**Абсолютная монополия и экономические последствия монополизации рынка**

Содержание

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

1.Основные черты абсолютной или чистой монополии. Эффективность абсолютной монополии………………………………………………………....6

2.Положительные и отрицательные последствия монополизации рынка….17

2.1 Положительные стороны монополизации экономики……………….17

2.2. Отрицательные факторы монополизации экономики……………….20

3.Антимонопольное законодательство и антимонопольное регулирование: мировой опыт и особенности в России……………………..23 Заключение………………………………………………………………….…..30

Список использованных источников и литературы…………………………32

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность исследования.**

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

На конкурентных рынках множество фирм предлагают существенно однородную продукцию, так что каждая фирма оказывает ничтожное влияние на цену, которую она принимает как данное. Напротив, монополияне имеет непосред­ственных конкурентов, следовательно, она воздействует на рыночную цену про­дукции. В то время как конкурентная фирма является *принимающей цену,* моно­полия *назначает цену* на предлагаемую рынку продукцию.

Особого рассмотрения требуют так называемые абсолютные или чистые монополии, существование которых серьезнейшим образом влияет на экономику того или иного государства или даже целого региона.

В данной работе будут рассматриваться последствия установления власти фирмы над рынком. Власть над рынком приводит к изменению соотношения цены продукции и издер­жек фирмы. Конкурентная фирма принимает цену на произведенную продукцию как данное, после чего выбирает такой объем предложения, при котором цена продукции равна ее предельным издержкам. Напротив, цена, назначаемая монопо­лией, превышает ее предельные издержки.

Практика установления монополией высокой цены на продукцию вряд ли вы­зывает удивление. Может показаться, что у покупателей нет иного выбора, кроме как приобретать товар по той цене, которую установит единственный поставщик. Монополии не имеют воз­можности достичь любого желаемого ими уровня дохода, так как высокая цена ведет к снижению количества товара, приобретаемого покупателями. Хотя монопо­лия и управляет ценой на товары, но ее прибыли ограниченны.

Изучая решения монополий об объеме выпуска и назначении цены, будут рассмотрены последствия существования монополий для общества в целом. Фирмы-монополии, так же как и конкурентные фирмы, преследуют цель максимизации прибыли. Но движение к одной и той же цели влечет весьма разные последствия. Преследующие исключительно эгоистические интересы покупатели и продавцы на конкурентных рынках независимо от их воли направляются “невидимой рукой” к обеспечению всеобщего экономического процветания. Но поскольку моно­полии удалось избежать контроля конкуренции, результат деятельности рынка в случае монополии часто не соответствует интересам всего общества.

Правительство иногда имеет возможность улучшить результаты деятельности рынка. Анализ, который будет производиться в этой работе, расширит наши знания о “видимой руке государства”. Изучая возникающие в связи с деятельностью монополий проблемы, мы обсудим различные способы, которыми политики, находящиеся у власти, реагируют на их появление.

**Целью работы** является установление признаков абсолютной монополии и рассмотрение экономических последствий монополизации рынка

В связи с этим в работе были поставлены следующие **задачи:**

1.Рассмотреть понятие монополии и выявить признаки абсолютной или чистой монополии

2.Выявить положительные и отрицательные факторы монополизации рынка

3.Рассмотреть государственное регулирование и антимонопольную политику в мире и на примере России.

**Источниковую** базу составили документы по антимонопольной политике в Российской федерации, схемы и графики, показывающие последствия монополизации рынка

**Степень изученности данной темы**, несмотря на большое количество источников остается невысокой.

В работе были использованы труды как российских так и зарубежных авторов, проводящих макроэкономический анализ монополизации рынка.

**1.Основные черты абсолютной или чистой монополии. Эффективность абсолютной монополии.**

Модель рынка совершенной конкуренции исходит из многих предпосылок, которые не всегда реализуются на практике. Более же адекватной реальности является модель рынка несовершенной конкуренции.

Суть механизма рынка несовершенной конкуренции наиболее полно раскрывается критериями, определяющими типы рыночных структур. Важнейшие из них: количество фирм, входящих в отрасль; характер производимой продукции; входные барьеры при вступлении в отрасль; степень контроля или власти над ценой.

Наиболее серьезным препятствием, затрудняющим доступ новым фирмам на рынок, где хозяйствуют «старожилы» отрасли, выступают входные барьеры:

1. Правительство наделяет фирму исключительными правами на определенные виды деятельности посредством выдачи дипломов, лицензий, проведения конкурсов, аттестаций.[[1]](#footnote-1)

2. Собственность на невоспроизводимые и редкие ресурсы. Так, институт частной собственности используется монополией как средство самой эффективной преграды для потенциальных клиентов.

3. Авторские права и патенты.

4. Эффект масштаба, т.е. преимущества крупного производства, позволяющие наращивать объемы производства и снижать издержки.

5. Нелегальные методы борьбы с новыми потенциальными конкурентами (антиреклама, демпинговые цены, давление на поставщиков сырья, переманивание сотрудников, угрозы мафиозных структур и др.).

Анализ входных барьеров помогает понять, почему так различна концентрация рынка в различных сферах экономики, а также причины отклонения от идеальной модели рынка совершенной конкуренции, где действует множество атомизированных фирм.

