Содержание:

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

1. Экономическая природа конкуренции и виды конкурентной борьбы…….…..5

2. Монополии и современные виды монополизма…………………………….…13

3. Государственное регулирование хозяйственной деятельности монополий, его особенности в России……………………………………………………………....21

Заключение……………………………………………………………………….…30

Список использованной литературы……………………………………...………32

Введение

Современная рыночная экономика представляет собой сложнейший организм, состоящий из огромного количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур , взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса, и объединяемых единым понятием - рынок. По определению рынок- это организованная структура, где "встречаются" производители и потребители, продавцы и покупатели, где в результате взаимодействия спроса потребителей (спросом называется количество товара, которое потребители могут купить по определенной цене) и предложения производителей (предложение - это количество товара, которое производители продают по определенной цене) устанавливаются и цены товаров, и объемы продаж.

При рассмотрении структурной организации рынка определяющее значение имеет количество производителей (продавцов) и количество потребителей (покупателей), участвующих в процессе обмена всеобщего эквивалента стоимости (денег) на какой-либо товар. Это количество производителей и потребителей, характер и структура отношений между ними определяют взаимодействие спроса и предложения.

Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений является понятие конкуренции (competition). Конкуренция - это центр тяжести всей системы рыночного хозяйства, тип взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке. Это конкуренция между производителями. Аналогично определяется конкуренция между потребителями как взаимоотношения по поводу формирования цен и объема спроса на рынке. Стимулом, побуждающим человека к конкурентной борьбе, является стремление превзойти других. В соперничестве на рынках речь идет о заключении сделок и о долях участия в рыночной сфере. Конкурентная борьба - это динамический (ускоряющий движение) процесс. Он служит лучшему обеспечению рынка товарами. В качестве средств в конкурентной борьбе для улучшения своих позиций на рынке компании используют, например, качество изделий, цену, сервисное обслуживание, ассортимент, условия поставок и платежей, информацию через рекламу.

Масштаб интенсивности конкуренции определяется тем, как скоро преимущества в прибыли теряются в результате успешного воспроизведения инноваций конкурентам. В первую очередь это зависит от того, насколько быстро конкуренты реагируют на рывок вперед предприятия-пионера и насколько динамичен спрос.

В данной курсовой работе рассмотрена конкуренция, ее виды и формы проявления, а также традиционная модель рынка – монополия и ее государственное регулирование.

Целью данной курсовой работы является изучение конкурентной борьбы и современных видов монополизма.

Теоретической и методологической основой курсовой работы послужили многие положения, изложенные в трудах российских ученых экономистов и финансистов, таких как: Е.Н. Лобачевой, Н.А. Волгина, В.Д. Камаева, И.Т. Балабанова, Т.Б.Бердникова, А.Г. Ковалев, Г.Б. Поляка, Е.С. Стоянова, В.М.Теплов и др.

1. Экономическая природа конкуренции и виды конкурентной борьбы

Необходимым условием успешного развития производительных сил является постоянный рост уровня их обобществления. Действие данного общего экономического закона ведет к непрерывной и все увеличивающейся концентрации и централизации капитала, монополизации производства. Масштабы явления красноречиво характеризуют следующие цифры: в Великобритании, например, одна компания производит свыше 90% продукции черной металлургии и две – 75% компьютеров; во Франции два концерна контролируют почти 100% выпуска автомобилей, а два других – 70% выплавки стали; в Японии пять компаний, практически монополизировали все производство компьютеров.

Сегодня для прогрессивного развития промышленности, внедрения новейших технологических достижений нужна централизация ресурсов. Отдельное же предприятие не имеет ни ресурсов, ни интеллектуальных сил, чтобы уверенно держать сегмент рынка. Его технологический уровень может поддерживаться только в рамках группы предприятий, консолидирующих свои усилия и ресурсы в общем технологическом комплексе.

Послевоенное развитие мировой экономики характеризуется активизацией процессов концентрации и централизации капитала производства за рамками национальных границ отдельных государств, подъемом их на интернациональный уровень. Большинство рынков занимает промежуточное положение между монополией и конкуренцией. В то же время необходимо сказать, что образование монополий не только следствие процессов концентрации и централизации, а результат научно-технического прогресса.

В рыночной экономике все субъекты хозяйствования действуют обособленно и выступают по отношению друг к другу как конкуренты.

Под экономической конкуренцией понимают соревнование экономических субъектов на рынке потребителей в целях получения прибыли (5, С.125). Конкуренция является необходимым элементом рыночного механизма хозяйствования, но характер и формы ее на различных рынках и в разных рыночных ситуациях неодинаковы.

В условиях рыночной экономики конкуренция является важным механизмом экономических связей между производителями и потребителями. Так, если на рынок доставляется больше товаров, чем способны приобрести покупатели, то продавцы будут бороться за покупателя, снижая при этом цены. Если же на рынок будет доставлено меньше товаров, чем готовы приобрести покупатели, то последние будут соревноваться за продавца, способствуя тем самым росту цен.

Конкуренция хотя и связана с определенными издержками (усиливает социально-экономическую дифференциацию в обществе), вместе с тем обеспечивает немалый экономический эффект, стимулируя снижение цен, повышение качества и ассортимента выпускаемой продукции, внедрение научно-технических достижений.

Конкуренция получила свое развитие вместе с развитием товарно-денежных отношений. Так, если для начала развития рыночных отношений характерна совершенная (свободная) конкуренция, которая определялась небольшими размерами предприятий и многочисленностью производителей, то со второй половины ХIХ в. картина начинает существенно меняться: крупные предприятия постепенно захватывают все большую долю рынка, диктуя свои условия бизнеса. Наряду с совершенной конкуренцией появились новые виды конкурентной борьбы, и прежде всего конкуренция несовершенная.

