

2

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»

(ФГБОУ ВПО «ВГСПУ»)

Факультет экономики и управления

Кафедра экономики и менеджмента

Курсовая работа

по экономической теории

на тему «Конкуренция в рыночной экономике»

Исполнитель: студентка

гр. ЭУ-ЭБ-11

Колодяжная А.И.

Научный руководитель:

Лободин П.В., канд. экон. наук,

Профессор

Волгоград - 2014

Содержание

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. КОНКУРЕНЦИЯ: ПОНЯТИЕ, ФУНКЦИИ И ВИДЫ

1.1 Понятие и условия возникновения конкуренции

1.2 Функции конкуренции

1.3 Виды конкуренции

ГЛАВА 2. МОДЕЛИ РЫНКОВ СОВЕРШЕННОЙ И НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

2.1 Совершенная (чистая) конкуренция

2.2 Монополистическая конкуренция

2.3 Олигополия

2.4 Чистая монополия

ГЛАВА 3. РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ В РФ

3.1 Конкуренция в экономике России

3.2 Конкурентоспособность и её составляющие

3.3 Антимонопольное законодательство и государственное регулирование экономики

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

антимонопольный рынок конкурентоспособность совершенная конкуренция

ВВЕДЕНИЕ

Основной целью проводимых в современной России социально-экономических реформ является улучшение качества жизни каждого человека через построение в стране открытой экономики рыночного типа.

Целью данной работы является изучение конкуренции и её роли в экономике.

Актуальность данной темы состоит в том, что в настоящее время конкуренция играет основополагающую роль в экономике любой страны.

В системе рыночных отношений покупатели свободно обмениваются благами на многих конкурентных рынках. Конкуренция является механизмом, который решает экономические проблемы общества.

Рыночный характер экономических отношений означает свободу выбора для покупателя и продавца. Механизм рынка действует через соотношение спроса и предложения, что предполагает необходимую подвижность цен, конкуренцию товаров и, значит, товаропроизводителей. Конкуренция - это неотъемлемая часть рыночной среды, необходимое условие развития предпринимательской деятельности.

Конкуренция одновременно имеет как положительные, так и отрицательные стороны.

Позитивное влияние конкуренции на экономику заключается в следующем:

1. она способствует развитию научно-технического прогресса, постоянно заставляя товаропроизводителя применять лучшие технологии, рационально использовать ресурсы. Благодаря конкурентной борьбе вымываются экономически неэффективные производства, устаревшая техника, некачественные товары;
2. она чутко реагирует на изменение спроса, ведет к удешевлению издержек производства, тормозит рост цен, а в ряде случаев ведет к их снижению;
3. в известной мере выравнивает норму прибыли на капитал и уровень заработной платы во всех отраслях национальной экономики.

К числу негативных сторон можно отнести:

1. придает бизнесу определенную нестабильность, создает условия для безработицы, инфляции и банкротства;
2. ведет к дифференциации доходов и создает условия для их несправедливого распределения;
3. ее следствием может быть перепроизводство товаров и недогрузка мощностей в периоды производственных спадов.

В годы плановой экономики в нашей стране конкуренция не играла той роли, которая ей отводится при рыночных методах хозяйствования. С точки зрения организации плановой экономики концентрация производства в монополиях считалась наиболее эффективным способом хозяйствования, а конкуренция - источником хаоса и кризисов перепроизводства. Благодаря этому советская экономика превратилась в систему высокомонополизированных производств.

Промышленные предприятия самостоятельно обеспечивали себя всем необходимым: от вспомогательного производства до социальной сферы. В конечном

счете, всё это привело к низкой эффективности производства, чрезмерно высокому уровню затрат, и, в некоторых отраслях к глубокому технологическому отставанию от передовых научно-технических разработок.

С переходом России на рыночные методы хозяйствования роль конкуренции в экономической жизни общества значительно возросла.

Чем ожесточеннее конкуренция на внутреннем рынке, тем лучше национальные фирмы оказываются подготовленными к борьбе за рынки за рубежом. При этом, в более выгодном положении оказываются потребители на внутреннем рынке, как по уровню цен, так и по качеству продукции. Ведь конкурентоспособная продукция должна иметь такие потребительские свойства, которыми бы она выгодно отличалась от сходной продукции других конкурентов.

Поддержание конкурентной среды в РФ, как и во всех развитых странах в настоящее время, стало важной задачей государственного регулирования экономики. А значит, изучение конкуренции, ее роль в развитии рыночных отношений является в настоящий момент важнейшей задачей экономических исследований в нашей стране.

Объектом курсовой работы является понятие конкуренции и её влияние на рыночную экономику.

Задачами курсовой работы являются:

- 1) изучить понятие и условия возникновения конкуренции, определить её виды, их влияние на развитие рыночной экономики в целом;
- 2) установить, как конкуренция (положительно или отрицательно) влияет на экономику;
- 3) рассмотреть систему методов антимонопольного регулирования.

При написании работы были использованы следующие методы: обзор учебной и периодической литературы, аналитический и сравнительный методы.

Структура работы состоит из введения, трёх глав, заключения и списка используемой литературы.