В настоящее время экономическая теория выделяет в рамках несовершенной конкуренции ее три разновидности:

1. Чистую или абсолютную монополию (от греч. «monos» – один, единственный, «polio» – продаю);

2. Олигополию (от греч. «oligos» – немногий, немногочисленный);

3. Дифференциацию продукции, благодаря которой складывается многочисленная конкуренция.

В первом варианте (сугубо монополистическая конкуренция) на каком-либо определенном рынке устанавливается господство одного производителя (продавца) или одного покупателя (в этом случае используют термин «монопсония»), что порождает абсолютную власть такого монополиста (монопсониста) над ценами.

К примеру, если в небольшом городке единственное «серьезное» предприятие, скажем, маслосырзавод, то оно может оказаться монополистом на местном рынке молочных продуктов и монопсонистом на рынке труда как самый крупный покупатель рабочей силы.

Подобный феномен несовершенной конкуренции, почти не встречающийся на практике, означает полное отсутствие конкуренции и вправе рассматриваться как еще одна чисто абстрактная модель рынка.

Таким образом, в производстве и на рынке основными признаками монополизма являются: высокая концентрация хозяйственной деятельности в руках одной или нескольких объединившихся фирм; доминирующее, т.е. преобладающее положение этих фирм на рынке конкретных экономических благ; установление монопольных цен (завышенных при продаже и/или заниженных при покупке товаров) и благодаря этому получение для себя сверхприбылей. Суть конкретных действий монополиста сводится к тому, что, намеренно сокращая количество своих продаж и создавая тем самым искусственный дефицит на рынке, он добивается повышения цены. Монопсонист же, напротив, уменьшает закупки у своих поставщиков (к примеру, зерна, молока, картофеля у фермера), создает для них искусственные трудности сбыта продукции, вынуждая тем самым снижать цены.

Учитывая те обстоятельства, в силу которых одна фирма может стать единственным продавцом экономического блага на рынке, в экономической теории выделяют такие виды монополии: закрытая, открытая, естественная, организационная, простая.

Закрытая монополия защищена от конкуренции с помощью юридических ограничений (патенты, государственные лицензии, разрешения института авторских прав и т.п.). Так, в большинстве стран государство обладает исключительным правом на производство медицинских препаратов, продажу оружия и т.д.

Открытая или случайная монополия. В этом случае фирма на некоторое время становится единственным поставщиком какого-либо экономического блага, не обладая никакой специальной защитой от конкуренции. В такой ситуации часто оказываются фирмы, впервые появившиеся на рынке с новой продукцией.

Естественная монополия – отрасль, в которой долгосрочные средние издержки достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает полностью весь рынок. В такой отрасли минимальный эффективный масштаб производства близок (или даже превосходит) то количество, на которое рынок предъявляет спрос по любой цене, достаточный для покрытия издержек производства. В таком случае разукрупнение фирмы приведет к потере эффективности и экономии от эффекта масштаба. С естественными монополиями, в основе которых лежит экономия на масштабах производства, тесно связаны монополии, базирующиеся на владении уникальными природными ресурсами.

Простая монополия – монополия, которая продает в каждый конкретный момент времени свою продукцию по одной и той же цене всем покупателям.

Организационная (рукотворная) монополия представляет собой крупные межотраслевые объединения, создаваемые с целью поддержания какого-либо уровня цен или дележа совместно полученной прибыли. Такие объединения создаются намеренно путем концентрации в чьих-то руках определенной хозяйственно-управленческой деятельности. При этом для получения сверхприбылей и усиления рыночной власти сильные компании либо подавляют своих конкурентов (с помощью демпинга или бойкота); либо осуществляют так называемое враждебное поглощение соперников (скупая их акции, иногда анонимно); либо добровольно объединяются друг с другом (чаще путем взаимного обмена акциями) в различные союзы, чтобы не конкурировать, а упорядоченно и выгодно совместно владеть рынком; либо создают так называемые аффилированные компании, свои филиалы. Исторически сложились три главные формы монополистических союзов: картели, синдикаты и тресты. Основные различия между ними заключаются в широте соглашений между участниками и «плотности» их объединения Такая классификация видов монополий весьма условна. Некоторые фирмы могут принадлежать одновременно к нескольким видам монополий. К их числу, например, можно отнести фирмы, обслуживающие систему телефонной связи, а также электрические и газовые компании, которые могут быть отнесены как к естественной монополии (поскольку присутствует эффект экономии на масштабах), так и к закрытой (поскольку существуют барьеры для конкуренции). Классификация монополий может быть проведена с учетом временных интервалов. К примеру, патентное свидетельство делает фирму закрытой монополией в краткосрочном временном интервале, но такая монополия может оказаться открытой на долгосрочном интервале из-за ограниченности срока действия патента, а также из-за того, что конкуренты могут изобрести новые экономические блага.

