МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

 ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛИАЛ В Г. ТОБОЛЬСКЕ

Курсовая работа

на Тему: Экономические последствия монополизма

по дисциплине: Экономическая теория.

 Выполнила: Темникова Елена Сергеевна

 Студентка 1 курса, № группы: 2510

 Специальность: «Финансы и Кредит»

 Научный руководитель: Никифорова А.С.

Тобольск, 2010

План

Введение.

1. Понятие, виды монополизма и его экономическая природа.
	1. Монополистические рынки как проявление монополизма.
	2. Монополизм как противоправное поведение хозяйствующих субъектов и органов управления.
2. Влияние монополизма на экономику.

2.1. Критика Монополизма.

2.2. Антимонопольная государственная политика РФ.

Заключение.

Библиографический список.

Введение

Предметом настоящей работы являются экономические последствия монополизма.

В настоящее время огромное значение в Российской Федерация, да и во всём мире, приобрела проблема экономических последствий монополизма.

По мнению экспертов, одной из основных фундаментальных причин мировой депрессии, первопричин экономического кризиса является загнивание глобальных монополий.

Монополизация всех сторон жизни – неизменный атрибут России еще с дореволюционных времен. В сфере политики она выражается в непререкаемости существующей власти, нетерпимости к оппозиции. Экономический монополизм оборачивается запредельной концентрацией активов и затрудненным входом на рынки для "новичков". Если в 2000 году 500 крупнейших компаний РФ обеспечивали примерно 56 % ВВП, то в 2007 году – 81 %. Сегодня больше 50 % предприятий не имеют внутренней конкуренции. А общий итог политико-экономической монополизации России – низкое качество жизни «неэлитного» гражданина, по существу, почти бедность в почти богатой стране.

Вышеизложенные обстоятельства свидетельствуют о высокой степени актуальности темы настоящей работы.

Объектом данной работы является экономическая природа монополистических рынков (чистая монополия, олигополия), а также противоправной монополистической деятельности, недобросовестной конкуренции и ограничивающих конкуренцию актов, действий (бездействия), соглашений, согласованных действий органов государственной власти, органов местного самоуправления.

1. Понятие, виды монополизма и его экономическая природа.

Монополистические рынки как проявление монополизма.

Одним из значений термина «монополизм» в настоящее время является господство на рынке товаров и услуг одного производителя, продавца или сравнительно небольшой группы производителей, продавцов, объединившихся в целях захвата рынка, вытеснения конкурентов, продающих данный или аналогичный товар, контроля цен.

Употребляя понятие «монополизм» в первом значении мы говорим о таких разновидностях монополистических рынков как:

* + чистая монополия;
	+ олигополия.

Фирма считается чистой (абсолютной) монополией тогда, когда она является единственным поставщиком однородного товара, так что границы фирмы расширяются до масштабов отрасли. Выпуск продукции монополистической фирмой необходимо поэтому сравнивать с выпуском продукции отрасли в условиях совершенной конкуренции.

Признаки чистой (абсолютной) монополии:

* один продавец на рынке;
* отсутствуют близкие заменители товара;
* существуют непреодолимые барьеры входа на рынок;
* продавец способен влиять на цену.

Чистая монополия возникает там, где существует только один продавец и отсутствуют реальные альтернативы – нет товаров субститутов, а выпускаемый продукт однороден и уникален.

В этом случае фирма получает реальную власть с точки зрения реализации продукции: в известной мере контролирует цену и влияет на неё, изменяя количество.

Чистая (абсолютная) монополия появляется на рынке тогда, когда при вступлении в отрасль или ухода из неё существуют входные и выходные барьеры.

Характер барьеров может быть разным. Они могут быть обусловлены высоким уровнем капиталоёмкости, вследствие чего фирма экономит на масштабах производства (автомобильная промышленность), тарифными скидками (воздушные перевозки), территориальным размещением магазинов (розничная торговля), естественной монополией (производство и передача электроэнергии). Барьеры подобного рода называются входными.

Выходные барьеры также обуславливают сохранение монополий, так как принуждают хозяйственные единицы продолжать функционировать в отраслях, где низкая рентабельность или отсутствуют доходы на капитал (судостроение, сталелитейная промышленность).

