* **Введение**

Предметом исследования курсовой является:

* раскрытие специфики поведения рыночных субъектов рыночной экономики в условиях монополизации.
* раскрытие сути производственных отношений, проявляющихся в эпоху монополизации рыночной экономики

Целью исследования курсовой является:

* раскрытие сущности и роли монополий в рыночной экономики

Исходя из поставленных целей можно сформулировать следующие задачи:

1. раскрыть сущность монополий
2. раскрыть форму монополий
3. раскрыть роль монополий
4. раскрыть необходимость, формы и методы антимонопольной политики

Возникновение монополий – исторически неизбежный экономический процесс, обусловленный развитием концентрации производства и научно-техническим прогрессом. Поэтому необходимо понять, что, несмотря на те негативные явления, которые появляются с возникновением монополий и против которых направлены антимонопольные законы во многих странах, монополии прочно вошли в экономику отдельных стран и мира в целом.

Проблемы монополизации хозяйственной жизни, конкуренция на товарных рынках привлекают сегодня пристальное внимание не только специалистов, но и широких слоев населения. Отношения общественности и государства к различным формам монополий всегда двойственно вследствие противоречивой роли монополий в экономике. Монополии ограничивают выпуск продукции и устанавливают более высокие цены в силу своего монопольного положения на рынке, что вызывает нерациональное распределение ресурсов и обуславливает усиление неравенства доходов. Монополия снижает жизненный уровень населения. Не всегда фирмы – монополисты используют в полной мере свои возможности для обеспечения научно-технического прогресса (НТП). Монополии не имеют достаточных стимулов для повышения эффективности за счет НТП, так как нет конкуренции.

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.

Объект исследования данной работы – монополия. Монополии – это крупные хозяйственные объеди­нения (картели, синдикаты, тресты, концерны и так далее), находящиеся в частной собст­венности (индивидуальной, групповой или акционерной) и осуществляющие контроль над отраслями, рынками и экономикой на основе высокой степени концентрации производства и капитала с целью установления монопольных цен и извлечения монопольных прибылей. Господство в экономике служит основой того влияния, которое монополия оказывает на все сферы жизни страны.

Изучение монопольных рынков актуально для принятия экономических решений по разным вопросам.

 Данной проблеме посвятили свои работы такие известные экономисты как: К. Маркс, Ф. Энгельс, В.И. Ленин, Чемберлен, С.Фишер, А.Г. Грязновой.

**1. Монополии: сущность, виды**

На современном рынке часто встречается ситуация, когда одна фирма полностью контролирует предложение одного товара, поскольку для покупателя не существует более или менее близкого, взаимозаменяемого с ним товара.

Монополия – (от греч. mono – один, poleo – продаю) исключительное право в опре­делённой области государства, организации, фирмы. Обращаясь к монополии как к виду экономической структуры рынка, ее следует рассматривать как определенный тип экономических отношений, который дает возможность одному из участников этих отношений диктовать свои условия на рынке определенного товара.

Как экономическое явление монополии были известны давно. Они существовали и в древнем мире, и при феодализме, причем выражали обладание каким-либо исключительным экономическим преимуществом в данной системе хозяйствования. Но в те времена они были не типичным явлением, а просто исключением. С конца XIX столетия они получили широкое распространение. С появлением монополий конкурентная борьба ведется между монополиями и аутсайдерами (предприятиями, не входящими в монополистические объединения), а также внутри монополий.

В данной главе мы рассмотрим основные черты монополии, её формы и виды, а также попытаемся провести сравнение двух, на первый взгляд взаимоисключающих понятий, - «монополия» и «конкуренция».

**1.1. Сущность монополий**

Монополия представляет собой сложное, многоплановое явление, поэтому при ее определении целесообразно применять комплексный подход. Как правило, используется троякое определение монополии, а именно монополия определяется как:

* такая рыночная структура или рыночная ситуация, когда имеется только один продавец какого-либо товара (при отсутствии заменителей этого товара) и множество покупателей (не случайно «монополия» в переводе с греческого дословно означает «один продаю»);
* исключительное право на осуществление какого-либо вида деятельности, предоставляемое только определенному лицу, группе лиц, государству;
* крупная компания, корпорация, объединяющая несколько компаний и достигающая благодаря этому положения на рынке определенного товара или группы товаров, когда рынок имеет только одного продавца и множество покупателей.

***Монополия как тип структуры рынка обладает следующими особенностями:***

* на рынке присутствует только одна фирма и множество покупателей её продукции;
* нет товаров, могущих служить конкурентами тем, которые предлагает эта фирма;
* полный контроль монополиста над ценой товара и объемом продаж;
* наличие определенных преград для вхождения на рынок других фирм.

Доминирование на рынке дает возможность устанавливать монопольные цены и получать монопольную прибыль. По монопольно высоким ценам монополии реализуют свои товары, а по монопольно низким покупают средства производства.

Предприятие может выпускать как один вид продукции, так и много ее видов, но в любом случае оно будет считаться занимающим монопольное положение только по тому виду продукции, для которого полностью отсутствуют производители-конкуренты.

