуренция дает потребителю возможность предпочтения среди нескольких производителей. Чем совершеннее конкуренция, тем справедливее цена.

Конкуренция помогает в уравнении спроса и предложения, установлению равновесной цены. На конкурентном рынке отдельные производители осуществляют небольшой контроль над ценой товара и имеют настолько незначительную долю от всеобщего объёма производства, что повышение или снижения её выпуска особо не повлияет на цену товара. Как продавец, так и покупатель постоянно должен ориентироваться на рыночную цену. Следовательно, конкуренция помогает в достижении компромисса между производителями и потребителями. Так же, конкуренция создаёт тождество частных и общественных интересов.

Конкуренция поддерживает общественно нормальные условия выпуска и сбыта товаров – как бы подсказывает производителям, какое количество средств нужно вложить в производство определённого товара. Допустим, что первый производитель вложил больший капитал для производства товара, а второй меньший в производство того же товара. Тогда будет очевидным, что второй получит большую прибыль, нежели чем первый – при условии, что на рынке установилась равновесная цена на данный вид товара. Если же произойдёт перенасыщение рынка этим товаром, то цена упадет на него, и первый производитель может потерпеть убытки. Из этого следует, что конкуренция поддерживает нормальные для общества условия производства. В условиях чистой конкуренции следующие мотивам прибыли производители будут производить каждый товар до той точки, в которой цена и наибольшие издержки сравниваются – это говорит о том, что в условиях конкуренции ресурсы распределены эффективно.

Научно-технический прогресс, снижение издержек и повышение эффективности производства стимулируется конкуренцией. Она работает стабилизатором стоимости товара: при рыночной борьбе побеждает имеющий товары низкой себестоимости и высокого качества. Для соблюдения этого условия необходимо периодически обновлять и модернизировать производство, вкладывая огромные средства. В современном мире многие производители готовы пойти на риск производя товар в условиях новейшей технологии. Отсюда можно сделать вывод: с развитием конкуренции усовершенствуется производство.

Столкновение субъектов рынка приводит к усилению их социально-экономическому расслоению. В рыночной борьбе за большую выгоду участвует много мелких владельцев, которые в начале пути своей хозяйственной деятельности. Большинство из них, не обладая достаточными средствами, современными способами производства, опытом – не выдерживают борьбы и со временем разоряются либо терпят убытки. Только малая их часть становятся полноправными субъектами рынка, наращивая свою экономическую мощь.

**1.4 Виды конкуренции**

Конкуренцию можно разделить по: методам осуществления (ценовая и неценовая); отраслевой принадлежности (внутриотраслевая и межотраслевая); степени свободы (совершенная и несовершенная). (Рис. 1)

**Конкуренция**

**по методам осуществления**

**по отрасли принадлежности**

**по степени**

*свободы*

**ценовая**

**неценовая**

**внутриотраслевая**

**межотраслевая**

**совершенная**

**несовершенная**

Рис. 1

По методам осуществления:

ценовая конкуренция предполагает продажу товара по более низким ценам, чем у конкурентов – снижение цены возможно за счет снижения издержек производства или за счет уменьшения прибыли;

неценовая конкуренция подразумевает предложение товаров более высокого качества, чем у конкурентов – посредством использовании средств рекламы и различных методов стимулирования сбыта.

По отраслевой принадлежности:

внутриотраслевая конкуренция подразумевает борьбу между предпринимателями, производящими однородные товары, за лучшие условия сбыта и производства – для получения большей прибыли;

межотраслевая конкуренция подразумевает борьбу предпринимателей из разных отраслей производства, и заключающую в себя более выгодное вложения капитала и перераспределения прибыли.