ГЛАВА 1. КОНКУРЕНЦИЯ: ПОНЯТИЕ, ФУНКЦИИ И ВИДЫ

1.1 Понятие и условия возникновения конкуренции

Конкуренция является ключевым звеном в функционировании всего механизма рынка и рыночной экономики в целом. Конкуренция - это экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы собственников товаров и услуг за наиболее выгодные условия производства и реализации.

Рыночная конкуренция исследуется давно. Еще Адам Смит сформулировал известный принцип "невидимой руки". Согласно этому экономическому закону, рыночная экономика устроена так, что, хотя предприниматели заботятся только о своих личных интересах, сила обстоятельств вынуждает их действовать в общественных интересах. «При полной свободе предпринимательства, когда каждый производитель преследует свои интересы, и стремится к собственной выгоде вовсе не возникает хаос и неразбериха, ведомые невидимой рукой Проведения, преследуя

свои интересы, люди создают блага и выгоды для общества в целом». Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов - М.: Эксмо, 2007. - С.58

Конкуренция выполняет в рыночной экономике важнейшую функцию - она принуждает производителей учитывать интересы потребителя, а значит, и интересы общества в целом. В ходе конкуренции рынок из множества товаров отбирает только те, которые нужны потребителям. Именно их удается продать. Прочие же остаются невостребованными, и производство их сокращается. Конкуренция представляет собой конкретный механизм, с помощью которого рыночная экономика решает фундаментальные вопросы: что, как и для кого производить?

Конкуренция играет важную роль в рыночных отношениях. Борьба производителей за потребителя приводит к снижению цен, уменьшению издержек производства, улучшению качества продукции, развитию научно-технического прогресса.

При наличии конкуренции на рынке производители постоянно стремятся снизить свои производственные затраты, чтобы увеличить прибыль. В результате повышается производительность, снижаются издержки и компания получает возможность уменьшить цены. Конкуренция также побуждает производителей улучшать качество товаров и постоянно увеличивать разнообразие предлагаемых товаров и услуг. Таким образом, производители вынуждены постоянно бороться с конкурентами за покупателей на рынке сбыта путём расширения и улучшения ассортимента высококачественных товаров и услуг, предлагаемых по более низким ценам. От этого выигрывает потребитель.

Основные условия возникновения конкуренции:

полная хозяйственная (экономическая) обособленность каждого товаропроизводителя;

полная зависимость товаропроизводителя от конъюнктуры рынка;

противостояние всем другим товаропроизводителям в борьбе за покупательский спрос.

Конкуренция - важнейший элемент рынка, играющий роль в повышении качества продукции, работ и услуг, снижении производственных затрат, в освоении технических новинок и открытий. Борисов Е.Ф. Экономическая теория в вопросах и ответах: учебное пособие. - М.: Проспект, 2008. - С. 50

1.2 Функции конкуренции

Конкуренция в современной экономике выполняет следующие основные функции:

- аллокационная функция (функция размещения) -- направление субъектами предпринимательской деятельности ресурсов в те отрасли и виды деятельности, на продукцию и услуги которых имеется спрос.

- инновационная функция -- стимулирование внедрения достижений науки и техники, новых технологий, выпуска новых видов продукции и услуг, повышения качества продукции и услуг, и т.д.

- распределительная функция -- создание условий для получения доходов и прибыли наиболее успешными предприятиями и банкротства предприятий, чья продукция и услуги не востребованы потребителем.

- контролирующая функция -- сопротивление и препятствование возникновению и существованию устойчивой монопольной власти на рынке, предоставление покупателю возможности выбора среди нескольких продавцов. Юданов А.Ю.

Конкуренция: теория и практика - М.: Гном-Пресс, 2009. - С. 96

Конкуренция способствует установлению равновесной цены, уравниванию спроса и предложения. На чисто конкурентном рынке отдельные фирмы осуществляют незначительный контроль над ценой продукции, имеют настолько небольшую часть от общего объема производства, что увеличение или уменьшение её выпуска не будет оказывать ощутимого влияния на цену товара. Производитель, равно как и покупатель, всегда должен ориентироваться на рыночную цену. Таким образом, конкуренция способствует достижению компромисса между продавцами и покупателями.

Конкуренция стимулирует научно-технический прогресс и повышение эффективности производства. Так как конкуренция служит «уравнительницей» цен, то можно сделать вывод, что при рыночном соперничестве будет побеждать тот, кто имеет товары высокого качества и максимально низкой себестоимостью. А для этого необходимо постоянно обновлять условия производства, затрачивать большие капиталовложения на совершенствование техники. В настоящее время встречается много находчивых предпринимателей, которые готовы пойти на риск при производстве товаров с применением новой технологии. Следовательно, при развитии конкуренции с каждым годом повышается эффективность производства. При противоборстве субъектов рынка усиливается их социально-экономическое расслоение. В конкуренции участвует множество мелких собственников, которые только начинают вести свою хозяйственную деятельность. Многие из них, не имея достаточного капитала, современных средств производства и других ресурсов, не могут выдержать этого соперничества и через некоторое время терпят убытки, разоряются. И лишь немногие из них расширяют предприятия и становятся значимыми субъектами рынка. Кураков Л.П., Яковлева Г.Е. Курс экономической теории - М.: Гелиос АРВ, 2010. - С.72

1.3 Виды конкуренции

Конкуренцию можно разделить по трем признакам:

- по методам осуществления,
- по отраслевой принадлежности,
- по степени свободы.