По сути, все монополии могут считаться открытыми. Легальные барьеры, защищающие закрытые монополии от конкурентов, могут быть отменены судом. Преимущества в издержках естественных монополий могут быть сведены на нет изменениями в технологии, а «рукотворных» – разукрупнением компаний. Модель рынка совершенной конкуренции предполагает наиболее рациональное использование всех ресурсов общества, минимизацию издержек на производство и реализацию благ. Рынок несовершенной конкуренции (чистая монополия) предполагает, по сути, отклонения от состояния равновесия, складывающегося в условиях совершенной конкуренции. В конечном счете проблема монополии сводится к вопросу о степени власти над ценой, этим рыночным феноменом, не зависящим от воли и создания отдельного экономического агента в условиях совершенной конкуренции, что иллюстрируется горизонтальной линией спроса на продукцию

В условиях совершенной конкуренции производство ведется до той точки, где цена, по которой потребитель готов купить последнюю единицу блага, в точности равна альтернативным издержкам на ее производство (МС = АС =Р). Все возможные выгоды, получаемые от продажи, полностью реализуются в форме излишков производителей и потребителей. В условиях монополии производство прекращается, не достигнув этой точки. Излишек производителя больше, а потребителя меньше, чем при совершенной конкуренции. Некоторые потенциальные выгоды торговли остаются нереализованными, а из-за чистых потерь монополия считается одной из форм фиаско рынка.[[2]](#footnote-2)

Как уже отмечалось, различие между эффективным объемом производства и монопольным означает, что ресурсы недоиспользуются, и это вызывает потери с точки зрения общества.

Потери от несовершенной конкуренции можно оценить с помощью графика (рис. 1.1). Так, если бы цена устанавливалась на уровне К2 (точки пересечения кривой предельных издержек и кривой спроса), то цена Р2 соответствовала бы условиям совершенной конкуренции, т.е. МС = Р, и потребительский излишек был бы равен площади треугольника Р2ВК2.

Монополист устанавливает более высокую цену для извлечения максимальной прибыли на уровне Р1. Эта точка лежит на одной вертикали с точкой К, где пересекаются МС и MR. При этой цене объем предложения фирмы равен Q1, и он меньше того объема, который был бы при совершенной конкуренции: Q1< Q2. Потребительский излишек в этих условиях уменьшится до площади треугольника Р1ВК1. Даже при такой цене положение покупателя все-таки лучше в сравнении с ситуацией полного отсутствия товара на рынке. Однако самое важное – отчетливо видны графически чистые потери для общества: это треугольник КК1К2. Таким образом, монополия как бы разрывает на части излишек потребителя и излишек производителя: часть достигается самой монополии (затененный прямоугольник Р2Р1КС), а другая часть этого излишка потребителя в виде площади СК1К2 вообще теряется обществом и недостается никому. Также никому не достается часть излишка производителя (площадь треугольника КСК2). Это недополученное, а точнее, разрушенная часть богатства общества. [[3]](#footnote-3)

В

С

К1

К

МС

МR

Q

Р

D

### *Рис. 1.1. Потери от несовершенной конкуренции*

0

Р2

Р1

Q1

Q2

К2

Если бы монополист был в состоянии удерживать цену Q1 единиц блага на уровне Р1, а остальные (Q1 → Q2) продавать по цене Р2, то доход получили бы и фирма и потребитель. Чистые потери были бы сведены к нулю. Однако, если это простая монополия, то она вынуждена продавать все свои блага по единой цене. Такая фирма не может снизить цены с Р1 до Р2 на продукцию Q1 → Q2, не снизив цены на продукцию Q1[[4]](#footnote-4). Для простой монополии пересечение кривых MR и МС равнозначно прекращению действия всяких стимулов к дальнейшему производству при допущении относительно того, что не используется ценовая дискриминация.

Таким образом, системный анализ позволяет сделать важный вывод об эффективности чистой монополии и экономических последствиях ее господства.

1. Монополист вмешивается в механизм установления равновесия, нарушая соответствие интересов производителей и потребителей, недоиспользование ресурсов, дефицит продукции. Оптимум Парето при этом не соблюдается, поскольку монополия вызывает перераспределение богатства в свою пользу таким образом, что происходит снижение общественного благосостояния, усиление неравенства в обществе. Обычно критикуют монополистов неспециалисты прежде всего за то, что те выглядят богатыми и могущественными, а не за то, что их монополии неэффективны. Монополия может стать причиной фиаско рынка, если объем продаж окажется меньше того, при котором предельные издержки равны установленной цене. В итоге некоторые покупатели, которые готовы заплатить цену, превышающую предельные издержки, оказываются не в состоянии купить благо у фирмы-монополиста.

2. В долгосрочной перспективе монополист может чаще всего достичь положительного эффекта масштаба и аналогичных или даже низких средних общих издержек, как и конкурентная фирма. На практике часто обнаруживается так называемая «Х-неэффективность» монополиста, имеющая место тогда, когда фактические издержки больше минимальных. Причинами   
«Х-неэффективности» называют: отсутствие конкуренции и непроизводительные расходы, связанные с сохранением монополии, которые включаются в цену и компенсируются за счет покупателя.

3. Снижение стимулов у монополистов к техническому совершенствованию производства, повышению качества продукции, поскольку он огражден от конкуренции, что также наносит ущерб обществу. Однако такие выводы нельзя считать абсолютными. Дело в том, что в долгосрочном периоде совершенно конкурентные фирмы имеют нулевые прибыли, а полученный ими доход (выручка) полностью идет на оплату факторов производства. А это значит, что у них не остается средств к устойчивому интересу к техническому прогрессу. Прибыль, превышающую нормальную, получают лишь монопольные фирмы.