Поскольку фирма-монополист, так же как и любая другая фирма, стремится к получению высокой прибыли, в ходе принятия решения о цене продажи она учитывает рыночный спрос и свои издержки. Так как монополист сам определяет рыночную цену, он не может осознанно вести себя как совершенный конкурент и принимать цену как неизменную. Вместо этого он принимает в качестве неизменной всю убывающую рыночную кривую спроса. Иными словами, монополист не подстраивается под условия равновесия, рождающиеся на рынке в результате взаимодействия спроса и предложения. Совсем наоборот, монополист формирует рыночное равновесие сам. Он делает это, выбирая то соотношение цены и величины производства, которое может принести ему наибольшую прибыль при его уровне затрат на производство.

В отличие от фирмы, которая находится в условиях совершенной конкуренции и для которой характерно равенство предельного дохода и цены, в случае монополии кривая цены совпадает с кривой рыночного спроса, а кривая предельного дохода лежит ниже нее. Это происходит потому, что поскольку монополист – единственный производитель продукции на рынке и представитель всей отрасли, он, снижая цену продукции для увеличения объемов продаж, вынужден снижать ее на все единицы продаваемых товаров, а не только на последующую.Поскольку монополист принимает решение об объеме производства, выравнивая предельный доход и предельные издержки, цена и количество произведенной продукции будут иными, чем в условиях конкуренции, а именно: он будет продавать продукцию по более высокой цене и производить ее в меньшем объеме, чем в условиях совершенной конкуренции.

Монопольная цена – особый вид рыночной цены, устанавливающейся под влиянием не только спроса и предложения, но и господства монополистов на рынке данного товара. Монопольная цена выше той, которая установилась бы при отсутствии монополии. Именно в цене реализуется выгода монопольного положения. Особенность монопольной цены заключается в том, что она сознательно отклоняется от реальной рыночной, которая устанавливается в результате взаимодействия спроса и предложения. Выгода монополиста обеспечивается за счет потребителя или мелкого производителя: первый переплачивает, а второй не получает надлежащей ему части продукта. Таким образом, монопольная цена являет собой определенную “дань”, которую общество вынуждено платить тем, кто занимает монопольное положение.

Монопольная цена осуществляет перераспределение продукта между хозяйственными субъектами, но такое перераспределение, которое основывается на внеэкономических факторах. Но сущность монопольной цены этим не исчерпывается она отражает и экономические преимущества крупного, высокотехнического производства, обеспечивая получения сверхизлишнего продукта.

***Структура монопольной цены может быть представлена формулой***:

Рm= С + Р1 + Р2 +Р3 , где:

С – издержки производства

Р1 – средняя прибыль, получаемая предпринимателями в условиях свободного перемещения капитала в результате действия межотраслевой конкуренции;

Р2 – обычная сверхприбыль, получаемая предпринимателями, которые осуществляют нововведения;

Р3 – монопольная сверхприбыль от использования (злоупотребления) монопольного положения.

Обычно монополистической силой обладают крупные фирмы или крупные, мощные компании.

Захватить рынок и стать на нем монополистом очень сложно, но удержать этот рынок в своих руках еще сложнее. Существует три типа барьеров, мешающих проникновению на монополизированные рынки новых конкурентов и изменению там ситуации к лучшему для покупателей:

1. ***Юридические барьеры.*** Самыми древними формами таких барьеров были монопольные права, которые присваивались себе по праву сильного правителями и которые со временем получили название государственных монополий. Юридические ограничения представлены в форме лицензии, авторского права, товарного знака, патента:
* *Лицензия* – это право фирмы на исключительное осуществление определенного вида деятельности на данном рынке.
* *Авторское право* контролирует продажу и распространение оригинального произведения в интересах его автора; оно действительно на протяжении всей жизни автора (и еще в течение 25 лет после его смерти в интересах его наследников).
* *Товарные знаки* – это специальные символы, позволяющие узнавать («идентифицировать») товар, услугу или фирму; конкурентам запрещается использовать зарегистрированные товарные знаки, подделывать их или применять похожие, путающие потребителя.
* *Патент* – свидетельство, удостоверяющее исключительные права автора на распоряжение созданным им благом (технологией); если фирма имеет патент на технологию производства какого-либо продукта, то это делает невозможным производство данного товара другими фирмами в течение срока действия патента.
1. ***Естественные барьеры.***В некоторых случаях рождение монополии оказывается практически неизбежным по сугубо объективным причинам. Барьеры, порождающие монополии естественны, т.е. закономерно присущи определенному рынку.
2. ***Экономические барьеры.*** Такие барьеры возводятся самими фирмами-монополистами или являются следствием неблагоприятной общеэкономической ситуации в стране.

**P, ден. ед.**

 MC

**PM**

####

#####

**PCK**

 D

 MR

**QCK**

**QM**

**0**

 **Q, ед.**

***Определение монопольной прибыли:***

D – спрос;

MR – предельный доход;

MC – предельные издержки

При оптимальном положительном объёме для монополии, позволяющим максимизировать прибыль при условии, что фирма не прекращает производство, предельный доход должен равняться предельным издержкам (MR=MC).