По методам осуществления конкуренцию можно подразделить на ценовую и неценовую. Ценовая конкуренция предполагает продажу товаров по более низким ценам, чем у конкурентов. Снижение цены теоретически возможно либо за счет снижения издержек производства, либо за счет уменьшения прибыли. Неценовая конкуренция основана на предложении товаров более высокого качества, с большей надежностью и сроками службы, на использовании методов рекламы и других способов стимулирования сбыта.

По отраслевой принадлежности различают внутри- и межотраслевую конкуренцию.

Внутриотраслевая конкуренция -- конкуренция между предпринимателями, производящими однородные товары, за лучшие условия производства и сбыта, за получение сверхприбыли. Межотраслевая конкуренция -- это конкуренция между предпринимателями, занятыми в различных отраслях производства, из-за выгодного приложения капитала, перераспределения прибыли.

По степени свободы подразделяют на совершенную (свободную) и несовершенную (монополистическую). Совершенная конкуренция - это свобода от какой бы то ни было регламентации: свободный доступ к факторам производства, свободное ценообразование и др. При этой конкуренции никто из участников рынка не может оказать решающего влияния на условия реализации товаров. В условиях монополистической конкуренции каждая фирма выпускает свой собственный продукт, а все вместе - товары одной товарной группы. Товар, выпускаемый каждой фирмой, несколько отличается от товаров той же группы, выпускаемых другими фирмами. Это, как правило, товары или услуги одного назначения - прохладительные напитки, лекарства, бензин разных марок и т.п. Товары группы являются близкими заменителями, но отличаются один от другого качеством исполнения, упаковкой, дизайном, товарным знаком, послепродажным обслуживанием и т.п. и почти не различаются ценой. Каждая фирма является единственным производителем своего товара и в этом смысле монополистом.

Борисов Е.Ф, Экономическая теория. - М.: Юрайт, 2005. - С.193

ГЛАВА 2. МОДЕЛИ РЫНКОВ СОВЕРШЕННОЙ И НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Взаимодействие между продавцами и покупателями происходит на рынке. Решение продавцов и покупателей относительно цены, объемов производства, закупок товара будут существенно различаться для разных типов (моделей) рынка. Салимжанов И.К. Цены и ценообразование - М.: Проспект, 2009. - С. 44

По степени развития конкуренции экономическая теория выделяет четыре основные модели рынка (см. рисунок 1):

(Рисунок 1) - Основные модели рынка.

2.1 Совершенная (чистая) конкуренция

К совершенной (чистой) конкуренции относятся внутриотраслевая конкуренция (между производителями однородной продукции) и межотраслевая конкуренция (между производителями разных товаров). Первая ведет к техническому прогрессу, снижению издержек производства и цен на товары. Межотраслевая конкуренция позволяет найти сферу более прибыльного вложения капитала.

По количеству производителей и покупателей на рынке, типу продукции, возможности контролировать цену, использовать методы неценовой конкуренции, легкости вхождения в отрасль новых фирм можно выделить рынки чистой конкуренции, олигополии, чистой монополии. Последние характеризуются как рынки несовершенной конкуренции.

Совершенная (чистая) конкуренция - это рыночная ситуация, когда многочисленные, независимо действующие производители продают идентичную

(стандартизированную) продукцию, причем ни один из них не в состоянии контролировать рыночную цену. Васильев Е.П. Совершенная конкуренция и монополия: теоретические пределы.- М.: Проспект, 2010. - С.23

Основные характеристики совершенной (чистой) конкуренции:

на рынке большое количество покупателей и продавцов, каждый занимает относительно малую долю рынка данных товаров;
тождественная, стандартизированная продукция, товары однородны с точки зрения потребностей покупателей и, соответственно, продавцов;
свободный доступ к рынкам новых продавцов и возможность такого же свободного выхода из них, вход и выход из отраслей абсолютно свободен;
наличие полной и доступной информации для участников обмена о ценах и их изменениях, о продавцах и покупателях; экономические субъекты должны располагать одинаковым объемом информации о рынке.

Позитивные явления конкуренции:

снижение издержек;
быстрое внедрение новых технологий производства;
гибкое приспособление к спросу;
высокое качество продукции;
препятствует завышению цен.

Негативные явления конкуренции:

разорение многих субъектов рыночной экономики;
анархия и кризис производства;
чрезмерная эксплуатация ресурсов;
неблагоприятное влияние на экологию.