По степени свободы:

совершенная конкуренция – называют еще чистой конкуренцией, она означает независимость от любого проявления регулирования: свободное ценообразование, свободный доступ к факторам производства: никакой игрок рынка не оказывает решающего воздействия на условия сбыта товара;

несовершенная (монополистическая) конкуренция – это когда, какой либо из участников рынка имеет возможность оказывать влияние на условия реализации товара, имеет виды: чистая монополия, олигополия, монополистическая конкуренция. (Рис. 2)

**Конкуренция**

Чистая конкуренция

Монополистическая конкуренция

Олигополия

Чистая монополия

**Совершенная конкуренция**

**Несовершенная конкуренция**

Рис. 2

**Глава 2 Механизмы функционирования конкуренции**

**2.1 Совершенная конкуренция**

Совершенная (чистая) конкуренция – состояние рынка, на котором присутствует большое количество покупателей и продавцов, каждый из которых занимает сравнительно незначительную долю на рынке и не может диктовать условия продажи или покупки товаров. Предполагается присутствие необходимой и доступной информации о ценах, их динамике, о продавцах и покупателях не только в данном месте, но и в остальных регионах. Рынок совершенной конкуренции подразумевает отсутствие власти производителя над рынком: установление цены не производителем, а посредством функции спроса и предложения.

Черты совершенной конкуренции не присущи ни одной отрасли в полной мере – лишь могут приближаться к модели.

Модель чистой конкуренции имеет следующие характеристики: много продавцов и покупателей определенного товара; производители продают одинаковый товар – товар одного производителя неотличим от товара другого производителя; ресурсы являются мобильными – имеется свободный доступ к производству и выход из него, при производстве определенного продукта. Совершенной модели чистой конкуренции не существует в действительности, хотя сельскохозяйственные товары, например зерно, близки к этому рыночному типу.

Совершенная конкуренция так же подразделяется на: внутриотраслевую конкуренцию (среди производителей одинаковой продукции) – приводящую к научно-техническому прогрессу, снижению производственных издержек и стоимости товара; межотраслевую конкуренцию (среди производителей различной продукции) – позволяющую найти сферу более выгодного капиталовложения.

У совершенной конкуренции присутствуют определенные требования, такие как: отсутствие входных и выходных барьеров в определенной отрасли производства; отсутствие государственных монополий; лицензирование отдельных видов деятельности; отсутствие ограничений или запрещений доступа к ресурсам, необходимых для производства товаров; и т.п.

К положительным сторонам чистой конкуренции относится: стабилизация цены на товар; приспособление к спросу; снижение производственных издержек; высокое качество товара; развитие научно-технического прогресса.

К отрицательным сторонам можно отнести: рискованность производственных процессов; неблагоприятное влияние на экологию; разорение многих участников рыночной борьбы; чрезвычайная эксплуатация ресурсов.

При совершенной конкуренции присутствуют рыночные недостатки, такие как: вытеснение монополиями и олигополиями; не способность распространения для производства общественных благ; стандартизирует и унифицирует продукцию, что не отвечает требованиям современного потребителя; в долгосрочном периоде низкая экономическая прибыль, как главный источник научно-технического прогресса.

В условиях совершенной конкуренции, при любом сформировавшемся уровне цены, наличествует как бы "внешний предел", при котором производители входят в данную отрасль или же выходят из нее. Увеличение цены способствует появлению новых фирм и сохранение старых. При снижении цены производители с высоким уровнем издержек становятся убыточными и покидают данную отрасль.

Создание идеальной модели совершенной конкуренции является чрезмерно сложным процессом.

**2.2 Чистая монополия**

Чистая монополия – это, когда один продавец противостоит множеству покупателей: обладатель исключительного права на свой товар. Применительно к экономике – исключительное право на производство, покупку, продажу, относящееся одному лицу, группе лиц или государству. Зарождается на основе высокой концентрации и централизма капитала и производства. Цель заключается в извлечении сверхвысокой прибыли. Обеспечивается с помощью установления монопольно высоких или монопольно низких цен. Подавляет конкурентный потенциал рыночной экономики, ведёт к росту цен и диспропорциям.