На этом основании Й. Шумпетер выдвинул предположение о роли монополии в обществе, известное в микроэкономике как гипотеза Шумпетера. В соответствии с его изысканиями, несмотря на потери для общества от монополии за счет более высоких цен и ограниченных объемов продаж при одних и тех же издержках, монополия играет ведущую роль в совершенствовании технологии и экономического развития, если закон конкуренции продолжает действовать. Полученная ее сверхприбыль позволяет проводить научно-исследовательские работы, изучать общественные потребности, оплачивать услуги, обеспечивающие экономическую безопасность и т.п. К тому же монополист имеет возможность идти на больший риск, вкладывать деньги в развитие производства, не опасаясь чрезмерно высоких инвестиций в отрасль.

Вместе с тем следует признать, что при разработке новых моделей монополистом имеет место строгое дозирование нововведений, и в погоне за внешним эффектом обновления может обнаружиться лишь имитация прогресса, желание угождать снобам.

Таким образом, отмечая позитивные и негативные стороны функционирования чистой монополии, следует признать, что в некоторых отраслях экономики наиболее эффективна организация производства на базе единственной фирмы (рис. 1.2).[[5]](#footnote-5) Важнейшим средством предотвращения перераспределения общественного богатства в пользу монополий является законодательное регулирование их деятельности; создание барьеров для повышения цен на производимые блага или для искусственного ограничения объемов производства, что также может вести к повышению цен.

Основные доводы «за»

Основные доводы «против»

**Монополия**

в определенных отраслях более эффективна

больше средств и стимулов к развитию НТП

нерациональное распределение ресурсов общества

усиление социального неравенства

возможность застоя и торможение НТП

опасность для демократии

Две противоположные тенденции

***Рис. 1.2.****Недостатки и преимущества чистой монополии*

Влияние установления предельной (фиксированной) цены на поведение монополии рассмотрим с помощью графика (рис. 1.3). Большие отклонения цен от долгосрочных предельных издержек (LMC) вызывают рост чистых потерь общества. Если же их величина ниже цены, то продукция производится в недостаточном объеме (дефицит); если превышает цену, то объем производства слишком большой (избыток). Следовательно, органам регулирования цен необходимо соблюдать баланс между интересами потребителей, для которых желательны низкие цены, и экономической жизнеспособностью производителя монополиста.

A

С

D

В

Е

LМС

МR

Q

Р

### *Рис. 1.3. Регулируемая монополия*

### *(установление предела цен)*

0

Р2

Р1

Q2

Q3

Q1

Регулируемая монополия предполагает, что государство устанавливает такой предел цены, при котором она не только возместит свои издержки, но и получит нормальную прибыль на вложенный капитал. Поэтому цена устанавливается на уровне пересечения LМC с кривой спроса D и потери общества минимизируются. Если же цена установлена выше LМC, то тем самым увеличивается прибыль монополиста, а чистые убытки общества возрастают. В этом случае государственные регулирующие органы не выполняют свою задачу по защите потребителя услуг отрасли и сокращению потерь общества.[[6]](#footnote-6)

Монопольная цена Р1, и она соответствует объему продаж Q1, при котором MR = LMC (точка В). Если устанавливается предельная цена государством («потолок») Р2, то монополист принимает ее как данное. Он ведет себя так, как если бы находился на конкурентном рынке и мог бы продавать по цене Р2 сколько пожелает, вплоть до объема Q3. Кривой спроса при цене Р2 является линия АСD. Предельный доход в таком случае равен цене при всех объемах продаж. Монополия же станет производить блага до точки, в которой MR = LMC (точка Е). Равновесный монопольный выпуск при установленной цене возрастет с Q1 до Q2. Однако дефицит остается, спрос на продукцию (Q3) превышает предлагаемое количество (Q2).

Если цены установлены на уровне, когда фирма возмещает убытки и получает нормальную прибыль, то у нее отсутствуют стимулы для минимизации своих издержек и улучшения качества продукции. В этой связи возникает задача органов регулирования – проверка обоснованности расходов фирм, учитываемая в издержках производства, и контроль качества продукции.

Одним из стимулов для снижения средних издержек может быть установление неизменных (фиксированных) цен в течение длительного периода. В таких случаях уменьшение издержек приводит к увеличению прибыли монополиста до момента пересмотра цен, тарифов за предоставляемую услугу.

В условиях отсутствия конкуренции ухудшение качества продукции не отражается на положении фирмы на рынке, поэтому так важно включать показатели качества в регулируемую цену или определять размеры компенсации потребителям за счет фирмы в случае снижения качества продукции ниже допустимого уровня.

**2.Положительные и отрицательные последствия монополизации рынка**

**2.1. Положительные стороны монополизации экономики**

Отношение общества и государства к различным формам несовершенной конкуренции всегда двойственно вследствие противоречивой роли монополий в экономике страны. С одной стороны, монополии могут ограничить выпуск продукции и установить более высокие цены в силу своего монопольного положения на рынке, что вызывает нерациональное распределение ресурсов и обусловливает усиление неравенства доходов. Монополия, безусловно, снижает жизненный уровень населения за счет более высоких цен. Далеко не всегда фирмы-монополисты используют в полной мере возможности для обеспечения НТП. Дело в том, что монополии не имеют достаточных стимулов для повышения эффективности за счет НТП, т.к. нет конкуренции.

