

Содержание:

Введение

Конкуренция является неотъемлемым признаком рыночной системы и основной движущей силой ее эффективного развития. Именно конкуренция стимулирует предпринимателя и направляет его экономический интерес (в виде получения экономической прибыли) к сокращению издержек, расширению объемов производства, внедрению инноваций, которые, в результате, становятся достоянием общества. Здоровая конкуренция позитивно отражается на экономическом росте страны. В России конкурентная среда формировалась не эволюционным путем, как в большинстве развитых стран, а путем создания институциональных условий для конкурентного поведения экономических субъектов.

Новая российская экономика, за время своего развития, сопровождалась кризисами экономической и политической нестабильности, негативно влияя тем самым на условия и формы конкурентных отношений. Современная экономическая действительность, характеризующаяся трансформацией экономических отношений, глобализацией бизнеса, интеграцией России в мировое пространство, возлагает на развитие конкурентных отношений еще большую ответственность за улучшение экономических, инновационных показателей, качества жизни и благосостояния общества.

Озабоченность современных аналитиков вызвана, прежде всего, тем, что большинство отечественных предприятий с их неконкурентоспособными товарами, не может выдержать конкуренции с импортом. Поэтому особую актуальность приобретает решение вопросов, связанных с выбором путей экономического развития России, основанных на инновациях. Этому может способствовать создание оптимальных мотивационных условий, как для бизнеса, так и для работников для эффективного развития конкурентных отношений.

Существенный вклад в современную теорию конкуренции внесли зарубежные исследователи А. Брандбургер, Б. Нейлбафф, Д. Тапскотт, Э. Уильямс, которые пришли к выводу, что в современном мире наиболее эффективной формой конкурентных отношений является «соконкуренция», основанная на сочетании в

себе ранее альтернативных понятий – сотрудничества и конкуренции.

Конкурентные отношения рассматриваются во взаимосвязи (или параллельно) с иными фундаментальными экономическими процессами. В этой связи необходимо назвать работы С.Б. Авдашевой, Г. Л. Азоева, М. И. Гельвановского, В. П. Горева, В. А. Гордеева, Ю. Б. Рубина, С. Г. Светунькова, Н. И. Усик, Р. А. Фатхутдинова, А. Е. Шаститко, А. Ю. Юданова.

Конкуренция не статична, она развивается под воздействием различных факторов, трансформируются формы и методы конкурентных отношений, изменяются критерии конкурентных преимуществ, конкурентоспособности и т.д. Данное обстоятельство обуславливает актуальность дальнейшего изучения специфики конкурентных отношений в современной экономике России и решения вопросов, связанных с мотивацией конкурентного поведения ее экономических субъектов.

Актуальность, недостаточное теоретическое обоснование особенностей конкурентных отношений в России, а также назревшая необходимость поиска путей для повышения конкурентоспособности отечественной экономики в свете интеграции России в мировое пространство, определили выбор темы курсовой работы.

Цель курсовой работы заключается в выявлении особенностей развития конкуренции в современной экономике России.

Для достижения поставленной цели, в работе необходимо решить следующие задачи:

- изучить содержание конкуренции и дать характеристику наиболее распространенным формам и видам конкуренции;
- рассмотреть особенности проявления конкуренции по видам экономической деятельности в России;
- проанализировать влияние государственного регулирования на развитие конкуренции в России;
- предложить направления по улучшению условий для эффективного развития конкуренции в России.

Объектом исследования является конкурентная среда в современной экономике России.

Предметом исследования являются особенности конкуренции в России, как неотъемлемого признака рыночной системы.

Теоретической основой исследования являются фундаментальные положения экономической теории, работы экономистов ведущих экономических школ и направлений, как зарубежных, так и отечественных, посвященные вопросам конкуренции, как форме проявления конкурентных отношений в рыночной экономике, ее роли, функциям, формам и методам.

Всесторонний анализ исследуемой темы predetermined многоаспектный характер методологии исследования, необходимость использования ряда специфических методов и приемов, взаимно дополняющих друг друга, в том числе исторического, сравнительного, методов экономического анализа, графического отображения функциональных зависимостей и схематического представления анализируемых категорий.