Монополия – это полное доминирование в экономике единоличного производителя продукции. Такое доминирование обеспечивает производителю-монополисту, исключительное право распоряжения ресурсами, возможность давления на конкурентов, потребителей и общество в целом.

Монополия может зарождаться как продукт естественного, либо искусственного монополизма. Обладатели естественной монополии частные собственники и хозяйственные организации, имеющие в своем составе редкие и трудно восстанавливаемые элементы производства. Искусственные монополии – это объединения, созданные для получения монополистической выгоды: выступают в форме различных монополистических отношений.

В связи с высокой концентрацией производства возможно возникновение различных организационных видов монополий, таких как:

1. Картель – простейшая форма монополии. В отличие от других форм монополии сохраняет финансовую производственную самостоятельность. Действует в рамках одной отрасли. Затрудняет функционирование рыночных отношений. Попадает под действие антимонопольного законодательства.
2. Синдикаты – организационная форма монополистического объединения, при которой вошедшие в него компании теряют коммерческую сбытовую состоятельность, но сохраняют юридическую и производственную свободу действий. В синдикате сбыт товара происходит централизованно.
3. Трест – монополистическое объединение, при котором вошедшие в него предприятия теряют коммерческую и производственную самостоятельность. Единый центр осуществляет полностью руководство трестом.
4. Концерн – организованная форма объединения предприятий различных отраслей, находящихся под финансовым контролем и единым управлением. Как водится в состав концерна помимо производственных, торговых и транспортных предприятий входят банки либо другие организации (кредитные учреждения, пенсионные фонды и т.п.). Участники концерна формально независимы, в то же время контролируются и управляются единым центром компании.
5. Пул – распространяется в области использования проектов. Участники пула приходят к выгодным для всех соглашениям о передаче патентов и лицензий. Распределение доходов происходит в соответствии с квотой, определяемой при вступлении в пул.
6. Холдинг – акционерная компания, владеющая контрольным пакетом акций одного или группы акционерных сообществ, для управления и контроля над ними. Захватив контрольный пакет акций, холдинг подчиняет себе формально свободные компании.
7. Патенты, авторские права, товарные знаки – документ, выдаваемый уполномоченным государственным органом, удостоверяющим авторство изобретения, и исключительное право обладателя патента на использование изобретения. Действует в течение установленного законом срока.

Условия модели монополии: единственный продавец, отсутствие близких по значению товаров, диктуемая цена.

В случае регулируемой монополии государство разрешает компании устанавливать расценки, гарантирующие получение справедливого дохода, который позволит производителю поддерживать производство, а при необходимости расширить его.

При не регулируемой монополии продавец может устанавливать любую цену, которую только выдержит рынок.

Рынок испытывает негативные воздействия от монополий, такие как: снижение конкурентоспособности; замедление научно-технического прогресса; неоправданный рост цен; увеличение издержек производства; падение эффективности экономики.

Классическим примером естественных монополий на федеральном уровне являются передача электроэнергии, нефти и газа, железнодорожные перевозки, а также некоторые отрасли связи, а на региональном уровне – коммунальные услуги, включая теплоснабжение, канализацию, водоснабжение и т.д.; такие отрасли либо регулируют, либо они находятся в государственной собственности. Но следует заметить, что во многих странах в последние годы сфера и масштабы государственного регулирования существенно сократились как в связи с технологическими нововведениями, так и в результате появления новых подходов к формированию и регулированию соответствующих рынков.

Монополии свойственно стремление использовать свою рыночную власть в убыток потребителям и потенциальным конкурентам. Из этого можно сделать вывод – только уменьшая число монопольных производителей, возможно, ослабить их негативные воздействие на рынок.

Во всех развитых странах мира существует антимонопольное законодательство, ограничивающее деятельность монополий и их объединений.