**1.2. Формы и виды монополий**

Монополия имеет различные формы: корнер, картель, синдикат, отраслевой холдинг, трест, концерн, консорциум, конгломерат.

***Корнер***– способ, придуманный немецкими купцами еще в XVI веке. Смысл этого метода прост: купцы или производители заключают тайное соглашение о скупке или временном изъятии с рынка какого-то товара, чтобы искусственно создать его дефицит и вызвать рост цен. После чего товар из запасов выбрасывается на рынок, и участники сговора получают повышенный доход.

Например, в 1931г. участники Международного оловянного картеля организовали корнер по олову. Они скупили огромное количество олова и создали на него ажиотажный спрос, вызвавший в свою очередь резкий рост цен. Добившись этого, участники корнера год спустя распродали свои запасы металла с огромной прибылью.

***Картель***– соглашение предприятий одной и той же отрасли об объемах продаж, ценах, рынках сбыта, распределении прибыли. Однако картельное соглашение не касалось производственной и тем более снабженческо-сбытовой деятельности предприятия. Регулирование такой монополией осуществляется обычно через квоты и определение областей сбыта. Типичным картелем является Организация стран экспортеров нефти (ОПЕК), включающая 14 стран, добывающих около 70% нефти. Она устанавливает не только единые цены на нефть, но и распределяет квоты на ее добычу.

***Синдикат*** обычно представлен объединением предприятий, характеризующимся тем, что распределение заказов, закупка сырья, реализация произведенной продукции осуществляются через единую сбытовую организацию. Участники синдиката производственно независимы друг от друга, но в коммерческом плане свободой действий не обладают. Организационно-правовая форма, в которой действуют синдикаты, - многогранна. Это может быть акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, полное товарищество и т.п.

***Отраслевой холдинг*** – метод, заключающийся в скупке контрольных пакетов акций конкурирующих фирм и установлении благодаря этому экономического контроля над ними с целью проведения единой монопольной политики продаж и цен.

Более сложные формы монополистических объединений возникают тогда, когда процесс монополизации распространяется и на сферу непосредственного производства. На этой основе появляется такая более высокая форма монополистических объединений как трест.

***Трест*** *– о*бъединение, в котором участники лишаются своей производственной и коммерческой самостоятельности. Руководство трестом осуществляется из специально созданного единого центра. Прибыль, получаемая по результатам хозяйственной деятельности данной организации, распределяется в соответствии с долевым участием входящих в него предприятий. При этом обычно различают одноотраслевой и комбинированный, многоотраслевой трест, когда объединение захватывает предприятия другой отрасли. Комбинированный трест, объединяющий предприятия разных отраслей, получает возможность извлекать дополнительную прибыль, во-первых, за счет использования побочных продуктов и отходов другой отрасли, во-вторых, за счет организации вертикального комбинирования, когда одно предприятие перерабатывает сырье, другое изготовляет из него детали, третье превращает их в товары и т.д. В современной хозяйственной жизни данная форма монопольной организации производства встречается крайне редко.

***Концерн*** – одна из сложных форм монополистических объединений*.* Как правило, в его состав входят предприятия различных отраслей промышленности, транспорта, торговли и банковской сферы. Такое объединение предпринимается для того, чтобы уменьшить межотраслевую конкуренцию путем единого, централизованного руководства производством, снабжением, реализацией товаров, планированием своих действий по внедрению новой техники и перспективной стратегии общих действий в будущем. Важной особенностью деятельности концерна является, с одной стороны, жесткий внутрифинансовый контроль, а с другой – хозяйственная самостоятельность фирм, отделений, филиалов и децентрализация управления по основным группам продукции и территориям. Его цель состоит в том, чтобы специализировать и интегрировать свои предприятия в единый экономический комплекс. Считается, что концерн – наиболее развитая форма объединения предприятий, основанная на общих интересах и осуществляемая посредством системы участий, финансовых связей, личных уний.

***Консорциум***– временный союз независимых в хозяйственном и коммерческом плане производителей, целью которых является выполнение каких-либо конкретных экономических проектов. Консорциум формируется на базе соглашения участников, в котором предусматривают долю каждого из них в затратах, а также формы участия организации проекта, иные условия современной деятельности. Участниками консорциума могут быть юридические и физические лица, частные и государственные организации, само государство. Возглавляет консорциум один из его членов, функции которого оговариваются в соглашении.

***Конгломерат*** *– с*лияние фирм, осуществляющие предпринимательскую деятельность в различных отраслях экономики. Для такой формы организации монополии характерен высокий уровень децентрализации управления, в рамках которого производственные подразделения обладают достаточно широкой автономией. Конгломерат – одна из современных форм монополистических объединений, возникших в США в начале 1960-х гг.

На рынке действуют в основном предпринимательские, государственные и естественные монополии.

***Предпринимательские монополии*** являются наиболее распространенными. Они возникают вследствие успешной конкуренции. К этому ведут два пути. Первый заключается в успешном развитии предприятия, постоянном увеличении его масштабов путем концентрации капитала. Второй (более быстрый) основывается на процессах централизации капиталов, то есть на добровольном объединении или поглощении победителями банкротов. Но, как правило, такой монополизм имеет временный характер. Рано или поздно приходится уступать место еще более удачливым конкурентам.