Информационной базой исследования являются данные Федеральной службы государственной статистики РФ, Центрального Банка РФ, Федеральной антимонопольной службы РФ, Министерства экономического развития РФ, а также статистические данные, опубликованные в отечественных и зарубежных периодических изданиях.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников, приложений.

1 Теоретические основы исследования конкуренции

1.1 Понятие конкуренции и её функции

Множественность определений конкуренции вызвана применением авторами трех подходов для идентификации данной экономической категории: структурного, функционального и поведенческого.

Структурный подход фокусирует внимание на модели рынка совершенной конкуренции. Конкуренция в данном аспекте означает, рыночную ситуацию, при которой множество экономических субъектов, функционирующих на рынке, не

способно оказать существенного влияния на изменение цены товара. [4]

Модель совершенной конкуренции долгое время считалась неким эталоном, отклонение от которого расценивалось негативно и нуждалось в государственном регулировании.

Изучение конкретной структуры рынка необходимо для выявления степени развития конкуренции на нем и необходимости государственного вмешательства.

Приводя определения конкуренции, мы не ставим задачу масштаба количества толкований.

Наша цель – указать особенности применения того, или иного подхода при идентификации категории «конкуренция». Так, наиболее типичные определения конкуренции, основанные на структурном подходе, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Структурный подход при определении конкуренции

Автор	Определение
А. Курно	борьба двух или более фирм, когда каждая предполагает, что объем производства ее конкурентов будет оставаться неизменным.
Ф. Найт	взаимодействие множества независимых хозяйственных единиц, действующих в условиях неопределенности.
Л. Качалина	сопоставительность в условиях отсутствия монополии.

При функциональном подходе конкуренция рассматривается как неотъемлемый элемент рыночной системы. Сущность конкуренции проявляется через реализуемые ею функции.

Конкуренция исследуется как механизм, обеспечивающий баланс цен через взаимодействие спроса и предложения; как ускоритель научно-технического прогресса; как инструмент регулирования пропорций общественного производства, который способствует переливу капиталов из отрасли в отрасль (таблица 2).

Таблица 2 – Функциональный подход при определении конкуренции

Автор	Определение
А. Смит	«невидимая рука» рынка, координирующая деятельность его участников
Й. Шумптер	динамический процесс, ведущий к открытию нового товара (технологии), через механизм «созидательного разрушения», очищающего экономику от всего старого, ненужного.
Ф. Хайек	процесс, посредством которого передаются и получают знания.
А. Шаститко	способ адаптации действующих на рынке субъектов к изменяющимся обстоятельствам.
П. Завьялов	состязательность хозяйствующих субъектов, предпринимателей, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем рынке.

Позитивная роль конкуренции в рыночной экономике проявляется в ряде функций, которые она выполняет.

Выделим основные. [4]

Во-первых, мировой опыт убеждает, что конкуренция охватывает все главные сферы экономической жизни – производство, распределение, обмен, потребление и является эффективным механизмом размещения факторов производства, в местах, где их применение обеспечит наибольшую отдачу.

Во-вторых, конкуренция через механизм спроса и предложения влияет на формирование рыночной цены, обеспечивая сбалансированное соотношение между общественным производством и общественными потребностями. Конкуренция минимизирует риск производства ненужных или слишком дорогих для потребителя

продуктов.

В-третьих, конкуренция побуждает товаропроизводителей сокращать индивидуальные издержки производства, что стимулирует предпринимателей в экономии сырья, материалов, рабочего времени и других ресурсов.

В-четвертых, конкуренция выступает в качестве ускорителя научно- технического прогресса.

В условиях рыночных отношениях и конкуренции никто и ничто не может заставить совершенствовать производство, повышать качество товара так, как это может сделать угроза банкротства фирмы, как результат ее поражения в конкурентной борьбе. Именно на основе совершенствования своей деятельности и внедрения инноваций предприниматели улучшают свои конкурентные позиции.

Таким образом, конкуренция стимулирует внедрение инноваций и способствует ускорению научно-технического прогресса.