**2.3 Монополистическая конкуренция**

Чистая монополия и совершенная конкуренция – два крайних случая рыночной структуры. И то и другое бывает крайне редко. Промежуточной и более реальной является монополистическая конкуренция. В этом случае производители, хотя и сталкиваются с конкуренцией со стороны других производителей, но обладают некоторой властью над ценами на свои товары. Для этой рыночной структуры свойственна дифференциация товаров: многие фирмы предлагают похожие, но не идентичные товары.

Монополистическая конкуренция – это когда конкурирует много продавцов, для того, чтобы продать различный товар на рынке, где возможно появление новых продавцов. Рынок монополистической конкуренции состоит из множества покупателей и продавцов, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен. Диапазон цен возникает из-за способности продавцов предложить покупателям разные варианты товаров – отличающиеся качеством, свойствами, дизайном. Покупатели замечают различие товара и готовы заплатить за товар различную цену.

Чтобы выделиться чем-то, помимо цены, производители стремятся исполнить различные предложения для различных потребительских сегментов и широко пользуются практикой присвоения товарам марочных названий, рекламой и методами личной продажи.

Монополистическая конкуренция – это рыночная ситуация, когда множество производителей продают похожие товары, но придавая товару реальные либо мнимые уникальные качества. Это самый распространенный тип рынка, близкий к чистой конкуренции.

Характерные черты монополистической конкуренции:

1. Присутствует большое число продавцов, каждый из которых обеспечивает товаром лишь небольшую долю рыночного спроса на общий тип реализуемого товара.

2. Товар каждого производителя может являться несовершенным заменителем товара поставляемого другими производителями. Товару каждого продавца присущи исключительные характеристики, свойства и качества, которые оказывают воздействия для предпочтения некоторых покупателей именно этому товару, а не конкурирующих производителей.

3. При установлении цены на свои товары, производители не считаются с реакцией своих соперников. Эта особенность происходит из-за большого числа продавцов на рынке с монополистической конкуренцией. Если один продавец уменьшит стоимость на товар, то, возможно, что увеличение продаж произойдет не за счет одного производителя, а за счет многих. Маловероятно, что какой-нибудь отдельный производитель потерпит значительные убытки из-за уменьшения цены на товар, какого-нибудь одного производителя. А это значит, что у конкурентов нет причин для реакции на это изменение, потому что решение одного производителя не влечет за собой последствий на изменение их прибылей.

4. На рынке с монополистической конкуренцией есть условия для свободного входа и выхода: легко войти в рынок и легко его покинуть. Но вход в рынок не так легок, как при совершенной конкуренции, из-за того, что новые продавцы испытывают трудности со своими новыми для покупателей торговыми марками и услугами. Отсюда можно сделать вывод, что уже существующие производители могут сохранять свое преимущество над новыми продавцами.

Неценовая конкуренция – основное качество монополистической конкуренции. Особое значение в ней приобретает реклама.

Монополистическая конкуренция похожа на чистую монополию: отдельные производители обладают способностью контролировать цену своих товаров. Она также похожа на чистую конкуренцию: товар продается многими продавцами, и присутствует свободный вход и выход.

Монополистическая конкуренция присуща существующим рынкам. Помогает потребителям наиболее полно удовлетворить свои потребности и желания, активизирует производство и торговлю.

**2.4 Олигополия**

Олигополия – это рынок, где в каждой отрасли хозяйства преобладает не одна, а несколько производителей. Другими словами, при олигополистической конкуренции производителей больше, чем в условиях монополии, но значительно меньше, чем в условиях совершенной конкуренции.

Олигополия является доминирующей конфигурацией современного рынка. Понятие "олигополия" используется в экономике, для описания рынка, где присутствуют несколько продавцов, отдельные из которых контролируют преобладающую часть рынка.