С другой же стороны, существуют очень весомые аргументы в пользу монополий. Продукция монополистических компаний отличается высоким качеством, что и позволило им завоевать господствующее положение на рынке (кроме, однако, "естественных монополий", не всегда по праву получающих доступ к той или иной деятельности на рынке). Монополизация воздействует на повышение эффективности производства: только крупная фирма на защищенном рынке обладает достаточными средствами для успешного проведения научных исследований и разработок.

Вместе с тем не следует преувеличивать роль монополий в обеспечении научных исследований и опытно - конструкторских разработок. Практика свидетельствует, что многие крупные открытия в науке и технике осуществляются сравнительно небольшими, так называемыми венчурными (англ. venture - рискнуть) компаниями. На этой основе могут возникнуть крупные фирмы (великолепный пример - Microsoft, имевшая в 1981 году численность 100 сотрудников в США, ныне имеющую 16400 сотрудников в 49 странах, рыночную стоимость порядка $40 млрд. и годовой оборот $5 млрд.).

Кроме того, крупные масштабы производства позволяют снижать издержки и в целом экономить ресурсы. Так, повышение цен на нефть в результате действий стран ОПЕК крайне негативно сказалось на издержках во многих отраслях американской промышленности. Лишь использование крупными компаниями результатов научных исследований позволило перейти к топливосберегающим технологиям и снизить издержки.

Не следует также забывать и того, что крупные монополистические объединения (особенно межотраслевые, такие как металлургический завод, мгновенно ставший известным завод холодильников "Стинол", сборочный завод бытовой электроники) в случае экономического кризиса держатся дольше всех и раньше всех начинают выходить из кризиса, тем самым сдерживая спад производства и безработицу.

Учитывая двойственный характер монополистических объединений, правительства всех стран с капиталистически ориентированной экономикой стараются в какой-то мере противостоять монополизму, поддерживая и поощряя конкуренцию.

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.

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. Вывод: монополия порождает конкуренцию, а конкуренция – монополию.

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

Имеется значительное число предприятий, которые не входят в монополистические объединения и ведут тяжелое противоборство с ними. В каждой стране монополии встречают в числе конкурентов иностранные компании, приникающие на внутренний рынок.

Конкуренция (лат. «конкурро» - сталкиваться) – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Такое столкновение неизбежно и порождается объективными условиями: полной хозяйственной обособленностью каждого производителя, его полной зависимостью от коньюктуры рынка, противоборством со всеми другими товаровладельцами в борьбе за покупательский спрос. Рыночная борьба за выживание и экономическое процветание - экономический закон товарного хозяйства.

Высокие цены, по которым в монопольной отрасли сбывается основная масса выпущенной монополиями продукции, позволяют и немонополизированным предприятиям часто реализовать свои изделия по столь выгодным ценам. А в итоге соперничество между монополиями, так и конкуренция между последними и немонополизированными предприятиями ведут к некоторому снижению отраслевых цен.

В США мелкими и средними фирмами производится около половины валового национального продукта (ВНП), они создают больше половины рабочих мест. Их продукцию закупают крупные монополии, предпочитающие не рисковать при освоении новинок науки и техники. Таким образом, монополии содействуют развитию малых предприятий.

**2.2. Отрицательные факторы монополизации экономики**

Без ликвидации монополии в сфере производства и обращения ни о каком рынке речь идти не может, так как монополизм и рынок - вещи взаимоисключаимые.

В условиях чистой монополии все проводимые рыночные меры гипертрофируются, а иногда приносят результаты, абсолютно противоположные ожидаемым. Так, в недалеком прошлом, либерализация цен свелась к простому их повышению, укреплению позиций предприятий-монополистов, которые даже при сокращении объемов производства решают свои проблемы за счет конечных потребителей. В монополизированной экономике отсутствует корректная конкуренция, саморегуляция, а стало быть, и рыночная среда.

Монополизация тормозит структурную перестройку, поскольку отсутствует мотивация к труду, накоплению, расширению, обновлению, к технической реконструкции производства, что в конечном итоге приводит к физическому и моральному старению фондов и их «проеданию». Монополия тормозит научно-технический прогресс, приводит к застою во всех областях жизнедеятельности общества, к полной беззащитности потребителя.[[7]](#footnote-7)

Потери от несовершенной конкуренции можно проиллюстрировать графически (рис. 2.1) и таблично (табл. 2.1).

Рис. 2. 1. Последствия монополизации рынка

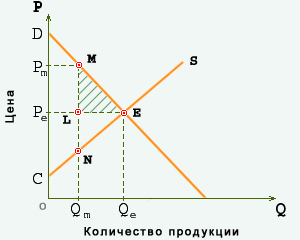


Таблица 2.1[[8]](#footnote-8)



Чистый убыток общества в результате монополизации рынка - это потери потребителя в результате сокращения объема производства ниже равновесного.

По подсчетам некоторых экономистов, убыток, возникающий в силу монополистического нерационального распределения ресурсов, в США достигает 2% валового национального продукта страны.