Примерами выходных барьеров могут служить: необходимость списания крупных инвестиций; нежелание утратить свой имидж; честолюбие менеджера; вмешательство правительства; большие затраты на ликвидацию предприятия; профсоюзная оппозиция; протесты поставщиков, клиентуры и дилеров.

Поскольку чистый монополист является единственным поставщиком какого-то товара или услуги, он фактически представляет отрасль и имеет дело с рыночной линией спроса. Эта линия показывает цены, по которым чистый монополист может продавать свой товар при разных объёмах выпуска. В задачу поставщика входит выбрать выгодный для него объём продаж и в соответствии с линией спроса установить цену. Поставщик изучает, как много потребители согласны платить за его товар при том или ином объёме выпуска, затем определяет объём при котором предельные издержки равны предельному доходу, и назначает ту цену, которую при выбранном объёме потребители готовы платить.

Разновидностью монополии является абсолютная монопсония, которая в отсутствие каких-либо конкурентов полностью контролирует скупку продукции множества товаропроизводителей по установленной ею цене.

Олигополия – это такой рынок, на котором работают всего несколько фирм, и поэтому каждая фирма своими действиями может оказать существенное влияние на условия работников остальных участников рынка. Примерами олигополии могут служить рынки стали, автомобилей, самолётов.

Поскольку при олигополии фирм немного, участники хорошо знают друг друга и каждому участнику приходится действовать с учётом возможной реакции других фирм. Позиция каждой фирмы в отрасли более или менее определена, каждая знает свою долю на рынке, поэтому поведение фирм диктуется двумя основными мотивами: получение максимальной прибыли для отрасли и получение максимальной собственной прибыли. Вход на рынок для новой фирмы при олигополии сложен, тоже есть барьеры, но они преодолеваются легче, чем при чистой монополии.

Олигополисты могут объединиться в картель и действовать на рынке сообща, как чистый монополист. Объединив усилия компании могут ограничить объём выпуска, поднять цены и получать максимально достижимую прибыль.

Монополизм как противоправное поведение хозяйствующих субъектов и органов управления.

Вторым значением термина «монополизм» является деятельность хозяйствующих субъектов, органов управления, направленная на устранение конкуренции, установление доминирующего положения одного участника рынка посредством недобросовестной конкуренции и вытеснения других участников.

Понятие «монополизм» в данном значении в полной мере раскрывается Федеральным законом от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Федеральный закон №135-ФЗ).

Федеральный закон №135-ФЗ выделяет следующие разновидности монополизма:

* монополистическая деятельность, недобросовестная конкуренция;
* ограничивающие конкуренцию акты и действия (бездействие), соглашения, согласованные действия органов государственной власти, органов местного самоуправления.

 Действия (бездействие), являющиеся монополистической деятельностью, недобросовестной конкуренцией, определены статьями 10, 11, 14 главы 2 Федерального закон №135-ФЗ.

Согласно статье 10 Федерального закона №135-ФЗ, запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц, в том числе следующие действия (бездействие):

1) установление, поддержание монопольно высокой или монопольно низкой цены товара;

2) изъятие товара из обращения, если результатом такого изъятия явилось повышение цены товара;

3) навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (экономически или технологически не обоснованные и (или) прямо не предусмотренные федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами требования о передаче финансовых средств, иного имущества, в том числе имущественных прав, а также согласие заключить договор при условии внесения в него положений относительно товара, в котором контрагент не заинтересован, и другие требования);

4) экономически или технологически не обоснованные сокращение или прекращение производства товара, если на этот товар имеется спрос или размещены заказы на его поставки при наличии возможности его рентабельного производства, а также если такое сокращение или такое прекращение производства товара прямо не предусмотрено федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами;

5) экономически или технологически не обоснованные отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями (заказчиками) в случае наличия возможности производства или поставок соответствующего товара, а также в случае, если такой отказ или такое уклонение прямо не предусмотрены федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами;

6) экономически, технологически и иным образом не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар, если иное не установлено федеральным законом;

7) установление финансовой организацией необоснованно высокой или необоснованно низкой цены финансовой услуги;

8) создание дискриминационных условий;

9) создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам;

10) нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования.