В современной экономической науке выделяют четыре модели конкурентной борьбы: совершенную (чистую) конкуренцию, конкуренцию монополистическую, олигополию и монополию.

Совершенная (чистая) конкуренция на практике довольна редка, но эта модель рынка имеет весомое аналитическое значение, так как представляет собой простейшую ситуацию, в которой следует использовать понятия «доход» и «издержки» (5, С.234). Для данного вида конкуренции характерны следующие черты.

1.Большое число фирм. Основной чертой конкурентного рынка является наличие большого числа независимо действующих продавцов. Примером служит рынки сельскохозяйственных товаров, фондовая биржа и рынок иностранных валют. На таких рынках в обороте находится стандартизированная продукция. При одинаковой продукции покупателю безразлично, у какого продавца приобретать товар.

2.Практически отсутствует контроль над ценой продукции. Это свойство вытекает из следующего: в условиях чистой конкуренции фирма производит настолько небольшую часть от общего объема производства, что уменьшение или увеличение ее выпуска не будет оказывать ощутимого влияния на общее предложение или цену товара.

3.Характерен свободный переход из отрасли в отрасль. Не существует никаких серьезных препятствий – законодательных, технологических, финансовых и других, которые могли бы помешать возникновению новых фирм и сбыту их продукции на конкурентных рынках. Ограничителем выступает размер прибыли. Каждый производитель будет производить товары до того, когда цена и издержки производства станут равными.

4.Равный доступ к информации. Все продавцы имеют представление о ценах и возможной прибыли, так как по условиям свободной конкуренции спрос товара полностью зависит от цены. На рынке фигурирует множество фирм и ни одна из них не контролирует достаточного сегмента рынка. Поэтому при расширении объема производства фирма, как правило, цену не меняет.

5.Все фирмы, действуя независимо, но одновременно – и действительно влияют – на общий объем предложения и, следовательно, на рыночную цену. Если один производитель увеличит или уменьшит выпуск при неизменных объемах производства у всех других конкурирующих фирм, это не окажет существенного влияния на общий объем предложения и рыночную цену.

В условиях свободной конкуренции ни одна фирма не играет на рынке заметной роли, а цены складываются только под воздействием спроса и предложения. Фирмам приходится ориентироваться на сложившийся уровень цен. Однако известны случаи кратковременного воздействия на конъюнктуру рынка. Для этих целей используется стратегия «случайного» снижения цен, которая заключается в установлении цен сначала на максимально высоком уровне, затем они медленно снижаются до уровня средних рыночных цен. За тот период, когда цены были высокими, фирме все же удается продать какое-то количество товаров и тем самым увеличить свой доход.

Самой распространенной в настоящее время моделью рынка является монополистическая конкуренция. Монополистическая конкуренция предполагает смешение монополии и конкуренции (7, С.78). Характерные черты монополистической конкуренции следующие.

1. Относительно большое число фирм. Монополистическая конкуренция подразумевает такую рыночную ситуацию, при которой относительно большое число фирм выпускает дифференцированную продукцию. Во-первых, каждая фирма обладает относительно небольшой долей рынка, поэтому она имеет очень ограниченный контроль над рыночной ценой. Кроме того, наличие сравнительно небольшого числа фирм гарантирует, что сговор фирм с целью ограничения объема производства и искусственного повышения цен почти невозможен. Наконец, при многочисленности фирм в отрасли нет ощущения взаимной зависимости между ними; каждая фирма определяет свою политику, не учитывая возможную реакцию со стороны конкурирующих с ней фирм.

2.Дифференциация продукция. В противоположность чистой конкуренции в монополистической этот признак является одним из основных. Фирмы в условиях чистой конкуренции производят стандартизированную продукцию; производители в условиях монополистической конкуренции выпускают разновидности данного продукта. При этом дифференциация продукта может принимать различные формы. Продукция фирм может различаться по своим физическим или качественным параметрам. Различия включают материалы, дизайн, качество. Продукция фирм может различаться на основе размещения и доступности. Например, небольшие продовольственные магазины успешно конкурируют с супермаркетами, несмотря на то, что последние имеют намного более широкий ассортимент товаров. Владельцы маленьких магазинов стараются располагать их вблизи от покупателей. Дифференциация продукта может также являться результатом различий, созданных посредством рекламы, упаковки, торговых марок.

Одним из важных значений дифференциации продукта является то, что, несмотря на наличие, относительно большого числа фирм, производители в условиях монополистической конкуренции обладают ограниченной степенью контроля над ценами на свою продукцию. Потребители готовы платить более высокую цену за их продукцию и отдают им предпочтение. Экономическое соперничество сосредотачивается не только на цене продукта, но также и на таких неценовых факторах, как качество продукта, реклама и условия, связанные с продажей продукта.