Таким образом, монополии, назначая цену выше равновесной, устанавливают объем производства ниже эффективного, что приводит к безвозвратным потерям общества. Деятельность монополий усиливает неравномерность распределения доходов, что может иметь негативные социально-политические последствия.

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

## 3.Антимонопольное законодательство и антимонопольное регулирование: мировой опыт и особенности в России

Под антимонопольным регулированием (регулированием в области конкуренции) понимается целенаправленная деятельность государственных органов управления по ослаблению рыночной власти, ее ограничению, предотвращению ее приобретения и злоупотребления ею экономическими субъектами, которая реализуется через систему соответствующих экономических, административных и законодательных мер. Основой антимонопольного регулирования является антимонопольное законодательство – совокупность законов и правовых норм, устанавливающих права, обязанности и ответственность экономических субъектов, возникающие в связи с их деятельностью по поводу ослабления конкуренции и злоупотребления рыночной властью.

Основные направления антимонопольного регулирования определяются антимонопольной политикой, к направлениям которой относятся: ограничение монополизации рынка; контроль слияний и поглощений, ценовой дискриминации и других методов нечестной конкуренции; защита прав потребителя; защита и поддержка малого и среднего бизнеса.

Антимонопольное регулирование впервые возникло в США в конце XIX века с принятием серии федеральных законов, названных антитрестовскими. В настоящее время оно направлено преимущественно на профилактику монополизации, то есть действий, противозаконных по своей сути и действий, законность которых определяется правилом разумности. В первом случае достаточно наличия факта незаконных действий или соглашений, подрывающих конкуренцию, чтобы вина фирмы была доказана. К ним относятся: горизонтальное фиксирование цен; горизонтальный сговор о доле рынка; согласованный отказ торговать; договоренность о взаимных продажах и закупках; связанные продажи (в ассортименте, установленном поставщиком). Во втором случае, по правилу разумности, все действия и соглашения, способные оказать антиконкурентное воздействие, должны подвергаться тщательному анализу, на основании чего и выносится решение.

Основы антитрестовского законодательства в США

Акт Шермана (1890). Запрещает контракты и объединения в форме треста (либо в иной форме), ограничивающие торговлю, тайную мо­нополизацию торговли или отрасли, единоличный контроль в той или иной отрасли, сговор о ценах.

Акт Клейтона (1914). Запрещает и предупреждает ограничительную деловую практику сбыта, ценовую дискриминацию (когда это не диктуется спецификой текущей конкуренции), горизонтальные слияния путем частичного или полного приобретения акционерного капитала компании-конкурента, ведущие к ограничению конкуренции и др.

Закон о Федеральной торговой комиссии (1914). Направлен на предотвращение и пресечение недобросовестных методов конкуренции и установление контроля за коммерческой этикой компаний. Федеральная торговая комиссия имеет право издавать инструкции и правила регулирования торговли, запретительные предписания, осуществлять контроль за деятельностью той или иной компании и при необходимости расследовать ее действия.

Акт Робинсона-Патмана (1936). Запрещает ограничительную деловую практику в сфере политики ценообразования в торговле: «ножницы цен», ценовая дискри­минация и др.[[9]](#footnote-9)

Поправка Уилера-Ли к закону «О Федеральной торговой комиссии» (1938). Расширила права Федеральной торговой комиссии в отношении компаний, наносящих вред не только конкурентам, но и потребителям и обществу в целом, а также в отношении ложной или вводящей в заблуждение рекламы и искаженной информации о качестве продуктов.

Поправка Селлера-Кефовера к Акту Клейтона (1950). Уточняет понятие незаконного слияния, запрещает слияния путем скупки активов, в отличие от акта Клейтона, ограничивает горизонтальные слияния путем приобретения неакционерного капитала компании и вертикальные слияния, ведущие к ограничению конкуренции.

Акт Харта-Скотта-Родино (1976). Ужесточает требования по предотвращению слияний, ориентированных на создание монополий или ослабление конкуренции, расширяет полномочия агентств по обеспечению выполнения антитрестовского законодательства.

Акт Таннея и Декрет согласия (1995). Приняты в связи с деятельностью компании Майкрософт и требуют, чтобы до введения какого-либо соглашения между компаниями суд определил, насколько отвечает это соглашение общественному интересу. Ужесточают контроль над отношениями между корпорациями и Правительством, над коррупцией, лоббированием корпорациями своих интересов в ущерб общественным. Роль суда заключается в тщательной проверке не только экспертного заключения Правительства о наличии нарушений антитрестовского законодательства, но и его беспристрастности.

Антимонопольная политика в Западной Европе направлена преимущественно против злоупотреблений на рынке и, в отличие от США, реализуется не через антимонопольное законодательство, а через законодательство в сфере поддержания конкуренции. Особенно активно оно формировалось после Второй мировой войны. Повышенное внимание уделяется контролю предприятий и их групп, занимающих доминирующее положение, соглашений между предприятиями; поддержке малого и среднего бизнеса; укреплению конкуренции; структурной перестройке экономики; охране прав потребителей. В отличие от США, в Европе создание монополий и соглашений запрещается, как правило, если они нарушают установленные условия свободы конкуренции. С подписанием Римского договора в 1957 г. были заложены принципы общеевропейского антимонопольного законодательства, которое основано на запрете, контроле и регулировании монополий, направлено против нарушений, препятствующих развитию интеграции, и, по сравнению с национальными законодательствами, является более мягким.