Недостатки рынка совершенной конкуренции:

1. в долгосрочном периоде отсутствует экономическая прибыль, как главный источник технологического перевооружения производства;
2. способствует унификации и стандартизации продукта, что не отвечает требованиям современного покупателя;
3. не может распространяться на производство общественных благ;
4. вытесняется монополиями и олигополистическими структурами. Базылев Н.И., Базылева М.Н. Экономическая теория: учебник для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Норма, 2009. - С.126

2.2 Монополистическая конкуренция

Монополистическая конкуренция - это рыночная ситуация, когда многочисленные продавцы продают схожие товары, стремясь придать им реальные или мнимые уникальные качества.

Монополистическая конкуренция - самый распространенный тип рынка, наиболее близкий к совершенной конкуренции. Возможность для отдельной фирмы контролировать цену (рыночную власть) здесь незначительная.

Основные характеристики монополистической конкуренции:

1. относительно большое число некрупных (мелких) фирм;

2. эти фирмы производят разнообразную продукцию, продукт каждой фирмы в чем-то специфичен, потребитель легко может найти товары-заменители и переключить свой спрос на них;

3. сохраняются возможности относительно легкого вступления в отрасль новых производителей.

Неценовая конкуренция - главное оружие монополистической конкуренции. Особое значение в ней приобретает реклама.

Проникновение на рынок монополистической конкуренции довольно легкое; достаточно предложить товар со свойствами, которые заинтересуют покупателя. Монополистическая конкуренция свойственна реально существующим рынкам. Она помогает покупателю наиболее полно удовлетворить потребности, активизирует торговлю и производство. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. - М.: Экономическое наследие, 2008. - С. 211

2.3 Олигополия

Олигополия - это рынок, на котором доминирует несколько крупных фирм, т.е. несколько продавцов противостоят множеству покупателей.

Олигополия характеризует экономическую ситуацию, при которой на рынке остается малое количество производителей - продавцов (от трех до десяти фирм).

Крупнейшие из оставшихся получают возможность влиять на рыночную цену.

Особенностью олигополистического рынка является взаимосвязь фирм: любой из олигополистов находится под существенным воздействием поведения остальных фирм и вынужден учитывать эту зависимость. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. - М.: Проспект, 2009 - С. 66

В условиях олигополии возможна как ценовая, так и неценовая конкуренция. Но ценовые методы соперничества обычно менее эффективны. Между предприятиями существует тесная взаимозависимость. Если один из конкурентов снизил цены, то другие вынуждены адекватно отвечать, иначе обнаружится слишком большая потеря покупателей и прибыли. Сделав ответный ход, они одновременно сведут на нет усилия ценового лидера. Поэтому ценовые методы здесь могут принести лишь кратковременный эффект.

Поскольку продукцию производят крупные предприятия, затраты на производство за счет эффекта масштаба снижаются.

Изменение цены одним из конкурентов, доминирующим в производстве, определяет ценовую политику в отрасли. Другие подчиняются ей. Ценовая конкуренция при этом ослабевает. Такая ситуация, называемая лидерством в ценах, характерна для олигополии.

В условиях олигополии неценовые методы конкуренции - от рекламы до экономического шпионажа - оказываются эффективнее, поэтому используются чаще. Вступление в олигополистический рынок ограничено. Нужны значительные капитальные вложения, чтобы создать предприятие, способное противостоять фирмам, уже контролирующим данный рынок.

При олигополистической конкуренции фирма в состоянии контролировать два

основных параметра своей деятельности - цену и объем выпуска продукции или оказания услуг, ей выгодно меньше производить и в большей степени завязать цену. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник - М.: Норма, 2005. - С. 249

2.4 Чистая монополия

Чистая монополия - это рынок, на котором один продавец противостоит множеству покупателей. Даже полное отсутствие конкурентов внутри страны не исключает их наличия за рубежом.

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

Понятие чистой монополии обычно является абстрактным.

Понятие «монополия» имеет двоякий смысл: под монополией понимают, во-первых, крупное предприятие, занимающее ведущее положение в определенной отрасли; во-вторых, положение фирмы на рынке, позволяющее ей доминировать на нем.

Монополия означает власть над рынком, прежде всего над ценой.

Цель монополии - получение сверхприбыли посредством контроля над ценой и объемом производства на монополизированном рынке.

Основные черты чистой монополии:

1. единственный продавец - производитель;
2. товарная дифференциация отсутствует, отсутствие товаров-заменителей;
3. продавец осуществляет практически полный контроль над ценами;
4. очень трудные условия вхождения в отрасль новых предприятий. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник - М.: Норма, 2005. - С. 225

Различают несколько типов монополий:

естественные монополии. Ею обладают частные собственники и хозяйственные организации, имеющие в своем составе редкие и свободно не возобновимые элементы производства (редкие металлы, особые земельные участки и т.д.) искусственные монополии. Под этим условным названием понимают объединения, создаваемые ради получения монополистической выгоды. Искусственные монополии выступают в виде различных монополистических отношений. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. - М.: Инфра-М, 2011. - С.432

В результате концентрации производства могут возникнуть разные организационные формы монополии:

1. Картель - простейшая форма монополистического объединения. В отличие от других более устойчивых форм, монополистических структур (синдикаты, тресты, концерны) сохраняет финансовую производственную самостоятельность. Объектами соглашения могут быть: ценообразование, сферы влияния, условия продаж, использование патентов. Действует, как правило, в рамках одной отрасли. Затрудняет функционирование рыночных механизмов. Попадает под действие антимонопольного законодательства. В одних странах мира запрещены законом, в других, напротив, их формирование поощряется в целях реструктуризации

промышленности, стандартизации материалов и комплектующих, ограничения конкуренции между мелкими фирмами

2. Синдикаты - организационная форма монополистического объединения, при которой вошедшие в него компании теряют коммерческую сбытовую самостоятельность, но сохраняют юридическую и производственную свободу действий. Иными словами, в синдикате сбыт продукции, распределение заказов осуществляется централизованно. Были широко распространены в дореволюционной России. Возникли международные синдикаты. Классическим примером является алмазный синдикат «Де Бирс», сосредоточивший в своих руках реализацию практически всех добываемых в мире необработанных алмазов. Россия, так же как и многие другие страны, вынуждена сотрудничать с этим синдикатом. Пока он располагает возможностями давления на аутсайдеров, пытающихся вести торговлю алмазами самостоятельно, вплоть до их полного вытеснения с рынка. Во многих странах мира приняты законы, направленные против любых форм монополистических объединений, оказывающих тормозящее влияние на развитие экономики. Янова В.В. Экономика - М.: Экзамен, 2010. - С.100

3. Трест - форма монополистического объединения, при которой вошедшие в него предприятия теряют и производственную, и коммерческую самостоятельность предприятий, руководство осуществляется из единого центра. Прибыль треста распределяется в соответствии с деловым участием отдельных предприятий.

4. Концерн - организационная форма объединения предприятий различных отраслей, находящихся под единым управлением и финансовым контролем. Обычно в состав концерна, кроме производственных, транспортных и торговых предприятий, входят банки или какие-то другие финансовые организации - страховые, пенсионные фонды, кредитные учреждения и т. п. Участники концерна остаются формально самостоятельными, но контролируются и управляются единым центром компании. Такая структура позволяет повысить конкурентоспособность фирмы за счет внутреннего финансирования, продажи продукции подразделениям концерна по внутренним трансфертным ценам, передачи ноу-хау между подразделениями и т. п.

5. Пул получил распространение в области использования проектов. Участники пула приходят к взаимовыгодным соглашениям о форме передачи патентов и лицензий. Прибыль распределяется в соответствии с квотой, определяемой при вступлении в пул.

6. Холдинг - акционерная компания, владеющая контрольным пакетом акций одного или нескольких акционерных обществ с целью контроля и управления их деятельностью. Существуют два основных вида холдинговых компаний: чистый холдинг, выполняющий лишь контрольно-финансовые функции для обеспечения единого управления; смешанный холдинг, который, кроме того, занимается предпринимательской деятельностью (промышленной, транспортной, торговой, финансово-кредитной и др.). Захватывая контрольный пакет акций в других фирмах (дочерних, внучатых), холдинг через систему участия подчиняет себе эти формально независимые фирмы, которые располагают капиталами, значительно превосходящими собственными.

7. Законными формами чистой монополии являются также патенты, авторские права, товарные знаки. Патент - документ, выдаваемый уполномоченным государственным органом, удостоверяющий авторство изобретения, а также исключительное право патентообладателя на использование изобретения. Действует в течение установленного законом срока. Если в течение его действия физическое или юридическое лицо использует изобретение, защищенное патентом с нарушением законодательства, то оно обязано прекратить его использование по первому требованию патентообладателя и возместить ему причиненные убытки. Авторские права дают авторам произведений исключительные права продавать или тиражировать свои произведения. Товарные знаки - это символы, используемые предприятиями, зарегистрировав которые государство делает незаконным ее использование другими. Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации. Учебное пособие. - М.: Проспект, 2009, - С. 229

ГЛАВА 3. РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ В РФ

3.1 Конкуренция в экономике России

Реально сложившаяся практика экономической жизни в мире показывает, что рынок и конкуренция - главный механизм развития современной экономики, более мощный и действенный, чем любой иной фактор её движения. Эффективность функционирования рынка тем выше, чем активнее конкуренция и чем лучше условия для её проявления. Конкуренция требует определённого, желательно оптимального сочетания экономических, технологических и социальных предпосылок. Нарушение этого условия затрудняет проявление конкуренции и даже сводит её на нет. Итог - застой в экономике, снижение её эффективности, возможное падение жизненного уровня населения страны.

Конкуренция - сердцевина современного рыночного механизма не только потому, что масштабы её проявления за последние десятилетия неизмеримо выросли. Главное в том, что конкуренция - это органичное свойство рынка, его неотъемлемая черта. Отсутствие «нормальной» конкуренции, её разрушительное либо, напротив, слабое проявление - чёткий индикатор явного неблагополучия на рынке, появления больших диспропорций в его развитии. К примеру, «дефицитный рынок» ведёт к устранению или сводит к минимуму конкуренцию между производителями за покупателей, одновременно вызывая конкуренцию между покупателями за товар. Постоянно действующий «дефицитный рынок» можно лишь с оговорками назвать рынком. Такой рынок - порождение определённой системы хозяйствования, в условиях которой связанный по рукам и ногам рынок не в состоянии выполнить свои классические функции. Нестеренко А.Н., Архипова А.И., Большакова А.К. Экономика.- М.: Проспект, 2010. - С.67

Рыночная конкуренция в нашей экономике была устранена с ликвидацией частной собственности. Тотальное огосударствление в советский период привело к исчезновению рынка и товарного производства, ликвидации одного из исходных условий возникновения конкуренции - обособленности свободных производителей

как собственников средств производства и произведённого продукта.