Основная особенность конкуренции во всех ее проявлениях состоит в столкновении интересов субъектов рынка. Причина этих столкновений обусловлена их соперничеством в борьбе за один и тот же сегмент рынка. Если спрос будет удовлетворен товарами одной фирмы, то остальные автоматически лишаются возможности реализовывать свою продукцию

Исторически сложилось несколько различных стратегий конкурентного поведения:

- виолентная стратегия, когда крупная фирма решает свои отношения с конкурентами с позиции силы. На ее стороне значительный объем производства, более высокая, чем у конкурентов, производительность труда, низкие издержки производства, доступные только гигантам научные исследования и широкое применение маркетинга. Все это обеспечивает фирме монопольное положение на рынке. Стратегия виолентов заключается в том, что, опираясь на свою мощь, они вытесняют конкурентов с занимаемого сегмента рынка. Такая стратегия бесспорного лидерства одной фирмы (иногда в окружении небольшого числа значительно уступающих ей по размеру конкурентов) характерна для отраслей массового производства товаров народного потребления;

- патиентная (нишевая) стратегия конкурентного поведения характерна для фирм, занимающихся узкой специализацией. Сегмент рынка патиента не требует большого объема производства. Издержки производства, как правило, выше, а выпускаемая продукция дороже. Сила этих фирм в удовлетворении особых запросов потребителей;

- коммутантная (соединительная) стратегия характерна для производственных предприятий средних размеров. Эти довольно неспециализированные предприятия лучше всего могут приспосабливаться к удовлетворению часто изменяющихся потребностей. Совпадение запросов потребителей и наличие возможности организовать производство необходимых товаров в значительных объемах создают основу для массового или специализированного производства. Создаваемые каждый раз для конкретного случая многочисленные мелкие предприятия выполняют роль связующего звена экономики. Они появляются там, где более крупные предприятия неэффективны или физически нет условий для индивидуального подхода к клиенту;

- эксплерентная (пионерская) стратегия связана с крайне рискованным, но баснословно выгодным в случае удачи революционным решением. Как правило, это связано с созданием новых или радикальным преобразованием старых сегментов рынка. Наблюдать пионерскую стратегию приходится не так часто из-за ее кратковременного характера.

Краткий обзор основных стратегий конкурентной борьбы показывает сложность сосуществования и взаимного дополнения компаний различного типа. В каждом случае действуют свои правила и игры. Вторгаясь в соседний сегмент рынка, конкуренты наталкиваются на ожесточенное сопротивление, и не всегда отработанные приемы конкурентной борьбы оказываются достаточно эффективными. История изобилует фактами, когда мощные компании, применяющие стратегию виоленты, терпели поражение при попытках заняться специализированным производством. Их главный козырь – эффективность массового выпуска товаров – не срабатывал на узком рынке, там, где патиент легко удовлетворял особые запросы покупателей. Опыт многих крупных компаний свидетельствует о малой эффективности попыток изготавливать все самой самостоятельно до последнего болта. Второстепенным деталям обычно уделяется мало внимания и они оказываются некачественными и дорогими. Мелкая фирма идеально приспособлена к решению подобных задач, к тому же она легко может быть заменена другим поставщиком, а значит, корпорации испытывают сильнейшую конкуренцию.

Все фирмы стремятся занять определенную рыночную нишу, так как ситуация, когда две или несколько фирм занимают одну рыночную нишу, крайне неустойчива. Конкуренция обязательно выбраковывает более слабого, если он не занимает особую рыночную нишу. Намечая направление своего развития, каждой фирме обязательно приходится решать две принципиальные задачи: во-первых, определить стратегию конкурентной борьбы и, во-вторых, подчинить все стороны своей деятельности тем правилам игры, которые диктует выбранная стратегия (8, С.179).

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее важным в производственной сфере для виолента является успешный выпуск массовой продукции, для коммутанта – приспособление к местным условиям, для эксплерента – выпуск перспективных в будущем товаров.

Конкуренция является необходимым и определяющим условием нормального функционирования рыночной экономики. Но как любое явление имеет свои плюсы и минусы. К положительным чертам можно отнести: активизацию инновационного процесса, гибкое приспособление к спросу, высокое качество продукции, высокую производительность труда, минимум издержек, реализацию принципом оплаты по количеству и качеству труда, возможность регулировки со стороны государства. К негативным последствиям - "победа" одних и "поражение" других, различие в условиях деятельности, что ведет к нечестным приемам, чрезмерная эксплуатация природных ресурсов, экологические нарушения и др.

Говоря о негативных методах ведения конкурентной борьбы необходимо

отметить, что все-таки пока есть конкуренция, будет существовать и промышленный шпионаж, т.е. эти два явления связаны между собой, нельзя, конечно, отрицать эффективность промышленного шпионажа, например, он оказывает значительное влияние на развитие военно-промышленного комплекса. И все же, несмотря на эффективность промышленного шпионажа, он не может заменить развития ни в отраслевых, государственных и глобальных масштабах, не может заменить научно-исследовательские работы, открытия, т.к. если все время пользоваться чужим, похищенным, то при этом теряется некоторый собственный потенциал развития, что в итоге ведет к регрессу. В целом же, конкуренция несет меньше негативных моментов, чем положительных: конкуренция - значительно меньшее зло, чем монополия, злоупотребляющая своим положением в экономике.

Конкуренция - определяющее условие поддержания динамизма в экономике, и в условиях конкуренции создается большее национальное богатство при меньшей стоимости каждого вида продукции по сравнению с монополией и плановой экономикой.

2. Монополии и современные виды монополизма

Проблемы монополизации хозяйственной жизни, конкуренция на товарных рынках привлекают сегодня пристальное внимание не только специалистов, но и широких слоев населения.

С начала 90-х годов эти проблемы остро стали перед Россией: без принятия твердых и последовательных мер против монополизма нельзя надеяться на успех экономической реформы и переход к рыночной экономике. Успех экономических преобразований в немалой степени зависит от взвешенной, выверенной системы регулирования государством монопольных процессов и конкурентных отношений. В нашей стране, промышленности которой в наследство от командно-административной системы бывшего СССР достался целый комплекс гигантов-монополистов, особенно важной становится проблема демонополизации экономики и недопущения усиления роли уже действующих на рынке монополий.