Антитрестовское регулирование в Канаде началось с конца XIX в. и имеет много общего с американским. Его отличительные особенности: применение против слияний, вызывающих рост концентрации рынка, снижения уровня тарифов на их товары; более лояльное, чем в США, отношение к монополизму, т.к. канадские фирмы испытывают больше трудностей в реализации эффекта экономии на масштабе; приоритет уголовного наказания за сговор, объединения, соглашения, направленные на ограничение конкуренции.

Антитрестовское регулирование в Японии сформировалось после Второй мировой войны под давлением США. Его особенностями являются: более терпимое отношение к монополизму; наличие различных исключений из антимонопольного законодательства для борьбы с временными спадами деловой активности или структурными кризисами, рационализации производства, развития внешней торговли, поддержки малого бизнеса и науки и т.д.

В Центральной и Восточной Европе антимонопольное регулирование развивается с началом системных реформ в 1990-е гг. и направлено на ликвидацию монопольного положения отдельных производителей, ограничение и пресечение монополистической деятельности, контроль межфирменных соглашений, пресечение недобросовестной конкуренции.

Российское антимонопольное законодательство не дает определение понятия “монополия”, поскольку в реальности чистых монополий нет[[10]](#footnote-10). Но есть предприятия, которым присущ главный признак монополии - значительная доля на рынке определенного товара. “Реальной монополией” считается хозяйствующий субъект, доля которого на рынке определенного товара составляет 65% и более. В таком случае говорят, что фирма занимает “доминирующее положение”. Доминирующим также признается положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара составляет от 35% до 65%, если это установлено антимонопольным органом.

Все предприятия, имеющие на рынке определенного товара долю более 35% заносятся в специальный реестр (региональный и федеральный рынок). Назначение реестра состоит в подготовке информационной базы данных о крупнейших субъектах рынка для осуществления государственного контроля за соблюдением ими антимонопольного законодательства. Всего в реестр включено около 6500 предприятий (1999 год). Включенные в реестр предприятия имеют следующее распределение по принципу отраслевой принадлежности: 22% - услуги жилищно-коммунального хозяйства, 13% - продукция производственно-технического назначения,28% - продукты питания, 5% - товары народного потребления, 21% - отдельные виды работ и услуг, 11% - хозяйствующие субъекты, относящиеся к сфере деятельности естественных монополий (для естественных монополистов на транспорте, в области связи и энергетическом комплексе составляются свои реестры). Из 6500 предприятий, входящих в реестр, долю более 35% на товарных рынках РФ имеют около 450 предприятий.[[11]](#footnote-11)

Изучая реестр можно придти к выводу, что российские монополисты федерального уровня – это, в основном, узкоспециализированные производства. Специфика их заключается в том, что они сознательно создавались государством в ходе проведения политики по усилению концентрации и углублению специализации производства, планомерного прикрепления поставщиков продукции к потребителям. Экономические кризисы показали, что такие производства являются очень неустойчивыми по сравнению с более диверсифицированными.

В российской экономике очень распространено такое явление как “локальный” монополизм. Вследствие ненасыщенности рынка отдельные предприятия в регионах невольно оказываются в положении монополистов. Такие предприятия занимаются переработкой сельскохозяйственной продукции, торговлей и бытовым обслуживанием в малонаселенных отдаленных пунктах. Предприятия жилищно-коммунального хозяйства – также локальные монополии.

Особое и значительное место в экономике России занимают естественные монополии. Естественная монополия – это монополия, при которой создание конкурентной среды на товарном рынке независимо от уровня спроса невозможно или экономически неэффективно при существующем уровне научно-технического прогресса.

Три главных естественных монополиста России:

·РАО “ЕЭС” (производство электроэнергии, услуги по передаче электроэнергии по высоковольтным линиям передач);

·ГАЗПРОМ (транспортировка газа по трубопроводам, реализация природного газа);

·МПС (железнодорожные перевозки);

Четвертым можно назвать “Ростелеком” (услуги междугородной и международной электрической связи).

Санкт-Петербургские естественные монополисты: ПТС, Водоканал, Метрополитен и др.

В независимости от того, является ли предприятие-монополист естественным или искусственным, каждое из таких предприятий обладает монопольной властью, т.е. способностью регулировать цену на производимый товар через ограничение предложения. Зачастую монополисты злоупотребляют этой властью, пытаясь ограничить конкуренцию, и таким образом причиняют ущерб потребителям. Такое явление называется монополистической деятельностью, и проявляется эта деятельность в форме ценовых злоупотреблений.

Предприятия-монополисты злоупотребляют своим особым положением устанавливая либо монопольно высокие, либо монопольно низкие цены. Сейчас в России практикуются монопольно высокие цены, а в странах с развитой конкуренцией – монопольно низкие, иногда демпинговые. Мониторинг более 200 цен показал, что свыше 1/3 предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке, завышают цены на товары и услуги.

Как правило, монопольно высокой ценой компенсируются необоснованные затратыпредприятий.