При олигополии для реализации определенного товара доминирует очень немного продавцов, а появление новых продавцов затрудненно либо невозможно. Товар может быть как дифференцированным, так и стандартизированным. Схожесть товара преобладает на рынках сырья и полуфабрикатов: нефти, стали, руды. Дифференциация преобладает на рынках потребительских товаров: автомобили, электроника. Часто при олигополистической конкуренции на рынке господствует от двух до десяти производителей, на которых приходиться половина и более общих продаж товара.

На олигополистических рынках некоторые производители способны влиять на цену, из-за их огромной доли в общем выпуске количества товара. Производителям известно, при олигополистических рыночных отношениях, что если кто-то один из продавцов изменит цену или объёмы продаж, то, как следствие это скажется на прибыли всех продавцов этого товара. Производители становятся как бы взаимозависимыми.

Немногочисленность производителей на олигополистическом рынке принуждает этих производителей использовать не только ценовую конкуренцию, но и неценовую – более эффективную, в таких условиях. Производители осознают, что если они снизят цену, то же самое сделают и конкуренты, что приведет к падению дохода. Только из-за этого, вместо ценовой конкуренции используют неценовые методы борьбы: качество товара, надёжность, техническое превосходство, методы сбыта, рекламу, экономический шпионаж.

Часто олигополии защищены барьерами для входа на рынок, похожими на те, которые существуют при монополии. Естественная олигополия существует, когда несколько производителей способны обеспечить рынок продукцией, с низкими долгосрочными издержками, чем были бы у множества производителей.

Черты олигополистического рынка: всего несколько производителей снабжают рынок – товар может быть как дифференцированным, так и стандартизированным; хотя бы некоторые производители обладают крупными рыночными долями – эти немногочисленные производители могут влиять на цену товара, манипулируя его количеством на рынке; производители определенной отрасли понимают свою взаимозависимость.

Характерная особенность олигополистического рынка зависимость поведения каждого производителя от реакции и поведения конкурентов. Большие размеры и высокий капитал продавцов крайне немобильны на рынке, и в этих условиях большие выгоды обещают именно сговор между олигополистическими продавцами для поддержания цен и увеличения прибыли. Производители договариваются и сотрудничестве и заключают соглашение о дележе рынка: "картельное соглашение".

Картель представляет собой договор нескольких продавцов, устанавливающих для всех участников: объем производства, цены на товар, условия найма рабочей силы, обмена патентами, разграничение рынков. Его целью является повышение цен, но не ограничение производственной деятельности участников картеля.

На первый взгляд, сходство картеля с монополией очевидно, но картель редко, в отличие от монополии, контролирует весь рынок, так как вынужден учитывать мнение продавцов не входящих в картель. Кроме того, участники картеля имеют достаточно сильный соблазн обмануть друг друга, понижая цены или энергично рекламируя свой товар, что создает условия для захвата части рынка. Из-за этого многие картели представляют собой временную структуру рынка и встречаются на рынке редко. К тому же законодательство многих стран считает картельную практику незаконной и противодействует ей различными методами.

Классическим примером образования и существования до сих пор картельного соглашения является, например, Организация Стран Экспортеров Нефти (ОПЕК).

Главное отличие совершенной конкуренции от олигополистической, заключается в особенностях изменения цен. Если в конкурентном рынке цены меняются непрерывно в зависимости от изменения спроса и предложения, то при олигополии цены меняются не столь часто, обычно через какие-то промежутки времени и на незначительную величину. Такая «неподвижность» цен обычно наблюдается, когда производители сталкиваются с циклическими и сезонными изменениями спроса. Подобные колебания спроса заранее учитываются олигополистами, и последние стараются не изменять цену товара, а реагировать на изменения спроса увеличением или уменьшением объема выпускаемых товаров. Обычно производителю выгодно в случае изменении спроса менять объем производства, а не цену.