В соответствии со статьёй 11 Федерального закона №135-ФЗ, запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами или согласованные действия хозяйствующих субъектов на товарном рынке, если такие соглашения или согласованные действия приводят или могут привести к:

1) установлению или поддержанию цен (тарифов), скидок, надбавок (доплат), наценок;

2) повышению, снижению или поддержанию цен на торгах;

3) разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков);

4) экономически или технологически не обоснованному отказу от заключения договоров с определенными продавцами либо покупателями (заказчиками), если такой отказ прямо не предусмотрен федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации;

(в ред. Федерального закона от 17.07.2009 N 164-ФЗ)

5) навязыванию контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (необоснованные требования о передаче финансовых средств, иного имущества, в том числе имущественных прав, а также согласие заключить договор при условии внесения в него положений относительно товаров, в которых контрагент не заинтересован, и другие требования);

6) экономически, технологически и иным образом не обоснованному установлению различных цен (тарифов) на один и тот же товар;

7) сокращению или прекращению производства товаров, на которые имеется спрос либо на поставки которых размещены заказы при наличии возможности их рентабельного производства;

8) созданию препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам;

9) установлению условий членства (участия) в профессиональных и иных объединениях, если такие условия приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, а также к установлению необоснованных критериев членства, являющихся препятствиями для участия в платежных или иных системах, без участия в которых конкурирующие между собой финансовые организации не смогут оказать необходимые финансовые услуги.

Статьёй 14 Федерального закона №135-ФЗ установлен запрет недобросовестной конкуренции, в том числе:

1) распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации;

2) введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей;

3) некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами;

4) продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг;

5) незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну.

Также данная статья запрещает недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг.

Ограничивающие конкуренцию акты и действия (бездействие), соглашения, согласованные действия органов государственной власти, органов местного самоуправления определены статьями 15, 16 Федерального закона №135-ФЗ.

Согласно статьи 15 Федерального закона №135-ФЗ, органам государственной власти, местного самоуправления запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в частности запрещается:

1) введение ограничений в отношении создания хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере деятельности, а также установление запретов или введение ограничений в отношении осуществления отдельных видов деятельности или производства определенных видов товаров;

2) необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами, в том числе путем установления не предусмотренных законодательством Российской Федерации требований к товарам или к хозяйствующим субъектам;

3) установление запретов или введение ограничений в отношении свободного перемещения товаров в Российской Федерации, иных ограничений прав хозяйствующих субъектов на продажу, покупку, иное приобретение, обмен товаров;

4) дача хозяйствующим субъектам указаний о первоочередных поставках товаров для определенной категории покупателей (заказчиков) или о заключении в приоритетном порядке договоров;

5) установление для приобретателей товаров ограничений выбора хозяйствующих субъектов, которые предоставляют такие товары;

6) предоставление хозяйствующему субъекту доступа к информации в приоритетном порядке;

(п. 6 введен Федеральным законом от 17.07.2009 N 164-ФЗ)

7) предоставление государственной или муниципальной преференции в нарушение порядка, установленного главой 5 Федерального закона №135-ФЗ.

В соответствии со статьёй 16 Федерального закона №135-ФЗ, запрещаются соглашения между органам государственной власти, местного самоуправления или между ними и хозяйствующими субъектами либо осуществление этими органами и организациями согласованных действий, если такие соглашения или такое осуществление согласованных действий приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в частности к:

1) повышению, снижению или поддержанию цен (тарифов), за исключением случаев, если такие соглашения предусмотрены федеральными законами или нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации;

2) экономически, технологически и иным образом не обоснованному установлению различных цен (тарифов) на один и тот же товар;

3) разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо по составу продавцов или покупателей (заказчиков);

4) ограничению доступа на товарный рынок, выхода из товарного рынка или устранению с него хозяйствующих субъектов.

1. Влияние монополизма на экономику.

Критика Монополизма.

Монополии как участники рыночных сделок – в отличие от мелких товаровладельцев (способных изменять только свои индивидуальные цены) – могут сами устанавливать рыночные цены. При этом они очень своеобразно используют закон цены по массовому спросу и закон цены по массовому предложению.

Монополии, продающие товары в массовом порядке в своих интересах используют закон цены по предложению. Они намеренно уменьшают продажу своих товаров (снижают объём предложения), чтобы создать искусственный дефицит продуктов. Нехватка рыночных благ ведёт к росту монопольно высокой цены. Так, последние годы не редко в России и других странах предприятия монополисты, производящие и сбывающие бензин, резко сокращали продажу моторного топлива, с тем чтобы на повышенном спросе на него поднять цену на предложение.