***Государственная монополия*** выражается, с одной стороны, в предоставлении отдельным фирмам исключительного права на выполнение определенного рода деятельности, например, производство спиртоводочных изделий, экспорт золота, пушнины. С другой стороны, это организационные структуры для государственных предприятий, когда они объединяются и подчиняются разным главкам, министерствам, ассоциациям. Здесь, как правило, группируются предприятия одной отрасли. Они выступают на рынке как один хозяйственный субъект и между ними не существует конкуренции.

Современная Россия сохраняет присутствие государства в стратегически важных для страны производствах. Доля государства в пакетах акций различных предприятий колеблется по отраслям, основным секторам экономики. Большинство компаний с участием государства относится к промышленности, транспорту, связи и НИОКР.

К ***естественным монополиям*** относят отрасли и предприятия, по отношению к которым развитие конкуренции невозможно, неэффективно и нецелесообразно. Они возникают в тех отраслях, где одна фирма или корпорация обслуживает весь рынок, например, когда она владеет единственными источниками полезных ископаемых или сырья. Также естественная монополия возникает в тех областях, где действует авторское право, ибо автор – монополист по закону.

Выделяет два типа естественных монополий:

* *природные монополии*. Рождение таких монополий происходит из-за барьеров для конкуренции, возведенных самой природой. Закон защищает права собственника, даже если он в итоге оказался монополистом (что не исключает регулирующего вмешательства государства в деятельность такого монополиста)
* *технико-экономические монополии*. Их возникновение продиктовано либо техническими, либо экономическими причинами, связанными с проявлением эффекта масштаба.

Крупными монополиями естественного типа в Российской Федерации являются компании «Газпром», РАО «ЕЭС России», МПС. Занимая всего 4% рабочих и служащих, эти три монополии дают 13,5% ВВП, 20,6 % инвестиций, 16,2% прибыли, 18,6% налоговых доходов консолидированного бюджета РФ. Особенно велика роль «Газпрома» вследствие его экспортного потенциала: добавленной стоимости он дает больше, чем РАО ЕЭС и МПС вместе взятые, занимая всего 300 тыс. работников, а прибыли и налогов – вдвое больше, чем они.

Существование естественных монополий объясняется особым эффектом, связанным с масштабом производства, - эффектом экономии ресурсов в результате укрупнения производства. Вследствие лучшей технической оснащенности и большей мощности крупного предприятия происходит повышение производительности труда, а значит, понижение издержек на единицу продукции. Это означает более эффективное использование ресурсов. Важен и макроэкономический аспект проблемы. Инфраструктурные сети, являющиеся естественными монополиями, обеспечивают взаимосвязь экономических субъектов и целостность национальной хозяйственной системы. Не даром говорят, что в современной России экономическое единство страны не в последнюю очередь определяется едиными железными дорогами, общим электро- и газоснабжением.

 Поэтому естественные монополии становятся желаемым явлением для общества, хотя монополистическая природа все равно вынуждает регулировать их деятельность.

**1.3. Монополия и конкуренция**

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».

Важнейшим фактором эффективного развития рыночной экономики страны является конкуренция. Конкуренция (позднелат. concurrentia – столкновение, от concurrere - сталкиваться) – состязание между экономическими субъектами, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке. Такое состязание неизбежно и порождается объективными условиями: полной хозяйственной обособленностью каждого производителя, его полной зависимостью от конъюнктуры рынка, противоборством со всеми другими товаровладельцами в борьбе за покупательский спрос. Рыночная борьба за выживание и экономическое процветание - экономический закон товарного хозяйства.

 Конкуренция служит основным регулирующим механизмом в рыночной экономике. «Это та сила, которая подчиняет производителей и поставщиков ресурсов диктату покупателя или суверенитету потребителя. При конкуренции именно решения многих продавцов и покупателей о предложении и спросе определяют рыночные цены».

Конкурентный рынок предусматривает наличие неограниченного числа продавцов, а также ситуацию, в которой каждый из них не имеет возможности влиять на цену. Здесь также существует свободный, беспрепятственный доступ хозяйственных объектов к любому виду деятельности, наглядная и доступная каждому информация о состоянии рынка и возможных альтернативах, здесь имеет место диктат потребителя над производством. Все это свидетельствует о господстве свободной конкуренции.

Здоровая, нормальная конкуренция достигается при равенстве субъектов рыночных отношений, понимаемым не только как равенство на рынке товаропроизводителей, но и как равенство в отношениях между всеми субъектами рынка: производителями и потребителями, производственными структурами и инфраструктурой рынка, государственными органами и структурами рыночной экономики.

Но небезопасность конкуренции подталкивает предпринимателей к попыткам уклониться от нее, а это возможно только при завоевании монопольного положения. Преимущества монопольного положения настолько притягательны, что стремление к монопольному захвату рынка, вытеснению конкурентов с целью получения монопольно высоких доходов является объективной реальностью.

Монополия — это понятие, противоположное конкуренции. Это хорошо видно на примере абстрактной категории «чистая монополия», которая характеризует ситуацию абсолютной монополизации рынка одной фирмой. Естественно, что это полярно противоположная ситуация, где для конкуренции совсем не остается места.