**2.5 Государственное регулирование экономики**

Конкуренция – самое эффективное средство достижения целей рыночной экономики, а так же интересов всего общества в целом. Когда же производители договариваются о разделе рынка или уровне цены, тогда покупатели вынуждены платить большую цену и сокращать объем потребления. В этом случае цены становятся искусственно завышенными и не каждый покупатель способен приобрести данный товар в желаемых объемах. Отсюда следует, что потребители несут экономические убытки из-за подавления конкуренции. Устранение конкуренции нарушает равновесие спроса и предложения, что приводит к иррациональному использованию ограниченных производственных ресурсов общества.

Чтобы уберечься от этих негативных проявлений, государство вмешивается в рыночные процессы, используя антимонопольное регулирование, а именно административный контроль над монополизированным рынком, организационный механизм и антимонопольное законодательство.

Административный контроль монополизированного рынка объединяет способы воздействия на монополизированное производство. Можно выделить, в частности, финансовые санкции, применяемые в случае нарушения антимонопольного законодательства.

Организационный механизм имеет своей целью антимонопольную профилактику путем последовательной либерализации рынков. Не затрагивая монополию как форму производства, способы и методы такой политики государства нацелены на невыгодность монополистического поведения для крупного бизнеса. Это: снижение таможенных пошлин, отмена количественных квот, поддержка малого бизнеса, упрощение процедуры лицензирования, оптимизация производства.

Более эффективной и развитой формой государственного регулирования монопольной власти является антимонопольное законодательство. Цель, которой регулирование структуры отрасли через запрещение предполагаемых слияний крупных производителей, если, конечно, оно ведет к существенному ослаблению конкуренции или к установлению монополии.

В хозяйственной практике российской экономики важно понятие "доминирующее положение на рынке" хозяйствующего субъекта. Согласно определению, хозяйствующий субъект, доля которого на рынке определенного товара превышает ежегодно устанавливаемую величину, оценивается как занимающий доминирующее положение. Эту величину устанавливает Государственный комитет Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур (ГКАП). По решению ГКАП доля хозяйствующего субъекта может быть ограничена до 35% объема продаж на соответствующем рынке. ГКАП может принимать решения о принудительном разделении хозяйствующих субъектов, взыскивая штрафы за нарушения закона.

Антимонопольный комитет проводит государственную политику по развитию товарных рынков и конкуренции, по ограничению монополистической деятельности и пресечению недобросовестной конкуренции.

Антимонопольная политика – комплекс государственных мер направленных против мобилизации производства и на развитие конкуренции среди производителей.

В современных условиях главными функциями государства становятся организация экономического, правового и социально-политического пространства для рыночного хозяйства, создание равных условий для любых форм предпринимательства.

**Глава 3 Конкуренция в рыночной экономике России**

Рынок и конкуренция – это главный механизм развития нынешней экономики, наиболее мощный и эффективный, чем всякий другой фактор её движения. Чем активнее конкуренция и чем благоприятнее условия для её проявления, тем выше эффективность деятельности рынка. Конкуренция требует предопределенного, наилучшего сочетания экономических, технологических и социальных предпосылок. Если же нарушить это условие, то это может привести к затруднению проявления конкуренции и даже может совсем её уничтожить. Следовательно, затишье в экономике, понижение её действенности, может произойти падение жизненного уровня населения страны.

Ядром современного рынка является конкуренция, и не только из-за того, что мерила её проявления в последнее время необъятно возросли. Конкуренция неотъемлемый атрибут рынка. Если на рынке отсутствует нормальная конкуренция, а присутствует её разрушительное или наоборот слабое проявление, то это может говорить о неблагополучии на рынке, непропорциональность его развития. Например, нехватка товара на рынке приводит к снижению конкуренции между производителями, но усиливает конкуренцию потребителей между собой. Рынок с низким предложением и с высоким спросом можно назвать – «дефицитным рынком». Этот рынок плод определенной системы хозяйствования, в положении которой, зажатый со всех сторон рынок не способен исполнить свои традиционные свойства.