В конце XIX столетия рынок чуть ли не впервые за свою многовековую историю развития столкнулся со сложными проблемами. Возникла реальная угроза для функционирования конкуренции, этого необходимого атрибута рынка. На пути конкуренции возникли существенные препятствия в виде монополистических образований в экономике.

История монополии достигает глубокой древности. Монополистические тенденции в разных формах и в неодинаковой степени проявляются на всех этапах развития рыночных процессов и сопровождают их. Но их новейшая история начинается в последней трети XIX столетия, особенно во время экономического кризиса 1873г. Взаимосвязанность явлений кризисов и монополий указывает на одну из причин монополизации, а именно: попытку многих фирм найти спасение кризисных потрясений в монополистической практике. Не случайно монополии в тогдашней экономической литературе получили название "детей кризиса".

Что представляют собой монополистические образования? Если обратить внимание на промышленное производство, то это отдельные крупные предприятия, объединения предприятий, хозяйственные товарищества, которые производят значительное количество продукции определенного вида, благодаря чему занимают доминирующее положение на рынке; получают возможности влиять на процесс ценообразования, добиваясь выгодных цен; получают более высокие (монопольные) прибыли.

Следовательно, главным признаком монопольного образования (монополии) является занятие монопольного положения. Последнее определяется как доминирующее положение предпринимателя, которое дает ему возможность самостоятельно или вместе с другими предпринимателями ограничивать конкуренцию на рынке определенного товара.

Монопольное положение является желанным для каждого предпринимателя или предприятия. Оно позволяет им избежать целый ряд проблем и рисков, связанных с конкуренцией, занять привилегированную позицию на рынке, концентрируя в своих руках определенную хозяйственную власть, они имеют возможность с позиций силы влиять на других участников рынка, навязывать им свои условия. Можно считать, что они навязывают свои контрагентам, а иногда и обществу свои личные интересы (3, С.254).

Конкуренции в конце прошлого столетия нанесен значительный удар со стороны монополий. Стремительная монополизация хозяйственной жизни спровоцировала сворачивание и модификацию конкурентных отношений, возникла угроза существования конкуренции как таковой. Однако общество быстро оценило пагубность такой ситуации и своими решительными действиями не допустило перехода ее состояния в критическое положение.

Современная рыночная экономика характеризуется сосуществованием, переплетением конкуренции и монополии. Очень важной является проблема их соотношения. Можно вести речь о диалектическом единстве монополии и конкуренции. К. Маркс говорил: "В практической жизни мы находим не только конкуренцию, монополию и их антагонизм, но также и их синтез, который является не формулой, а движением. Монополия создает конкуренцию, конкуренция создает монополию. Синтез заключается в том, что монополия может удержаться благодаря тому, что она постоянно вступает в конкурентную борьбу. В таких условиях конкуренция перестает быть единым регулятором производства.

Современный хозяйственный механизм представляет собой объединение стихийного рыночного регулирования с сознательным управлением со стороны монополий и государства. Одну из его основ составляет конкуренция, но в современных условиях это преимущественно несовершенная конкуренция.

Таким образом, можно сделать вывод, что сегодня действует качественно новая конкуренция, которая отражает новую структуру рынка, его монопольный характер. Традиционную модель рынка называют монополией («моно» - единственный и «полист» - продавец). В этом случае одна фирма является производителем продукта.

Характерные черты монополии следующие. Если одна фирма является единственным производителем и единственным поставщиком, то она приобретает качество отрасли. Ее продукция уникальная, не имеет заменителей, и покупатель вынужден обращаться только к ней. Это позволяет фирме осуществлять контроль над ценой и воздействовать на общий объем предложения. Переход других производителей в свою отрасль фирма блокирует. Барьеры могут быть экономическими, юридическими, техническими. Реальными барьерами, препятствующими вхождению в отрасль, считаются следующие: эффект масштаба, исключительные права и собственность на важнейшие виды сырья. В некоторых странах правите5льство предоставляет фирме статус единственного продавца товаров и услуг, но взамен на эти привилегии оно сохраняет за собой право регулировать деятельность таких монополий, чтобы исключить ущерб, который они могут принести немонополизированным отраслям и населению (6, С.177).

Кроме этих барьеров, препятствующих вступлению в отрасль, монополии могут использовать физическое устранение конкурента, давление на банки с целью воспрепятствовать получению конкурентам кредита, переманивание ведущих специалистов фирм-конкурентов и прочие способы.

Основным инструментом для установления своего господства монополии используют цену. Различают три вида монопольных цен: монопольно высокие, по которым монополии продают свою продукцию потребителям; монопольно низкие, по которым монополии закупают сырье и комплектующие детали у поставщиков; дискриминационные цены, которые монополии устанавливают на различных рынках применительно к различным группам покупателей по вариантам товаров и услуг, а также по территориальному ми временному признаку.

Монополия как тип экономического поведения на рынке имеет положительные и отрицательные стороны. С одной стороны, крупное производство дает возможность снижать издержки производства и в целом экономить ресурсы; оно меньше подвержено банкротству, а значит, сдерживает рост безработицы, имеет больше возможностей для проведения научно-исследовательских работ и т.д. иногда государство заинтересованно в существовании некоторых монополий (например, Газпром) при условии регулирования их деятельности. Такие монополии носят название естественных.

С другой стороны, в рыночной экономике монополия является препятствием свободной конкуренции, что не способствует снижению цен, повышению качества продукции и т.д. и в конечном итоге ведет к снижению жизненного уровня населения.