Что же всё-таки необходимо для нормального функционирования рыночной экономики? В первую очередь - благоприятная конкурентная среда. Формирование конкурентной среды - сложный процесс с точки зрения практики и чёткости определения её содержания в экономической теории. Конкурентная среда может быть определена как исторически конкретная социально-экономическая структура общественного производства, особый тип социально-экономических отношений между субъектами и объектами. Она обеспечивает товарно-денежный обмен, организованный по законам товарного производства. Добрынин А.И., Журавлева Г.П. Общая экономическая теория. - СПб.: Питер, 2009. - С.132

Конкурентная среда, как и рыночная экономика в целом - не стихия и не анархия. Наличие такой среды характерно для рыночной экономики - особой фазы в развитии общественного производства. Известно, что не всякое товарное производство и рынок рожают рыночную экономику. Но всякая рыночная экономика базируется на высшем уровне развития товарно-денежного обращения.

Конкурентной среде предшествует становление конкуренции как таковой, т.е. формы взаимоотношений хозяйствующих субъектов в процессе реализации их индивидуальных интересов. При её отсутствии практически любой товаропроизводитель, даже не занимающий господствующего положения на рынке, обладает монопольной властью, возможностью диктовать потребителям свои условия. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Экономическая теория. 2-е изд. - М.: Норма, 2008. - С.78

3.2 Конкурентоспособность и её составляющие

Конкурентоспособность - это емкая экономическая категория, разделяемая на несколько уровней: конкурентоспособность товара, товаропроизводителя, отраслевая, страновая конкурентоспособность. Моисеева Н.К., Анискин Ю.П. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление. М.: ЮНИТИ, 2011. - С. 85

Конкурентоспособность предприятия определяется следующими факторами:

- 1) Качество продукции и услуг. Традиционно низкое качество российских товаров есть не следствие национальной неспособности россиян создавать и производить качественную продукцию. Нет никаких серьезных причин, чтобы не усовершенствовать или не создать принципиально новый продукт, отвечающий требованиям рынка. Если же уровень развития инженерно-конструкторской службы предприятия не позволяет создать конкурентоспособный продукт собственными силами, то ничто не мешает обратиться к другим, лидирующим на рынке, предприятиям с предложением о приобретении лицензии. Эта практика с успехом применялась предприятиями таких стран, как Китай, Южная Корея и многих других. Причем предприятия этих стран исторически значительно уступали российским в технологическом уровне и инженерно-конструкторских традициях.
- 2) Наличие эффективной стратегии маркетинга и сбыта. Многие предприятия, имеющие необходимый технологический потенциал и способные производить

качественные продукты, не в состоянии эффективно действовать на рынке. Зачастую это вызвано тем, что предприятие не имеет четкой стратегии, ориентированной на определенные целевые группы потребителей, разработанной с учетом конкурентных преимуществ и существующих возможностей предприятия, включая: опыт работы в определенной отрасли, научно-технический потенциал, организационные и финансовые возможности. План позволяет определить критерии и контролировать эффективность работы менеджмента. Он позволяет мобилизовать необходимые ресурсы для достижения совершенно определенных целей и превратить процесс принятия управленческих решений из хаотичного в хорошо организованный, последовательный и логичный.

3) Уровень квалификации персонала и менеджмента. В отличие от развивающихся стран, одним из важнейших факторов, определяющих потенциал российских предприятий, является уровень квалификации персонала. Высокий уровень базового образования позволяет специалистам предприятий быстро обучаться, осваивать новые профессии и обретать навыки, необходимые для работы в условиях рынка. Таким образом, наличие квалифицированного персонала является существенным преимуществом, способствующим обеспечению конкурентоспособности российских предприятий. Уровень квалификации менеджмента играет наиболее важную роль в обеспечении конкурентоспособности предприятий. Данная проблема может быть решена двумя путями: первый - повышение квалификации существующих управляющих, и второй - замена управляющих новыми, более квалифицированными.

4) Технологический уровень производства. Способность производить продукцию высокого качества и с низкими затратами определяется уровнем развития технологии на предприятии. Большинство российских предприятий используют только 15 - 35%, имеющихся в распоряжении производственных мощностей. В первую очередь необходимо обеспечить эффективное использование тех активов, которыми предприятие располагает сегодня. Повышение продуктивности посредством сокращения затрат и увеличения объема продаж в большинстве случаев обеспечивает восстановление платежеспособности предприятия без дополнительных капитальных вложений. Существенное влияние на процессы технологического перевооружения может оказать развитие лизинга. С одной стороны, лизинг является наиболее приемлемым способом долгосрочного финансирования предприятия, с другой - создает платежеспособный спрос на продукцию российских производителей оборудования.