Монопсония, закупающая большие факторы товаров у мелких производителей, своеобразно использует закон цены по спросу. Заранее скупая, например, сельскохозяйственное сырье по низким ценам и создавая его большие запасы монопсония в период сбора урожая устанавливает монопольно низкую цену на закупаемую продукцию. Такая цена дает монопсонии желаемую выгоду. Ее выигрыш возрастает с каждым новым снижением закупочных цен, что является результатом преднамеренного создания зоны избытка сбываемой продукции.

Наконец, фирма, одновременно являющаяся монополией и монопсонией удваивает свой доход по средствам так называемых ножниц цен. Речь идет о монопольно высоких и монопольно низких ценах, уровня которых удаляются друг от друга подобно расходящимся лезвием ножниц. Такое движение цен основывается на расширении зон избытка и дефицита товаров. Оно характерно для многих предприятий обрабатывающей промышленности, которые - особенно в условиях инфляции – устанавливают цены на свои готовые изделия в несколько раз выше чем увеличиваются цены в отраслях добывающей промышленности. В нашей стране ножницы цен использовались особенно широко в период индустриализации народного хозяйства. Государство, выполняя роль монополии и монопсонии, устанавливало относительно высокие цены на промышленные изделия и очень низкие закупочные цены на сельскохозяйственное сырье, чем нанесло большой ущерб экономике села. До последнего времени такого рода ножницы не устранены.

Так, за период с июля 2007 года по июль 2008 года ржаной хлеб подорожал в столичных магазинах на 80–90%. При этом рост цен на продовольственную рожь, по данным аналитического центра «СовЭкон», составил всего 10%: год назад тонна стоила 5 тыс. руб., сейчас – 5,5 тыс. С молоком ситуация еще более странная. Закупочные цены снижаются с начала года: если в январе, по данным Минсельхоза, производитель получал за литр сырого молока 11,3 руб., то в июне – лишь 7,9. В рознице картина обратная: в январе литровый пакет продукта стоил в среднем по стране 21,2 руб., в июне – 24,2.

Представители Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ) уверены, что причина этого необъяснимого с точки зрения нормальной экономики безобразия – монополизм поставщиков. «На оптовом рынке продовольствия очень высокий уровень консолидации, игроков немного, и конкуренция низкая. Доли многих поставщиков превышают 35% и доходят до 80%. В первую очередь это касается поставок хлеба, молочных продуктов, мяса и птицы. Если устранить злоупотребления посредников, розничные цены снизятся на 10–15%», – считает председатель президиума АКОРТ Лев Хасис. В Торгово-промышленной палате РФ сверхвысокие цены на молоко в Москве (около 35 руб. за литр) объяснили тем же – монополизмом в оптовой сфере. По словам экспертов ТПП, на всю столицу работают всего 3 поставщика, что крайне негативно сказывается на росте цен.

В результате вышеизложенного, по состоянию на 2008 год при росте физических объемов потребления продовольствия более чем на 10% в год темпы роста производства в сельском хозяйстве составляли неприлично низкие 2–3%.

Подобная ситуация автоматически означает увеличение зависимости России от продовольственного импорта, а значит – дополнительные инфляционные риски.

Похожая ситуация – на рынке нефтепродуктов.

Рост цен на автобензины по итогам первых четырех месяцев 2008 года составил 7,8%.

Принято объяснять его взаимосвязью с мировыми ценами на нефть.

Однако торговля российскими нефтепродуктами на международных рынках ограничена, спроса на них в Европе нет, вывозят их обычно на вторичную переработку, однако мощности европейских НПЗ для этого невелики. Внутренний рынок нефтепродуктов в значительной степени заперт. При этом собственно оптовая цена на нефтепродукты, отражающая издержки добычи, транспортировки и переработки нефти, ровно в два раза ниже розничной. Например, в Москве в мае 2008 года литр 92-го бензина стоит в рознице 21 рубль, а отпускная цена НПЗ – 10 рублей.

Такой кратной разницы между оптовыми и розничными ценами на нефтепродукты нет практически нигде в мире, и объясняется она одним – локальным монополизмом региональных картелей поставщиков топлива.