Довольно часто субъекты рынка применяют ценовую и неценовую конкуренцию. Ценовая конкуренция выражается посредством изменения цен на товары. Фирмы-продавцы снижают или увеличивают цену, анализируя кривую спроса на конкретном рынке. Основное условие ведения успешной конкурентной борьбы с помощью цен – это постоянное совершенствование производства и снижение себестоимости продукции. Выигрывает тот предприниматель, который располагает реальными шансами снижения издержек производства.

Механизм ценовой конкуренции действует следующим образом. Фирма-производитель устанавливает на свою продукцию цены ниже рыночных. Конкуренты, не имеющие возможности последовать той же инициативе, не могут удержаться на рынке и уходят с него или разоряются. Так что на выигрыш может рассчитывать только та фирма, которая имеет действительно сильное положение на рынке по сравнению с конкурентами (6, С.190). Если же конкурирующие фирмы находятся в примерно равных условиях, то «ценовая война» не просто расточительна, но и бессмысленна.

При неценовой конкуренции роль цены нисколько не уменьшается, однако на первый план выходят уникальные свойства продукта, его техническая надежность, высокое качество. Именно это, а не снижение цены позволяет привлечь новых покупателей и повысить конкурентоспособность товара.

В современных условиях сохранились следующие типы монополий.

Первый тип монополизма является результатом конкурентной борьбы. В основе лежит конкуренция и централизация производства и капитала. Монополии такого типа являются результатом развития производственных сил в условиях рыночного механизма хозяйствования. Такой вид монополизма проявляется чаще всего в банковском или страховом деле, его особенность состоит в самовозрастании денежного капитала, что ведет к замедлению внедрения результатов научно-технического прогресса и общему экономическому застою. Этот тип монополий обычно регулируются государством.

Второй тип представлен олигополиями, власть которых над рынком носит особый характер. Олигополия различается по отраслевому признаку. Применяемая технология позволяет такому, как правило, крупному предприятию достичь монопольного положения, концентрировать в своих руках материальные и людские ресурсы и на этой основе максимизировать прибыль, добиться монопольного положения в отрасли.

Третий тип монополий связан с применением товаров, на которые утверждены торговые марки. Коммерческий успех попадает в зависимость не только от цен на товары и их потребительское качество, но и от того, сумеет ли производитель поставить товар в монопольное положение на рынке.

Четвертый тип монополий представляют предприятия, применяющие те или иные достижения НТП. Монополии такого типа носят временный характер. Вмешательство государства в деятельность таких предприятий минимально и ограничивается введением правовых норм, способствующим более свободному обмену научно-технической информации.

Пятый тип представлен естественными монополиями, которые занимаются выпуском и продажей ценных государственных бумаг и денежных знаков. На этих рынках государству как монополисту противостоят другие субъекты экономической системы государства, регулируя спрос и предложение денег. Естественные монополии могут иметь место на рынках тех товаров и услуг, неэластичность спроса на которые составляют неотъемлемые элементы потребительского набора, например снабжение населения потребительскими товарами, особенно связанными с использованием последних достижений научно-технического прогресса.

Шестой тип характерен для стран, в которых господствующим является административно-командный метод управления народными хозяйством. Такой тип монополий наносит тяжелый урон экономике станы по следующим причинам:

- монополии незамедлительно проникают во все сферы народного хозяйства;

- все сектора экономики имеют высокий уровень монополизации.

Так, например, в России монополиями контролируется 90% сбыта и производства продукции.

Государственный монополизм возникает одновременно с административно-командным управлением отраслями народного хозяйства. Такие монополии просто не воспринимают государственное регулирование и не ощущают конкуренции со стороны предпринимателей. При монополизации экономики цены на товары и услуги утрачивают рыночную гибкость, слабо реагируют на изменения спроса и предложения, в результате чего остро ощущается дезориентация инвестиционных потоков. В связи с этим расширяется список товаров неэластичного спроса, что ведет к усилению монополизации производства.

Судя по опыту развитых стран, правительствам приходится проводить демонополизацию экономики по двум направлениям:

- либерализация рынков (снижение таможенных пошлин, отмена квот и других количественных ограничений на ввозимые или вывозимые товары) и поступление на рынок иностранных товаров;

- государственный контроль над процессом централизации капитала, сопровождаемый финансовыми санкциями согласно антимонополистическому законодательству.

Подводя итоги, можно охарактеризовать антимонопольное законодательство и антимонольную политику как необходимые атрибуты структурных преобразований во всех сферах экономики страны. На данном этапе проблема монополизации и недобросовестной конкуренции перестает быть чисто экономической, она все больше становится политической и общественной. Бесспорно, в некоторых случаях (но лишь в малой толике от их общего количества) существование монополии является оправданным и необходимым, но за этими процессами должен осуществляться жесткий контроль со стороны государства по недопущению злоупотребления своим монопольным положением.

Решающую роль в создании на рынке благоприятной конкурентной среды

играют антимонопольное законодательство и деятельность антимонопольных органов, правильное поведение которых способствует стабилизации всей экономики в целом.

В данном направлении нужно обратить особое внимание на более чем вековой опыт антимонопольного законодательства и на антимонопольную практику других развитых стран. Но здесь возникает еще одна проблема, заключающаяся в том, что десятилетиями складывающаяся отраслевая монополия не может быть быстро заменена свободным и самоорганизующимся рынком, ведь утверждение конкурентных отношений, не единовременная моментальная акция, а процесс длительный, сложный, а для немалого же числа предприятий - гибельный. Выжить смогут лишь те предприятия, которые обеспечат более высокое качество товара, относительно более низкие цены и быструю сменяемость ассортимента.