5) Налоговая среда, в которой действует предприятие. Уровень налогообложения в России сопоставим с уровнем налогов в таких странах, как Швеция и Германия. Зачастую этот аргумент приводят сторонники существующей в России налоговой политики. В действительности следует принимать во внимание то обстоятельство, что структура налогообложения зависит от текущего финансового положения предприятия, а подавляющее большинство российских предприятий находятся в депрессивном состоянии и обременены неподъемными долговыми обязательствами. Предприятию необходим минимум оборотных средств, чтобы покрыть первоочередные расходы на производственные издержки, выплатить минимальную

заработную плату, расплатиться с кредиторами, а иначе предприятие будет вынуждено просто прекратить свою деятельность. За редким исключением уникальных высокорентабельных проектов, большинство промышленных предприятий в России сегодня не могут рассчитывать на развитие: инвестирование в НИОКР, вложение средств в маркетинг продукции и приобретение нового технологического оборудования. Принимая решение об уровне налогообложения, государство должно руководствоваться российской экономической реальностью. Система налогообложения является одним из важнейших факторов, определяющих инвестиционный климат страны.

6) Таможенное регулирование. В течение нескольких лет нерациональная таможенная политика практически уничтожила потенциал российской электронной, электротехнической и ряда других отраслей промышленности, конкурентоспособность которых и качество производимой продукции в значительной степени зависят от качества комплектующих изделий и сырья. Опыт других государств, находящихся в состоянии реформ показывает, что существует простой и важнейший принцип, которым должно руководствоваться государство при определении таможенной политики: таможенное регулирование должно стимулировать развитие производства конкурентоспособных по цене и качеству потребительских товаров на территории собственной страны. Это может быть достигнуто только в том случае, если все без исключения импортируемые товары потребительского спроса будут облагаться значительными импортными пошлинами. При этом сырье, материалы, комплектующие изделия и технологическое оборудование, способные обеспечить производство качественных и конкурентоспособных товаров на территории России, должны быть освобождены от любых таможенных пошлин и сборов.

7) Доступность коммерческих источников финансирования. Подавляющее большинство руководителей российских предприятий ориентируются на один источник финансирования - банковские займы. Однако, большинство предприятий не в состоянии предоставить банкам ликвидное обеспечение по кредитам. В мировой практике даже в развитых странах, обладающих существенными бюджетными возможностями, вряд ли можно найти промышленное предприятие, которое обеспечило себе финансирование исключительно посредством заемных средств. Все наиболее значимые промышленные корпорации, лидирующие на рынке, котируют свои акции на бирже и считают это величайшим благом. Безусловно, процесс привлечения капитала посредством размещения акций требует значительных усилий, затрат времени и денег. Необходимо не только разработать все финансовые документы в соответствии с международными требованиями, но и обеспечить проведение финансового и юридического аудита. Поэтому задача подготовки предприятий к привлечению инвестиций является одной из наиболее важных и приоритетных. Профессионально подготовленное предприятие имеет значительно больше возможностей для привлечения требуемого капитала. Способность менеджмента привлекать капитал из внебюджетных источников является одним из наиболее важных факторов, обеспечивающих конкурентоспособные преимущества

предприятия. То есть проблема финансирования также является, в первую очередь, проблемой качества управления предприятием. Фатхутдинов Р.А.

«Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление» - М.: Проспект, 2012. - С.108

3.3 Антимонопольное законодательство и государственное регулирование экономики

Антимонопольное законодательство - законодательно закрепленные основополагающие правила деятельности на рынке участников хозяйственного оборота, органов государственной власти и управления.

Основные цели антимонопольного законодательства - обеспечение благоприятных условий и стимулов для развития конкуренции в народном хозяйстве, снятие всех преград на пути ее активизации на правовой основе, позволяющей исключить монополистические действия центральных органов власти и управления, диктат участников хозяйственного оборота, а также определение правового режима регулирования ответственности за монополистические действия и за нарушение правил честной добросовестной конкуренции. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. 2-е изд.- М.: НОРМА, 2005. - С. 264

Поскольку деятельность монополий носит антиобщественный характер, то защита свободной конкуренции и ограничение деятельности монополий являются одними из важнейших функций государства.

Государство в борьбе с монополиями использует меры экономического и административного характера.

Экономические меры поддержания конкуренции и борьбы с монополией:

поощрение создания товаров - заменителей;

поддержка новых фирм, среднего и малого бизнеса;

привлечение иностранных инвестиций, учреждение совместных предприятий, зон свободной торговли;

финансирование мероприятий по расширению товаров в целях устранения доминирующего положения отдельных хозяйствующих субъектов.

В 2006г. в России принят Федеральный Закон «О защите конкуренции», который определяет организационные и правовые основы предупреждения, ограничения и пересечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции и направлен на обеспечение условий для создания и эффективного функционирования товарных рынков. В целях проведения государственной политики по ограничению монополистической деятельности создана Федеральная антимонопольная служба (ФАС),

ФАС проводит государственную политику по развитию товарных рынков и конкуренции, по ограничению монополистической деятельности и пересечению недобросовестной конкуренции.