Монополия может стать причиной возникновения негативных явлений в рыночной экономике. По мнению Г.И. Рузавина, препятствуя конкуренции, изгоняя с рынка мелких и средних производителей, она не способствует оптимальному использованию ограниченных ресурсов общества. Вследствие этого рынок не получает необходимые товары, а производственный потенциал оказывается не полностью использованным. Все это приводит к расстройству рынка, нарушению его равновесия и регулирования. Особую опасность в этом отношении представляют монополии, которые защищены от конкуренции юридическими барьерами.

В монополизированной экономике цены утрачивают рыночную гибкость, слабо реагируют на колебания потребностей и спроса. Монополия заглушает импульсы, которые идут от спроса к производству, в результате чего происходит дезориентация инвестиционных потоков, а потребители надолго остаются наедине со своими потребностями, без необходимых им товаров и услуг.

Может показаться, что монополия и конкуренция совершенно несовместимы друг с другом. Ведь монополия способна устранить свободную конкуренцию, а конкуренция подрывает чье-либо господство на рынке.

Монополисту «легче жить», чем производителю в условиях совершенной конкуренции. Монопольная власть над ценами таит опасность пойти по «легкому пути», поскольку всегда сохраняется определенный запас прочности. «Большой бизнес» неизбежно имеет тенденцию к бюрократизации.

Если цены формируются в условиях совершенной конкуренции, они ставят в более выгодное положение те фирмы, которые распределяют ограниченные ресурсы лучше других и у которых поэтому затраты ниже рыночной цены. Если на рынке господствует монополия, то ситуация меняется. «Хозяин рынка» может навязать обществу объем продаж и уровень цен, обеспечивающий ему наибольшую выгоду даже в том случае, если он используют ресурсы не лучшим образом, а его затраты выше, чем у других. Тогда механизм цен перестает работать

В том случае, когда и монополия, и конкурентная отрасль сталкиваются с одинаковым спросом и одинаковыми условиями формирования издержек, то в условиях монополии выпуск ниже, а цена выше, чем в условиях конкуренции.

Монополия находится в сложной противоречивой взаимосвязи с конкуренцией. Уже тот факт, что производство и реализация какого-либо продукта захвачены монополистической группой крупных предпринимателей, получающих от этого большую выгоду, вызывает острое соперничество – стремление других бизнесменов получить тот же выигрыш. С другой стороны, если какой-то предприниматель стремиться победить своих соперников, то он добившись своей цели, начинает господствовать на рынке. Поэтому можно сделать вывод, что конкуренция порождает монополию, а монополия порождает конкуренцию.

Особого рассмотрения требует соотношение конкуренции и монополии в современной экономике. Конкуренцияпринадлежит к основным понятиям рынка, то есть к таким, без которых он не может функционировать. Можно сказать, что развитие рынка было одновременно и развитием конкурентных отношений.

Современная рыночная экономика характеризуется сосуществованием, переплетением конкуренции и монополии. Очень важной является проблема их соотношения. Можно вести речь о диалектическом единстве конкуренции и монополии. В таких условиях конкуренция перестает быть единым регулятором производства.

В современных условиях крупные капиталистические объединения не уничтожили конкуренцию, существуют вместе с ней, это обостряет соперничество.

В развитых капиталистических странах и развивающихся странах, достигших значительного индустриального уровня (Южная Корея, Сингапур, Гонконг и другие) имеет место внутриотраслевая конкуренция между монополиями, производящими однородную продукцию. В такую борьбу ввязываются сильные иностранные соперники. Конкуренция ведется и внутри каждой монополии, особенно при распределении прибыли. Особым фронтом столкновений является соперничество монополий с предприятиями, не входящими в монополистические объединения и ведущими тяжелое противоборство с ними за более выгодные условия изготовления и реализации товаров. В каждой стране монополии встречают в числе конкурентов иностранные компании, приникающие на внутренний рынок.

**2. Государственное регулирование деятельности монополий**

За свою историю человечество накопило немалый опыт столкновений с монополиями и убедилось, что они – экономическое зло. Появление монополии нарушает нормальную работу рыночных механизмов, а это вредно для интересов нации в целом. И потому большинство стран мира постепенно пришло к пониманию необходимости борьбы с монополией.

Монополизм – явление столь древнее и привычное для человечества, что, казалось бы, справиться с ним просто немыслимо. Более того, некоторые экономисты считали, что непобедимый монополизм, в конце концов просто разъест изнутри экономику рыночного типа и ее надо срочно заменять на плановое государственное хозяйство под названием «социализм». К. Маркс еще в середине прошлого столетия пришел к выводу, что появление монополий требует государственного вмешательства.

В данной главе мы рассмотрим основные этапы становления и главные принципы и проблемы антимонопольного законодательства и проанализируем главные направления борьбы с монополиями в современной рыночной экономике Российской Федерации.