Ещё одним основанием для критики монополизма может быть то, что из-за отсутствия конкуренции качество его товаров и услуг может снижаться и при этом у потребителя не будет возможности сменить поставщика. В то же время «монополист» может устроить себе лёгкую жизнь и допустить издержки производства большие, чем это необходимо.

Особо хочется остановиться на следующих негативных монопольных проявлениях.

В настоящее время серьезную угрозу стратегической стабильности и экономической безопасности субъектов РФ представляет сращивание коррупции с крупными хозяйствующими субъектами в регионе и фактическое возникновение на этой основе своего рода государственных монополий.

Одной из современных особенностей проявления коррупции, и прежде всего в субъектах РФ, является создание крупных коммерческих структур при органах региональной власти, фактически представляющих собой региональные монопольные бизнес-образования, которые подавляют всякую конкуренцию в сфере своей деятельности. Сам по себе монополизм, когда он складывается по естественным законам рынка и является следствием концентрации и централизации капитала, хоть и несет в себе угрозы ограничения конкуренции, все-таки является объектом антимонопольного регулирования и в принципе находится под контролем соответствующих антимонопольных органов государства.

Вместе с тем там, где монополизм возникает как государственная монополия, хозяйственные структуры, осуществляющие свою деятельность при органах исполнительной власти, что особенно характерно для региональных и муниципальных органов власти, там всегда есть место для монопольных злоупотреблений и произрастания коррупции.

В последние годы участились случаи появления крупных хозяйственных структур в сфере региональных систем жизнеобеспечения, городского транспорта, ЖКХ и др., как правило, ведущих свою хозяйственную деятельность при органах исполнительной власти, а зачастую наделенных функциями органов государственной власти. Такие коммерческие организации наделяются эксклюзивными правами по производству, распределению товара в определенной сфере (работы, услуги) и/или доступа к ограниченному ресурсу. Подобная деятельность при всесторонней поддержке органа исполнительной власти не поддается контролю со стороны соответствующих антимонопольных органов, хотя и однозначно расценивается как ограничивающая конкуренцию на товарных рынках. Региональная коррупция обеспечивает административное сопровождение и поддержку создаваемым под эгидой власти предприятиям-монополистам и, соответственно, получает часть выгоды от реализуемых монопольных сверхдоходов.

Зачастую экономические монополисты стремятся к сращиванию любой ценой с монополистами политическими, в каждой сколько-нибудь крупной корпорации активно действуют департаменты по работе с госорганами и соответствующие специалисты (GR-менеджер (от англ. government relations manager- «менеджер по связям с органами власти»). Масштабы такой деятельности и расходы на нее поражают воображение. Рыночная конкуренция, ставка на производительность труда и инновации подменяются куда более плодоносным в российских условиях соревнованием «кто с кем быстрее срастется». Зачем тратить массу сил и средств на конкурентную борьбу по гласным законам, если куда дешевле негласно избавиться от конкурента или, по крайней мере, серьезно подорвать его репутацию, «натравив» налоговые, таможенные или те же антимонопольные органы.

3. Антимонопольная государственная политика РФ.

19 мая 2009 года Председатель Правительства РФ Владимир Путин распоряжением N691-р утвердил Программу развития конкуренции в РФ и План мероприятий по реализации программы развития конкуренции в РФ на 2009-2012 гг.

Конкурентная политика представляет собой комплекс последовательных мер, осуществляемых государством в целях обеспечения условий для состязательности хозяйствующих субъектов, повышения эффективности и конкурентоспособности российской экономики, модернизации предприятий и создания условий для обеспечения экономически эффективным способом потребностей граждан в товарах и услугах.

Развитие международного сотрудничества РФ в области конкурентной политики является важным фактором, обеспечивающим защиту конкуренции на внутреннем рынке РФ и способствующим доступу российских экспортеров и инвесторов на внешние рынки.

Задача развития конкуренции требует совершенствования использования всех инструментов экономического регулирования, в том числе налоговой политики, таможенно-тарифного регулирования, планирования, государственных закупок и тарифного регулирования естественных монополий.

В целях создания максимально благоприятных условий для ведения малого и среднего бизнеса необходима реализация мероприятий, направленных на снижение административного давления.