3. Государственное регулирование хозяйственной деятельности монополий, его особенности в России

История развития монополий является одновременно и историей борьбы с

ними. Негативные результаты монополизации проявляются сразу, и это особенно ощущают широкие слои населения. Вокруг монополий формируется негативное общественное мнение, которое требует государственной защиты потребителей от деятельности монополистов, ограничения деятельности других.

Накопленный опыт и научные обобщения помогли обществу понять все "плюсы" и "минусы" монополий, выработать по отношению к ним определенную политику, которая получила название монопольной (3, С.160). Антимонопольная политика и антимонопольное законодательство не имеют целью запрещение или ликвидацию монопольных образований. В обществе сложилось понимание того, что монополия как фактор роста прибыли не может быть уничтожена. Поэтому реальное задание антимонопольной политики заключается в том, чтобы поставить деятельность монополии на государственный контроль, исключить возможность злоупотребления монопольным положением. К. Маркс еще в середине прошлого столетия пришел к выводу, что появление монополий требует государственного вмешательства.

Главная цель этого вмешательства заключается в защите и сохранении свободной конкуренции, которой угрожают монопольные тенденции. Конкретно можно сформулировать такие цели: ограничение монополий, поддержка и содействие малому бизнесу, защита прав потребителя.

Существуют две основные формы борьбы с монополиями:

1) предупреждение создания монополий;

2) ограничение использования монопольной власти.

Для проведения антимонопольной политики государство создает антимонопольные службы, основной задачей которых является контроль монополистических тенденций в стране. Антимонопольные службы не являются частью законодательной власти, но их компетенция позволяет им выполнять совещательную функцию. Подобные организации не имеют права действовать авторитарными методами, например, закрывать предприятия. Но они могут заставить предприятие, доминирующее на рынке, возобновить поставку продукции тому получателю, которому в этих поставках было противозаконно отказано. Все их решения обязательны для исполнения. В противном случае накладываются денежные штрафы, предусмотренные законодательством за нарушение антимонопольного закона. При этом необходимо отметить, что все решения антимонопольной службы должны подлежать проверке государственными судами.

Кроме осуществления процесса демонополизации антимонопольная служба призвана бороться со злоупотреблениями. Такая борьба может быть эффективной только при активном участии потребителей. Поэтому широкие массы населения должны понимать практическое значение антимонопольной политики в повседневной жизни. Помочь в этом должна, прежде всего, пресса и другие средства массовой информации. Прессе должно предоставляться право на соответствующее сообщение, но лишь в объективной и честной форме, без какой-либо дискредитации. Каждая антимонопольная служба должна иметь сотрудника для связи с прессой, который сообщает о деятельности службы и комментирует ее.

Может ли антимонопольная политика государства нанести вред экономике своей страны? Да, может, если она, без учета экономических взаимосвязей и без скрупулезной оценки той или иной проблемы, запрещает укрупнение фирм, которое было бы полезно и предоставило бы лучшие шансы в конкурентной борьбе с отечественными или зарубежными конкурентами. Очень важно, чтобы проведение антимонопольной политики завоевало доверие и поддержку населения, чтобы люди знали, что они могут обратиться в антимонопольные службы со своими проблемами. Необходимо убедить людей,

что свободная конкуренция является добром для всех.

Во всех промышленно развитых странах в настоящее время осуществляется правовое регулирование (как правило, в рамках торгового права) процесса концентрации капитала и конкуренции в целях смягчения экономических и социальных последствий монополистической практики.

Разработка и принятие антимонопольного законодательства - одно из самых важных средств такого государственного регулирования экономики. В современный период главная особенность этого законодательства состоит в том, что оно направлено на защиту так называемой олигополии как рыночного механизма. При этом под олигополией понимается такая организация отрасли (или локального рынка), при которой ограниченное число крупных производителей выпускают значительную или преобладающую часть отраслевой продукции и благодаря этому они способны либо осуществлять самостоятельную монопольную политику, либо вступать в монопольный сговор относительно единой рыночной политики (3, С.127). Важнейшая черта олигополистического рынка - взаимодействие конкурентных и монопольных сил. Следует отметить, что антимонопольное законодательство не является первой попыткой в истории развития регулируемой конкуренции.

Впервые регулирование конкурентных отношений возникло в середине ХIХ века в рамках законодательства о пресечении недобросовестной конкуренции, когда назрела необходимость в правовом регулировании методов и средств ведения конкуренции с тем, чтобы уберечь от дезорганизации товарно-денежные отношения.

Возвращаясь к генезису антимонопольного законодательства, необходимо

отметить, что исторически сложилось два типа антимонопольных законов. Первый из них предусматривает формальное запрещение монополии, второй строится на принципе контроля за монополистическими объединениями и ограничения их злоупотреблений. Речь идет об антитрестовском законодательстве США и европейской системе антимонопольного законодательства, которая предусматривает контроль за монополистическими объединениями в целях недопущения их злоупотреблений своим господствующим положением на рынке.

Нарастающая концентрация производства во второй половине ХIХ в. привела к росту монополий во всех странах и их существенному влиянию на экономику. Такие процессы вызвали негативную реакцию со стороны всех слоев общества. Правительства различных стран, опасаясь усиления кризисных явлений, были вынуждены усиливать давление на деятельность монополий законодательными методами. Хотя конкретный характер и содержание антимонопольного законодательства в различных странах можно выделить характерные для всех стран основы этого законодательства:

- охрана и поощрение конкуренции;

- контроль над фирмами, занимающими господствующее положение на рынке;

- защита интересов потребителей;

- сохранение конкурентной среды на рынке;

- защита интересов и содействие развитию среднего и мелкого бизнеса.