**2.1. Антимонопольное законодательство**

Монополия сопряжена с целым букетом резко отрицательных последствий для экономики страны, такими как недопроизводство, завышенные цены неэффективное производство и т.д. В целях избежания подобных ситуаций во многих развитых странах, в том числе и в России, введено антимонопольное регулирование и есть специальный орган власти для надзора за его исполнением. Его главной задачей является сохранение баланса конкурентных и монопольных сил, ограничение крайних форм монополизма и развитие конкурентной рыночной среды. Оно направлено на демонополизацию производства и борьбу против недобросовестной конкуренции.

Антимонопольное регулирование настраивает на честную, цивилизованную конкуренцию, когда побеждают не с помощью сомнительных приемов, а низкой ценой, высоким качеством, предложением выгодных контрактов. Оно не ограничивается какими-то временными рамками. Поскольку современная экономика устроена так, что неизбежно порождает монополизм, постольку противодействие ему превращается в постоянную обязанность государства.

Система государственного регулирования экономикой, сформированная во всех индустриально развитых странах, в качестве обязательного элемента предусматривает создание благоприятных условий для развития конкурентной среды на рынке товаров и услуг. При этом одним из главных инструментов, ограничивающих монополистическую деятельность, основой, создающей гарантии для существования конкуренции, является антимонопольное законодательство.

Антимонопольное законодательство – это законы и другие правительственные акты, способствующие развитию конкуренции, направленные на ограничение и запрещение монополий, препятствующие создаю монопольных структур и объединений, монополистических действий.

По мнению Г.И. Рузавина, при разработке антимонопольного законодательства и других мероприятий, направленных на ограничение деятельности монополий, следует исходить из главной цели – способствовать расширению свободной конкуренции, сделать ее более совершенной. В этих целях необходимо:

* контролировать поведение монополий на рынке, добиваясь снижения высоких монопольных цен до уровня регулируемых, не допукать явного или тайного сговора по установлению цен, намного превышающих общественные издержки;
* запрещать объединение, слияние и поглощение крупными фирмами средних и небольших, чтобы обеспечить децентрализацию и эффективное использование ресурсов и общественного богатства.

Первые антимонопольные законы появились в США более 100 лет тому назад. В настоящее время антимонопольное законодательство является частью правовой системы многих стран.

Наиболее разработанным принято считать антимонопольное законодательство США, имеющее к тому же и наиболее давнюю историю. Оно базируется на «трех китах», трех основных законодательных актах:

1. ***Закон Шермана*** (1890 год). Этот закон составляет ядро антитрестовской политики в экономической жизни США. Он предполагает запрет трестов, запрет практики монополизации торговли между штатами. Антиконкурентные действия фирм трактуются в качестве объекта уголовного преступления, что предусматривает наказание в виде лишения свободы до 3 лет, штрафа до 1 млн. долларов для компании и до 100 тыс. долларов для физического лица, или расформирование компании;
2. ***Закон Клейтона*** (1914 год) и *Закон о Федеральной торговой комиссии*. Основные положения закона Клейтона гласили:
* запрещались практически все формы дискриминации в ценовой политике;
* накладывались ограничения на реализацию и продажу товаров с принудительным ассортиментом;
* запрещалось слияние фирм за счет приобретения акций конкурентов, если такие действия уменьшали конкурентную борьбу;
* запрещалось совмещение должностей в советах директоров различных фирм и деловых предприятий.

Одновременно с Законом Клейтона Конгресс США ратифицировал Закон о Федеральной торговой комиссии, который дополнял Закон Клейтона. Этот акт давал Федеральной торговой комиссии США полномочия определять в каждом конкретном случае факты наличия нарушений антимонопольного законодательства.

1. ***Закон Робинсона-Питмэна*** (1936 год) содержит запрет ценовой дискриминации и уголовную ответственность за политику хищнических цен, а также хищнического ценообразования (установления цены ниже уровня средних или предельных затрат с целью вытеснения конкурента с рынка).
2. Сложнейшая задача, стоящая перед государственными органами, непосредственно проводящими в жизнь антимонопольное законодательство, заключается в следующем: а каковы те экономические критерии, на основании которых устанавливается факт монополизации? Существуют вопросы, которые предстоит каждый раз решать государственным службам: что считать низким (или наоборот, завышенным) уровнем цен? Какой процент (доля) всего отраслевого производства свидетельствует о монополистическом захвате?
3. Все это непростые вопросы, на которые нельзя во всех случаях дать однозначного ответа. А если крупная корпорация добилась низкого продажного уровня цен путем снижения издержек, с помощью более высокого уровня технологии и вообще хозяйственной эффективности? И вообще, вводя запрет на запрет на продажу «по чрезвычайно низким ценам», кого защищает антитрестовское законодательство - конкуренцию или какие- то группы конкурентов.
4. Государственные службы, призванные осуществлять реализацию антимонопольного законодательства, могут руководствоваться двумя принципами: во-первых, жестко следуя букве закона и, во-вторых, «принципам разумности». Дело в том, что во многих отношениях юридический язык антитрестовских актов (например, закон Шермана) настолько декларативен, что федеральный суд США мог бы подвести под сферу его действия «любых двух партнеров, решивших вести совместное дело» (П. Хейне). Поэтому, «принцип разумности» означает, что только неразумное ограничение торговли (соглашения, слияния, разрушение ценностей, т. е. искусственный дефицит) подпадают под действия акта Шермана.
5. Все эти проблемы показывают, насколько сложным является практическое воплощение в жизнь антимонопольного законодательства. Государство должно балансировать, проходя по узкой тропинке между опасностью разрушительного монополизма и опасностью ограничения конкуренции (а любое вмешательство государства, даже с целью поддержания конкуренции, сопровождается тем или иным ограничением конкурентных возможностей). Антимонопольная практика должна действительно поддерживать конкуренцию, а не ограничивать ее, предоставляя наиболее льготный режим одним группам производителей (потребителей) за счет других.
6. Для того, чтобы установить факт монополизации, антимонопольное регулирование предполагает широкое использование математического инструментария и вообще всего теоретического аппарата концепций несовершенной конкуренции Э. Чемберлина, Дж. Робинсон, В. Парето и других экономистов. Исполнительные органы власти ведут не только «карательную», но и профилактическую работу по предотвращению монополистических ограничений.
7. Важно отметить, что антимонопольное законодательство направлено не против крупных корпораций, «большого бизнеса» как такового, так как размер компании еще не дает возможности трактовать ее как монополию. Антимонопольное регулирование направлено против ограничительной деловой практики, подрывающей эффективную конкуренцию. И если использовать принцип сравнения дополнительных издержек и дополнительных выгод, который исповедуется в рыночной экономике, то можно утверждать: неизбежные издержки, которыми сопровождается антимонопольное регулирование, все- таки оказываются ниже тех преимуществ, которые приносит ограничение монополистических тенденций в рыночной экономике.