В советской экономической литературе присутствие конкуренции и монополии связывалось с капиталистической системой. Подразумевалось, что они являются характерными и основными признаками капиталистической системы. В изысканиях советских исследователей выделялись отрицательные стороны и результаты показанных явлений. В командной экономике существование монополии отвергалась, а конкуренция как метод осуществления предприимчивости опровергалась. Но с середины восьмидесятых годов обстановка резко поменялась: переходная экономика требует результативных институтов и устройств образования рыночных отношений, где ведущую роль исполняют монополия и конкуренция.

Всеобъемлющий захват государством частной собственности в советский период привело к исчезновению рыночных отношений и сокращению товарного производства, т.е. случилось истребление одного из первичных условий возникновения конкуренции свободных производителей. Рыночная конкуренция в нашей экономике было ликвидирована с устранением частной собственности.

Для нормальной действенности рыночной экономики в нашей стране требуется, для начала, благоприятное конкурентное окружение. Формирование конкурентной среды достаточно трудный процесс, исходя из практики и ясности определения её содержания в экономической теории. Конкурентная среда может быть обусловлена, как исторически конкретная социально-экономическая структура коллективного производства, особенный образ социально-экономических связей между субъектами и объектами, обеспечивающую товарно-денежный обмен, устроенный по законам товарного производства. Конкурентная среда, как рыночная экономика в целом – не стихия и не безвластие – действующая в соответствии рассчитанным целевым программам. Присутствие такой среды свойственно для рыночной экономики – особенной стадии в развитии общественного производства. Не каждое товарное производство и рынок зарождают рыночную экономику, но всякая рыночная экономика опирается на высшем уровне развития товарно-денежного обращения.

Конкурентной среде предшествует становление конкуренции как таковой, т.е. конфигурации связей хозяйствующих субъектов и процессе осуществления их персональных интересов. При её отсутствии почти всякий производитель, даже не занимающего доминирующего положения на рынке, располагает монопольной властью: потенциалом диктовать покупателям собственные условия.

В нашей стране сформировался особенный образ монопольного хозяйства, не имеющий аналогов в мире. Основаниями его появления были: ликвидация рыночных условий хозяйствования в результате пренебрежения законов товарного производства; устранения конкуренции; доминирование централизма и бюрократии в управлении экономикой; искусственная концентрация и ограниченная специализация производства.

В России до настоящего времени не создан полноценный рынок факторов производства, что характеризуется отсталостью рынка труда и невысокой подвижностью рабочей силы, кризисной обстановкой на рынке финансов. Помимо этого, продолжают наличествовать высокие региональные ограничения свободного передвижения товаров, денег и рабочей силы. В следствии совершается локализация и региональная сегментация рынка, сопровождающаяся различным проявлением регионального монополизма со стороны, как хозяйствующих фигур, так и местных органов власти. Отличительной особенностью российской экономики является региональная некоммуникабельность многих рынков. Которая усугубляется отсталостью рыночной инфраструктуры, в том числе отсутствием нужных информационных систем, воздействиями местных администраций вводящих какие либо ограничения на импорт или экспорт товаров из регионов, а так же большими тарифами на транспортировку продукции. Это способствует воспроизводству базы монополизма.

Влияние либерализации внешнеэкономических отношений на состояние конкуренции также оценивается крайне неоднозначно. Иностранная конкуренция теоретически обязана содействовать обновлению ассортимента и усилению качества российского товара, насыщению рынков и формированию конкуренции. Все же, на практике нередко отмечается вытеснение с рынка товара отечественного производителя, в основном товаров легкой промышленности и бытовой техники, которое сопровождается существенным сокращением производства.

Раскрытие российского рынка для заграничных компаний привело к активности конкуренции. Вместе с тем существенная доля товара российских производителей оказалась неконкурентоспособной, не только на мировом рынке, но и на внутреннем. В условиях кризиса, отсутствия финансовых средств и малоразвитости устройств государственной помощи на многих сегментах рынка, отечественные производители лишились своих позиций. Подчиненность российской экономики от поставок некоторых видов товара из-за границы не только не ослабевает, но в значительной степени увеличивается.