Антимонопольное законодательство в первую очередь запрещает соглашение по ценам между крупными фирмами. Законом также преследуется демпинговая практика продаж, когда фирма умышленно устанавливает более низкие цены, с тем чтобы вытеснить из отрасли конкурентов.

В Западной Европе, которая сегодня практически полностью экономически объединена в рамках Европейского сообщества, антимонопольное регулирование устанавливается Комиссией европейских сообществ, специальный комиссар которой рассматривает и утверждает все крупные соглашения о слиянии и образовании картелей. Соглашения поощряются, если они связаны с ускорением НТП и улучшением конкурентных условий деятельности европейских фирм.

В Российской Федерации начало регулирования антимонопольной деятельности относится к марту 1991г., когда был принят Закон РСФСР от 22.03.91 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».

Монополистическая структура экономика России, которая в научной литературе часто обозначается как государственный монополизм, складывалась под воздействием следующих основных факторов:

- наличие административно-командной системы управления, что проявлялось в директивном управлении, централизации большой части доходов, устойчивый и массовый дефицит, многократно обостряющий конкуренцию потребителей и превращающий всех производителей в монополистов. Монополия, возникшая из дефицита, может сама его, и воспроизводить, так как фирма-монополист не заинтересована в полном удовлетворении потребительского спроса;

- концентрация и специализация производства. В конце 1980-х гг. в руках государства было сосредоточено около 85% массы основных средств производства. Более 90% продукции машиностроения производилось на предприятиях, на которых было занято свыше 1 тыс. рабочих. Чрезвычайно высокая степень концентрации производства и сейчас наблюдается практически во всех отраслях экономики России. Концентрация производства дополняется узкой предметной специализацией производства, которая просто несовместима с конкурентной борьбой и, более того, порождает зависимость потребителей от поставщиков-монополистов.

Серьезное изучение путей и методов борьбы с монополизмом в нашей стране началось относительно недавно. Обсуждаются два варианта антимонопольной политики. Первый из них предусматривает, что демонополизация производства должна в значительной мере предшествовать переходу к рынку, т.е. заблаговременно должны создаваться предпосылки конкурентного, а не монополистического рынка. Второй вариант – это путь борьбы с монополизмом в процессе перехода к рыночным отношениям. Центральное место здесь занимают методы рыночного саморегулирования и косвенного регулирования: создание возможностей для протекания в экономике процессов, способствующих демонополизации, что потребовало принятия ряда законов для определения организационных и правовых основ предупреждения, ограничения и пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, а также для обеспечения условий создания и эффективного функционирования товарных рынков. Закон дает определение таких понятий, как «товар», «рынок», «хозяйствующий субъект», «конкуренция», «доминирующее положение», «монополистическая деятельность».

Согласно закону фирма может занимать «доминирующее положение», если ее доля на рынке превышает 35% - величину, устанавливаемую ежегодно Государственным комитетом по антимонопольной политике (ГКАП).

Любое предприятие представляет собой торговую или промышленную структуру, пользующуюся правом юридического лица, позволяющую отличить одно предприятие от другого.

Таким образом, главным действующим лицом современной экономики является предприятие, существующее в виде акционерных компаний, связанных друг с другом так называемой системой участия.

Система участия представляет собой целый ряд многоступенчатого подчинения одних предприятий другим путем соучастия в их акционерном капитале. Головная компания скупает контрольные пакеты акций других компаний – дочерних, которые в свою очередь скупают акции еще нижестоящих компаний и т.д. Последовательное применение такой системы приводит к тому, что головное общество осуществляет контроль над расширяющейся пирамидой компаний и распоряжается капиталами, которые во много раз превосходят ее собственные. Дочерние предприятия в правовом отношении являются самостоятельными единицами, однако большинство финансовых операций регламентируются головной компанией. Вся совокупность подобных компаний: материнских, дочерних и т.д. – получила название корпорации.

В современных корпорациях роль материнской компании, как правило, выполняют финансовые общества – холдинг-компании, основной деятельностью которых является постоянное приобретение акционерного капитала других фирм, управление контрольными пакетами акций. Путем сосредоточения в своих руках контрольных пакетов акций эти специфические фирмы выступают в качестве главной финансовой и управленческой службы, которая направляет, оказывает услуги и помощь зависимым компаниям, которые обладают относительной самостоятельностью. Холдинг обеспечивает их финансовую поддержку, определяет стратегию инвестиций, координирует направление развития в соответствии с заданными задачами и целями головного общества.

Участие холдинг-компании в капитале других фирм приводит к дальнейшему усложнению системы участия. Ведущие компании не только имеют акции других компаний, но и вынуждают последние закупать свои собственные ценные бумаги. Таким образом, зависимая фирма превращается в общество, принимающая участие в акционерном капитале основной компании (6, С.187). Такая система усложняется еще и тем, что материнские компании приобретают акции не только дочерних, но и внучатых, правнучатых и т.п. компаний. В свою очередь последние покупают акции ведущего общества.

С развитием системы участия холдинг-компании по своим функциям и характеру все больше сближаются с финансовыми институтами. Они принимают участие в эмиссии ценных бумаг, открывают счета, концентрируют свободные денежные средства, кредитуют одни фирмы за счет других, предоставляют гарантии для получения кредитов и т.д. Эти отношения настолько осложняются, что нередко эксперты, занимающиеся расследованием деятельности корпораций, заявляют о невозможности разобраться в запутанной структуре холдинг-компаний.

Как правило, структура современной корпорации включает в себя:

- «чистый холдинг» - держатель акционерных портфелей, осуществляющий общее финансовое руководство;

- субхолдинги – холдинги, подчиненные головной фирме;

- смешанные холдинг –производственно-финансовые группы, осуществляющие не только финансовый контроль, но и собственную производственную деятельность;

- акционерные компании, занятые непосредственно производственно-сбытовой деятельностью.