Таким образом, антимонопольное законодательство должно, с одной стороны, стремиться к регулированию цен, структуры экономики, справедливому распределению ресурсов, а с другой – запрещать такое поведение и деятельность монополий, которые являются негативными в глазах общества.

**2.2. Антимонопольная политика России на современном этапе**

Накопленный странами с “рыночной” экономикой опыт антимонопольной борьбы, хотя и интересен сам по себе и, безусловно, должен активно изучаться и использоваться в различных конкретных случаях обуздания конкретных монополий, в целом не может служить основой для разработки общей программы действий по демонополизации постсоциалистической экономики.

Становление рыночной экономики в нашей стране столкнулось с монополизмом особого рода, не имеющим аналогов. Он сформировался в нерыночной среде и значительно отличается от монополизма западного образца.

Социалистическая экономика представляла собой единый народнохозяйственный комплекс, в котором каждое предприятие не было вполне автономно, а являлось составной частью общегосударственной суперструктуры. При этом удовлетворение потребности всей страны в том или ином виде продукта часто поручалось всего одному-двум заводам. Так, в конце 80-х годов более 1100 предприятий были полными монополистами в производстве своей продукции. Еще чаще встречалась ситуация, когда число производителей по всей гигантской стране не превышало 2-3 заводов. Всего из 327 товарных групп, выпускавшихся промышленностью страны, 290 (89%) было подвержено сильной монополизации.

В течение последних 16 лет в России активно проводится государственная политика, направленная на поддержку конкуренции и ограничение монополизма.

В Конституции России сказано: «Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию».

Главной проблемой и одновременно трудностью при этом является специфика унаследованного от социалистической эпохи монополизма: *российские монополисты по большей части не могут быть демонополизированы путем разукрупнения.*

Можно выделить три принципиальных возможности понижения степени монополизации:

* ***прямое разделение монопольных структур*:** такие возможности в российской реальности сильно ограничены, так как, например, единый завод на части разделить нельзя, а случаи, когда производитель-монополист состоит из нескольких заводов одного профиля, почти не встречаются;
* ***иностранная конкуренция*** – это, вероятно, самый действенный и эффективный удар по отечественному монополизму. Но столь сильнодействующее средство надо использовать очень осторожно, так как из-за непродуманной валютной и таможенной политики импортная конкуренция в очень многих случаях оказывается избыточно сильной;
* ***создание новых предприятий.***Этот путь предпочтителен во всех отношениях. Он устраняет монополию, не уничтожая при этом самого монополиста как предприятие.

Необходимость использования антимонопольного законодательства диктуется общественными интересами, поскольку только так можно добиться обеспечения потребителей качественными товарами по относительно приемлемой цене.

Главный орган проведения антимонопольной политики в РФ претерпел целый ряд преобразований. В сентябре 1998 года Государственный антимонопольный комитет (ГАК России) был переименован в Министерство РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства (МАП). Весной 2004 года МАП был преобразован в Федеральную антимонопольную службу (Постановление Правительства РФ №189 от 7.04.2004). Его права и возможности достаточно широки, а статус соответствует положению аналогичных органов в других странах с рыночной экономикой. Основными законами, регулирующими монополии, являются принятый в 1991 году, и с тех пор неоднократно дополнявшийся и изменявшийся, Закон "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" и Закон «О естественных монополиях» (принят 17.08.1995, №147-ФЗ).