Анализ затрат предприятий-монополистов выявил две причины их роста:

1. отсутствие конкурентного давления на норму прибыли ведет к более слабому контролю над расходами;

2. искушение получить монопольную сверхприбыль может стимулировать увеличение расходов на усиление и защиту монопольного положения.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

1. Чистая монополия – это фирма, которая является единственным продавцом блага, не имеющего близких субститутов. Различают: закрытые монополии, юридически защищенные от конкурентов; открытые монополии, не защищенные от конкурентов; естественные монополии, которые защищены эффектом монополии на масштабах производства. Монопсония – ситуация, при которой на рынке выступает лишь один покупатель.
2. Монополист максимизирует прибыль, продавая такое количество благ, при котором предельный доход и предельные издержки равны *(MR = MC)*. Цена, устанавливаемая монополистом, определяется высотой кривой спроса *(D)* в точке продаж, обеспечивающих максимум прибыли. Она всегда выше предельных издержек *(Р > MC > MR)*; так как монополист в состоянии изменить объем производства и цену блага, то для него не существует кривой предложения.
3. По сравнению с совершенной конкуренцией монополия, максимизирующая прибыль, стремится произвести меньшее количество благ и установить более высокую цену на свой труд. В результате общество несет потери (социальная цена), возникающие из-за того, что производится меньше, чем позволяют ресурсы, а высокие цены монополиста позволяют ему перераспределять в свою пользу часть доходов потребителей.
4. Монополистические тенденции на сегодняшний день выделяются рядом факторов. К ним относится, прежде всего, научно-техническая революция (НТР), которая начала разворачиваться в странах с развитой промышленностью с середины 50-х годов. Совершенствуя всю систему производительных сил, НТР обусловила значительное сокращение материалоемкости, энергоемкости, капиталоемкости продукции, уменьшение масштабов высокоэффективных предприятий в отдельных отраслях. Названные процессы привели к тому, что в разряд высокоэффективных рентабельных предприятий стали попадать не только монополистические объединения, но и средние и часть малых предприятий. НТР также усиливает конкуренцию, поскольку создает условия для ухудшения положения той или другой монополии путем появления на рынке нового продукта вместо традиционного. Поток научных открытий и нововведений подрывает стабильность позиций отдельных монополистических объединений.
5. Антимонопольная политика в России развита еще не достаточно хорошо, но имеет тенденции к росту. Причем, я думаю, она будет развиваться в отношении всех видов монополистических образований. А это является важным стимулом российской экономики.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ**

**Источники**

1. Кенэ Ф., “Избранные экономические произведения”, М., 1960 год;
2. К. Макконнелл, С. Брю. Экономикс. М., 1992 год;
3. Самуэльсон П. “Экономика”, М.,1964 год;

**Литература**

1. Базылева Н. И., Гурко С. П.“Экономическая теория”. Минск: БГЭУ, 1999
2. Дж. Вильсон, Цапелик В. “Естественные монополии России” //Вопросы

экономики 2005, № 11;

1. Лившин Я.И., “Монополии в экономике России”, М., 2000
2. Д. Линдсей, Э. Долан. “Рынок: микроэкономическая модель”. С.-

Пб.,1992;

1. Максимова В.Ф. “Рыночная экономика” (учебник). М.: Соминтек,2001
2. Менкью Н. Г. “Принципы экономикс”. С.-Пб: ПитерКом, 1999
3. Пигу А. “Экономическая теория благосостояния”. М., 1999

13. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. “Экономика”. М.,2005

1. Хейне П. “Экономический образ мышления”. М.: Дело, 2006
2. Нуреев Р.М. Основы экономической теории. М.,2007
3. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. М., 2001. Т. 1.
4. Стиглиц Дж. Ю. Экономика государственного сектора. Москва:

Издательство МГУ и Издательство ИНФРА-М, 2000.

1. Нуреев Р.М. Основы экономической теории. М.,2007. С. 56. [↑](#footnote-ref-1)
2. Нуреев Р.М. Основы экономической теории. М.,2007. С. 51. [↑](#footnote-ref-2)
3. Базылева Н. И., Гурко С. П.“Экономическая теория”. Минск: БГЭУ, 1999. С. 43. [↑](#footnote-ref-3)
4. Базылева Н. И., Гурко С. П.“Экономическая теория”. Минск: БГЭУ, 1999. С. 47. [↑](#footnote-ref-4)
5. Нуреев Р.М. Основы экономической теории. М.,2007. С. 120. [↑](#footnote-ref-5)
6. Стиглиц Дж. Ю. Экономика государственного сектора. М.;, 2000. С. 173. [↑](#footnote-ref-6)
7. Базылева Н. И., Гурко С. П.“Экономическая теория”. Минск: БГЭУ, 1999. С. 65. [↑](#footnote-ref-7)
8. Нуреев Р.М. Основы экономической теории. М.,2007. С. 125. [↑](#footnote-ref-8)
9. Базылева Н. И., Гурко С. П.“Экономическая теория”. Минск: БГЭУ, 1999. С. 78. [↑](#footnote-ref-9)
10. Дж. Вильсон, Цапелик В. “Естественные монополии России” //Вопросы

    экономики 2005, № 11; С. 25. [↑](#footnote-ref-10)
11. Стиглиц Дж. Ю. Экономика государственного сектора. М.;, 2000. С. 21. [↑](#footnote-ref-11)