Особенность современного холдинга – формирование многоотраслевой структуры. А сам процесс формирования получил название диверсификации. Диверсификация привела к образованию концернов и конгломератов.

Концерн – это союз, в который объединяются как отдельные предприятия, так и их объединения различных отраслей производства и непроизводственной сферы на основе общей финансовой зависимости от головной компании. Конгломерат – крупные объединения разнородных фирм и производств, не связанных ни технологией, ни рынком и не имеющих профилирующей специализации (6, С.195). В новой обстановке они оказались наименее жизнеспособными.

Главным действующим лицом современной экономики является диверсификационный концерн. Целью деятельности такого концерна может быть:

- перемещение капитала из менее перспективных отраслей промышленности;

- выравнивание определенных отраслевых колебаний и риска.

Основные тенденции развития концернов на современном этапе:

- децентрализация руководства за счет создания подразделений компании;

- расширение крупными компаниями контрактных отношений с мелкими и средними фирмами;

- концентрация усилий на получение высокорентабельных товаров, которые исторически формировали производственный профиль компаний;

- создание внутренних венчурных предприятий.

Если особенностью современного периода стал диверсификационный концерн, объединяющий огромные капиталы фирм-участников, то еще одной особенностью крупного концерна является вывоз предпринимательского капитала за границу, что привело к образованию международных компаний. Международные компании подразделяются на:

- транснациональные компании (ТНК);

- многонациональные компании (МНК).

Основные тенденции развития ТНК:

- тесное научно-техническое сотрудничество в области передовой технологии и обмен информацией между ТНК, что характеризует углубление связей;

- создание большого числа совместных предприятий в рамках ТНК.

Подводя итоги, можно охарактеризовать антимонопольное законодательство и антимонольную политику как необходимые атрибуты структурных преобразований во всех сферах экономики страны. На данном этапе проблема монополизации и недобросовестной конкуренции перестает быть чисто экономической - она все больше становится политической и общественной. Решающую роль в создании на рынке благоприятной конкурентной среды играют антимонопольное законодательство и деятельность антимонопольных органов, правильное поведение которых способствует стабилизации всей экономики в целом.

Заключение

Итак, конкуренция является необходимым и определяющим условием нормального функционирования рыночной экономики. Но как любое явление имеет свои плюсы и минусы.

К положительным чертам можно отнести: активизацию инновационного процесса, гибкое приспособление к спросу, высокое качество продукции, высокую производительность труда, минимум издержек, реализацию принципом оплаты по количеству и качеству труда, возможность регулировки со стороны государства.

К негативным последствиям - победа одних и поражение других, различие в условиях деятельности, что ведет к нечестным приемам, чрезмерная эксплуатация природных ресурсов, экологические нарушения и др.

Как было показано чрезмерная монополизация, появление конкурентной борьбы между монополиями, без соответствующего контроля со стороны государства может привести к созданию так сказать "государства в государстве", чем в принципе и являются ТНК.

Монополизм приводит к замедлению научно-технического прогресса, консервирует низкое качество продукции, делают эту продукцию неконкурентоспособной на мировом рынке, утрачиваются стимулы нахождения более эффективных решений функционирования в экономике и др.

Говоря о негативных методах ведения конкурентной борьбы необходимо отметить, что все-таки пока есть конкуренция, будет существовать и промышленный шпионаж, т.е. эти два явления связаны между собой, нельзя, конечно, отрицать эффективность промышленного шпионажа, например, он, оказывает значительное влияние на развитие военно-промышленного комплекса.

И все же, несмотря на эффективность промышленного шпионажа, он не может заменить развития ни в отраслевых, государственных и глобальных масштабах, не может заменить научно-исследовательские работы, открытия, т.к. если все время пользоваться чужим, похищенным, то при этом теряется некоторый собственный потенциал развития, что в итоге ведет к регрессу.

В целом же, конкуренция несет меньше негативных моментов, чем положительных; конкуренция - значительно меньшее зло, чем монополия, злоупотребляющая своим положением в экономике. Конкуренция - определяющее условие поддержания динамизма в экономике, и в условиях конкуренции создается большее национальное богатство при меньшей стоимости каждого вида продукции по сравнению с монополией и плановой экономикой.

Список использованной литературы

Нормативно-правовая:

1. Гражданский кодекс РФ Части I и II.

Специальная:

2. История экономических учений / Под ред. В. Антонова и др.: Учеб. Пособие. М., 2004.

2. Социальная политика: Учебник. М.: Изд-во РАГС, 2004.

4. Микроэкономика. Учебник. Под ред. Л.С. Тарасевича. М.: Юрайт-Издайт, 2004.- 595с.

5. Макроэкономика. Учебник. Под ред. А. И. Леусского. М.: Юрайт-Издайт, 2004.- 435с.

6. Экономическая теория современной России. Учебник / Под ред. Ю.Н. Гаврильца. М., 2002.

7. Экономическая теория. Учебник / Под ред. В.Д. Камаева, Е.Н. Лобачевой.- М.: Юрайт-Издайт, 2005.- 577с.

8. Экономика. Учебник / Под ред. Е.Н. Лобачевой. М., 2003.

9. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Учебник. М., 2004.

1. Финансовый менеджмент: теория и практика./Под ред. Е.С.Стояновой. – М.: Перспектива, 2006. – 478с.
2. Селезнева, Н., Ионова, А Финансовый анализ. Управление финансами: Учебное пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп – М: Юнити-Дана, 2006. – 639 с.