В соответствии с Законом "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" безусловным монополистом может считаться предприятие, контролирующее 65% и более товарного рынка. Предприятие, контролирующее 35-65% рынка, тоже может быть признано монополистом, но для этого антимонопольные органы должны доказать, что имеет место "доминирующее положение" хозяйствующего субъекта на рынке, изучив конкретную рыночную ситуацию. «Доминирующее положение» дает фирме возможность оказывать решающее влияние на конкуренцию, затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам или иным образом ограничивать свободу их экономической деятельности. Установлен перечень акций, которые трактуются как злоупотребление доминирующим положением. К ним отнесены изъятие товаров из обращения в целях создания дефицита, навязывание условий, невыгодных контрагенту или не относящихся к предмету договора, создание препятствий к доступу на рынок конкурентов, нарушение установленного порядка ценообразования.

Законом установлен государственный контроль за созданием, слиянием, присоединением, преобразованием, ликвидацией хозяйствующих субъектов, а также за соблюдением антимонопольного законодательства при приобретении акций, паев, долей участия в уставном капитале предприятия, принудительном разделении хозяйствующих субъектов. Предусмотрена ответственность предприятий и должностных лиц за нарушение антимонопольного законодательства.

Целью антимонопольного законодательства является регулирование отраслевой структуры посредством прямого запрета слияния компаний, доминирующих на рынке.

В нашей стране определенную пользу может принести реформирование структуры естественных монополий. Дело в том, что в России в рамках единой корпорации часто объединяется как производство естественно-монопольных благ, так и производство таких благ, которые эффективней изготовлять в конкурентных условиях. Это объединение носит, как правило, характер вертикальной интеграции. В результате образуется монополист-гигант, представляющий целую сферу национальной экономики. РАО «Газпром», РАО «ЕЭС России», Министерство путей сообщения — ярчайшие примеры подобных объединений. В состав РАО «Газпром» наряду с Единой системой газоснабжения России (т.е. естественно-монопольным элементом) входят геологоразведочные, добывающие, приборостроительные предприятия, проектно-технологические структуры, объекты социальной сферы (т.е. потенциально конкурентные элементы).

С целью контроля рыночной доли хозяйствующих субъектов в стране с 1991г. Утвержден Государственный реестр Российской Федерации объединений и предприятий-монополистов. В нем ежегодно отражаются предприятия, производящие 35% и более продукции на каком-либо товарном рынке. Для таких предприятий действует специальная процедура установления цен и тарифов. В ней, помимо специальных департаментов и комитетов, участвуют и депутаты Государственной Думы.

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

Из изложенного следует, что в целом система антимонопольного регулирования в Российской Федерации находится пока в стадии становления и требует дальнейшего совершенствования, но также нельзя не отметить, что это направление государственной экономической политики стремительно развивается и находится под пристальным вниманием Правительства, как одна из приоритетных задач.

* **Заключение**

Изучив предложенную тему, следует сделать вывод, что проблема монополии и конкуренции является одной из наиболее актуальных для экономики в настоящее время. Монополизм представляет собой серьезную проблему переходной экономики, предприятия – монополисты обладают существенными рыночными преимуществами перед другими предприятиями, извлекая из своего положения дополнительный доход.

Отсюда можно сделать выводы:

1) Монополия предполагает, что одна фирма является единственным производителем данной продукции, не имеющей аналогов. Монополист полностью контролирует её цену и объём выпуска.

2) Главной целью монополиста является получение максимальной прибыли

3) Рыночная власть в общем виде заключается в способности продавцов или покупателей воздействовать на цену товара.

4) Монополист всегда назначает цену выше величины предельных издержек. Более того, выпуск монопольной отрасли меньше выпуска конкурентной отрасли, сталкивающейся с таким же спросом и теми же условиями формирования издержек, а монопольная цена выше конкурентной цены.

5) Частично монопольная власть определяется количеством фирм, конкурирующих на рынке. Если на нем есть только одна фирма (чистая монополия), монопольная власть полностью зависит от эластичности рыночного спроса. Чем меньше эластичность спроса, тем большей монопольной властью фирма обладает. Когда на рынке действуют несколько фирм, монопольная власть зависит также от того, как взаимодействуют фирмы. Чем более агрессивно они конкурируют, тем меньшей монопольной властью обладает каждая из них.

6) Иногда эффект масштаба делает желательным чистую монополию. Но для того чтобы максимизировать социальное благосостояние, правительству нужно устанавливать и регулировать цены.

7) 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.

* **Список использованной литературы**

1. Барышева А.В., Сухотин Ю.В., Богачев В.Н. и др. Монополизм и антимонопольная политика. М.: Наука, 2004 г.

2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. 2-е изд. перераб. и доп. М.: Книжный мир, 2006г.

3. Булатов А.С. Экономика: учебник. М.: Экономистъ, 2005 г.

4. Конкуренция и антимонопольное регулирование: учебное пособие для вузов. С.Б. Авдашева, В.А. Аронин, И.К. Ахполов и др.; под ред. А.Г. Цыганова. М.: Логос, 2004 г.

5. Конституция Российской Федерации, ст. 8

6. Лившиц А.Я. Введение в рыночную экономику. М.: Изд-во «Станкин», 2005 г.

7. Липсиц И.В. Экономика: учебник для вузов. М.: Омега-Л, 2004 г.