Важной антикризисной мерой является поддержка спроса путем расширения закупок для госнужд, а также нужд госкорпораций и субъектов естественных монополий.

Конкурентная политика в условиях кризиса должна предусматривать реализацию следующих мер:

- следует существенно снизить издержки входа на рынок, в том числе путем снижения административных барьеров в отраслях с ярко выраженными препятствиями входа;

- при осуществлении контроля, в том числе антимонопольного, необходимо сместить акцент с контроля за действиями хозяйствующих субъектов в сторону более тщательного контроля за действиями органов власти;

- нужно упростить доступ к инфраструктуре естественных монополий, ввести ускоренную процедуру рассмотрения нарушений правил недискриминационного доступа к услугам естественных монополий, установить ответственность за их нарушение в форме дисквалификации виновных должностных лиц. Необходимо утверждение правил недискриминационного доступа к системе магистральных и распределительных газопроводов;

- должно быть сокращено количество сделок, подлежащих предварительному согласованию с ФАС России, в первую очередь необходимо исключить обязательное согласование сделок внутри группы лиц;

- требуется формирование эффективной, максимально доступной и прозрачной конкурсной системы размещения государственных заказов, заказов государственных корпораций и естественных монополий, в том числе путем расширения практики размещения заказов на электронных аукционах.

Заключение.

Подводя итоги работе, необходимо заметить, что цели и задачи, поставленные раннее и сформулированные во введении, были достигнуты. Это позволяет сделать некоторые выводы.

Во-первых, следует отметить, что основной отрицательной стороной монополизации является избыточная власть фирм-монополистов. Круг тех, кто может вести бизнес, неуклонно сужается и делает монополистичной всю экономику. Новым компаниям тяжело или практически невозможно выйти на рынок, что разрушает саму структуру предпринимательства. Недостаточный приток на рынок новых компаний не дает развиваться здоровой конкуренции, в результате чего у компаний нет стимула к повышению эффективности труда. При монополизме расцветает паразитизм в экономике, мнение о том, что деньги можно заработать только при «особом» отношении с властью. Монополизм в экономике способствует коррупции. Все это не способствует развитию экономики в целом, тормозит возникновение и развитию новых конкурентоспособных предприятий. Отсутствие эффективной налоговой и юридической систем тоже не способствует развитию бизнеса. В итоге многие компании работают в расчете на краткосрочные перспективы, уводят деньги за границу, неохотно инвестируют их в производство. Все это негативно оказывается на экономике страны.

В России на данном этапе проблема монополизации перестает быть чисто экономической, и все больше становится политической. Однако, общеизвестно, что у экономики, прежде всего, не должно быть политической принадлежности. И только тогда государство в полном объеме сможет заменить десятилетиями складывающиеся монополии свободным и самоорганизующимся рынком. Окончательная цель заключается в том, чтобы на рынке остались лишь те предприятия, которые обеспечат более высокое качество товара, относительно более низкие цены и быструю сменяемость ассортимента.

Библиографический список.

1. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б.Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М,2007. — 495 с.;
2. Федеральный закон от 26.07.2006г. №135-ФЗ «О защите конкуренции»// «Российская газета», №162, 27.07.2006г.;
3. Борисов Е. Ф. Экономическая теория: учеб. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008, - 544 с.;
4. Архипов А. И. Экономика: учеб. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2009. - 848 с.;
5. Елисеев А. С. Экономика: Бизнес-курс МВА. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2008. – 498 с.;
6. Коррупция как системная угроза стабильности и экономической безопасности Российской Федерации: статья // «Налоги» (журнал), 2008, Специальный выпуск, Январь;
7. Журабаев Е. Демонополизация России. Чего ждать от новой Программы развития конкуренции: статья // <http://www.novopol.ru/-demonopolizatsiya-rossii-text68941.html> - интернет-журнал «Новая Политика»;
8. Программа развития конкуренции в РФ на 2009-2012 годы // <http://www.rb.ru/inform/110927.html>
9. В повышении цен на продукты виноват монополизм поставщиков: статья // <http://www.optifood.ru/analytics/article/147/4808.php>, 17.07.2008г.;
10. В. Милов Инфляция – дочь монополизма: статья // <http://www.gazeta.ru/column/milov/2727882.shtml>, 19.05.2008г..