Антимонопольная политика - это комплекс государственных мер (соответствующее законодательство, система налогообложения, разгосударствление и приватизация собственности, поощрение создания малых предприятий и пр.), направленных

против мобилизации производства и на развитие конкуренции среди товаропроизводителей.

По решению ФАС доля хозяйствующего субъекта может быть ограничена до 35% объема продаж на соответствующем рынке.

Общественное регулирование деятельности естественных монополий может осуществляться на основе использования различных форм. Ахломов И. К., Авдашева С. Б. Конкуренция и антимонопольное регулирование: Учебное пособие для вузов.- М.: Логос, 2009 - С. 368

Можно выделить четыре основные формы государственного регулирования (см. рисунок 2):2

(Рисунок 2) - Формы государственного регулирования.

Обычно государство прибегает к ценовому контролю, устанавливая или конкретные значения цен, или их предельные уровни для предприятий - монополистов. Нередко государство для таких субъектов определяет территорию деятельности, контролирует качество продукции. Степень ограничений еще зависит от того, является ли естественный монополист частной или государственной структурой.

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

Основное внимание уделяется качественным параметрам экономического развития: повышению качества жизни, защите окружающей среды и др.

Отсюда можно сделать вывод, что антимонопольное законодательство закрепляет основополагающие правила деятельности на рынке хозяйствующих субъектов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За последние десятилетия усиление конкуренции отмечено фактически во всем мире. Еще не так давно она отсутствовала во многих странах и отраслях. Рынки были защищены и доминирующие позиции на них были четко определены.

И даже там, где существовало соперничество, оно не было столь ожесточенным. Рост конкуренции сдерживался непосредственным вмешательством правительств и картелей. Когда мы ассоциируем конкуренцию с развивающейся экономикой, мы часто забываем, как много изменений произошло в государствах, занимающих ведущие позиции в мировой экономике. Распад картелей и мощных экономических блоков, с одной стороны, и усиление конкуренции с другой, связаны с известным экономическим рывком Германии и Японии после второй мировой войны. Наиболее конкурентоспособные сегодня отрасли экономики Японии, такие как электроника и машиностроение, развились благодаря усилению внутренней конкуренции.

В то же время развитие большей части экономики этой страны, в частности химической промышленности, розничной торговли и сферы финансовых услуг, сдерживается ограничениями конкуренции.

Даже в Соединенных Штатах, где в течение XX века отмечен самый высокий рост конкуренции, огромные сектора экономики до недавнего времени были подчинены

строгому регулированию. В то же время телекоммуникация, транспорт, энергетика и другие области экономики являются яркими примерами мощи конкуренции, обуславливающей постоянные инновации и беспрецедентно быстрые темпы их развития.

Можно назвать очень немногие области экономики, которые сегодня в состоянии противостоять влиянию конкуренции и рынка. Ни одна страна и ни одна компания не могут позволить себе игнорировать объективную необходимость конкуренции. Они должны постараться понять и овладеть искусством конкурентной борьбы. Конкуренция является необходимым и определяющим условием нормального функционирования рыночной экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1.Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации. Учебное пособие. - М.: Проспект, 2009.
- 2.Ахломов И. К., Авдашева С. Б. Конкуренция и антимонопольное регулирование: Учебное пособие для вузов.- М.: Логос, 2009.
- 3.Базылев Н.И., Базылева М.Н. Экономическая теория: учебник для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Норма, 2009.
4. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. - М.: Юрайт, 2005.
- 5.Борисов Е.Ф. Экономическая теория в вопросах и ответах: учебное пособие. - М.: Проспект, 2008.
- 6.Васильев Е.П. Совершенная конкуренция и монополия: теоретические пределы.- М.: Проспект, 2010.
- 7.Добрынин А.И., Журавлева Г.П. Общая экономическая теория. -СПб.: Питер, 2009.
- 8.Израэл М. Кирцнер. Конкуренция и предпринимательство /Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
- 9.Кураков Л.П., Яковлева Г.Е. Курс экономической теории - М.: Гелиос АРВ, 2010.
- 10.Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. - М.: Инфра-М, 2011.
11. Моисеева Н.К., Анискин Ю.П. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление. М.: ЮНИТИ, 2011.
12. Нестеренко А.Н., Архипова А.И., Большакова А.К. Экономика.- М.: Проспект, 2010.
- 13.Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник - М.: Норма, 2005.
- 14.Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. - М.: Проспект, 2009
15. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Экономическая теория. 2-е изд. - М.: Норма, 2008.
- 16.Салимжанов И.К. Цены и ценообразование - М.: Проспект, 2009.
- 17.Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов - М.: Эксмо, 2007.
- 18.Фатхутдинов Р.А. «Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление». - М.: Проспект, 2012.
- 19.Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. - М.: Экономическое наследие, 2008.
- 20.Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика - М.: Гном-Пресс, 2009.

21. Янова В.В. Экономика - М.: Экзамен, 2010. ...