Можно сделать вывод, что в России организованы необходимые предпосылки для развития конкуренции на товарных рынках. В следствии объективно происходящих экономических процессов и принятых государством мер по уменьшению доли государственного сектора в экономике, урезанию сферы государственного регулирования и административного управления предприятиями, демополизации экономики и развитию конкуренции в рамках отраслевых и региональных программ, либерализации цен и внешнеэкономической среды на товарных рынках. Становление многих из них уже не требует устойчивого и открытого вторжения государственных органов в деятельность хозяйствующих субъектов.

В то же время состояние конкурентной среды на рынке неоднородно. В наиболее значительных для экономики структурообразующих секторах рынок является монопольным, олигопольным или находится в состоянии монополистической конкуренции. На многих рынках сохраняются значительные структурные и административные барьеры, ограждающие воздействующие на них предприятия-доминанты от здоровых сил конкуренции.

**Заключение**

Конкуренция проявляется как соперничество, происходящее между участниками рыночной экономики за получение наиболее благоприятных условий своего хозяйствования. Она проявлялась во все времена как «война всех против всех».

Рыночная конкуренция за выживание и экономическое преуспевание среди производителей обретает наиболее цивилизованную форму, если она покоряется регулированию со стороны общества в облике государства.

Конкуренция является необходимым и обусловливающим условием нормального функционирования рыночной экономики. Но, как и всякое явление, конкуренция обладает положительными и отрицательными сторонами. К положительным сторонам можно отнести: активизацию инновационного процесса; эластичная адаптация к спросу; высокое качество товара; минимум производственных издержек; высокую производительность труда и т.п. К негативным сторонам можно отнести: победа одних и поражение других игроков рынка; чрезвычайная эксплуатация природных ресурсов; экологические нарушения и т.п. Непомерная монополизация без надлежащего контроля со стороны государства может привести к формированию государства в государстве. Монополизм приводит к замедлению научно-технического прогресса, низкому качества товара, пропадают стимулы отыскивания более действенных решений функционирования в экономике. Конкуренция при всех её позитивных и негативных сторонах, является значимым элементом рыночного устройства саморегулирования. Рынок является показателем общественно необходимых надобностей общества, в нужном количестве материальных благ. С другой стороны рынок показывает о состоянии и потенциалах общественного производства в создании необходимых обществу материальных благ.

Конкуренция – определяющее условие поддержания динамизма в экономике.

**Список используемой литературы**

1. Борисов Е. Ф. Экономическая теория: Учеб. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Проспект, 2008.
2. В.В. Янова, Экономика, Москва, 2007г.
3. Л.П. Кураков, Г.Е. Яковлев, Курс экономической теории, Москва, 2005г.
4. Юданов А.Ю. Конкуренция. Теория и практик – ГНОМ и Д, 2005г.
5. Салимжанов И.К. Цены и ценообразование - М.: Проспект, 2006г.
6. Курс экономической теории: Учеб. 6-е изд., испр., доп. И перераб. – Киров: АСА, 2009г.
7. Экономическая теория / Ред. А. И. Добрынин, Л. С. Тарасевич. 3-е изд. – СПБ.: СПБГУ – ЭФ; Питер, 2008г.
8. Слагода В.Г. Экономическая теория: Учеб. 4-е изд., испр. и доп. – М.: ФОРУМ, 2009г.
9. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. – М.: ИЛ, 1959г.
10. Майкл Портер. Конкуренция (On Competition) – Вильямс, 2005г.
11. Израэл М. Кирцнер. Конкуренция и предпринимательство /Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. -- 239 с.
12. <http://abc.informbureau.com>
13. <http://mega.km.ru/>
14. <http://ru.wikipedia.org/>
15. <http://bibliotekar.ru/>
16. <http://www.gks.ru/>