В-пятых, конкуренция препятствует «застою» в экономике и направлена на макроэкономический рост. Выполняя эти функции, конкуренция влияет на эффективность производства, повышая его технический уровень, обеспечивая улучшение качества и расширение номенклатуры продукции, что, в результате, отражается на экономическом росте страны. [5]

Если с точки зрения, функционального подхода конкуренция рассматривается как неотъемлемый элемент рыночной экономики, которому присущи различные функции, то исходя из поведенческого подхода, под конкуренцией, прежде всего, понимается процесс, основанный на состязательности, соперничестве хозяйствующих субъектов, что подтверждают ее типичные определения (таблица 3). При этом авторы устанавливают различные цели конкуренции.

Таблица 3 – Поведенческий подход при определении конкуренции

Автор	Определение
Г. Азоев	соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели.

Д. Борисов состязание между экономическими субъектами: борьба за рынки сбыта товаров с целью получения более высоких доходов, прибыли, других выгод. Конкуренция представляет цивилизованную, легализованную форму борьбы за существование и один из наиболее действенных механизмов отбора и регулирования в рыночной экономике.

А. Кулешова процесс, посредством которого передаются и получаются знания

В.Д. Шкаруд соперничество на рынке между производителями товаров и услуг за долю рынка, получение максимальной прибыли или достижение иных конкретных целей.

А. Юданов борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей на доступных сегментах рынка.

В определении Г. Азоева под одной и той же целью конкуренции, с точки зрения предприятия понимается максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителей. Несмотря на то, что получение прибыли является первоочередной целью большинства фирм, у хозяйствующих субъектов могут быть и иные, хотя и менее важные цели соперничества. К примеру, завоевание (доли) рынка с дальнейшей возможностью манипулирования ценой, упрочнение финансовой ликвидности, улучшение имиджа, технологическое лидерство, обладание сильными конкурентными позициями, достижение личных целей руководителя высшего звена и т.д.

В трактовке В. Борисова целью субъектов конкуренции являются рынки сбыта. В обобщённом виде конкуренцию можно представить как борьбу за овладение редкими ресурсами, одним из которых является рынок сбыта. Если быть точнее, то борьба за платежеспособный спрос потребителей (который указан в определении А. Юданова). Очевидно, что важность данного ресурса при товарном производстве несомненна: без обеспеченного потребительского спроса невозможно продать товары и теряется смысл их массового производства для продажи (а не внутреннего потребления). [6]

Таким образом, единой цели, которая охватывала бы все аспекты конкурентного поведения, не существует. При этом, стоит отметить, что как главные, так и второстепенные цели направлены на дальнейшее улучшение существования фирмы, точнее сказать, на улучшение условий ее воспроизводственной деятельности. Поэтому, по объективным причинам, конкуренцию в общем виде, по нашему мнению, следует рассматривать как соперническое взаимодействие субъектов рынка, за получение желаемых (необходимых или наилучших) условий для воспроизводственной деятельности.

1.2 Виды добросовестной и недобросовестной ценовой конкуренции

При добросовестной конкуренции, компании используют повышение качества и характеристик реализуемого продукта, маркетинговые стратегии и рекламу, и создание более совершенной группы товаров и услуг. Но самым популярным методом добросовестной конкуренции остается «война цен» — манипулирование уровнями цен для привлечения потребителей, удержания доли рынка и нейтрализации влияния конкурентов. Для этого используют снижение цен, распродажи, акции, увеличение срока потребительского кредитования и т.д. «Война цен» идеально подходит для подавления более слабых конкурентов или чтобы отвоевать долю уже освоенного рынка.

Не менее эффективным является метод конкурентной борьбы, который предполагает улучшение качества реализуемого товара. Качественная продукция способствует не только привлечению покупателей, а и имеет долгосрочный эффект в борьбе с конкурентами. Это объясняется тем, что для принятия ответных мер компаниям-конкурентам необходимо достаточно много времени и материальных затрат на разработку и изготовление продукции, которая по качественным показателям будет лучше или хотя бы не хуже продукта – лидера продаж.

Не лишними для борьбы с конкуренцией будут различные маркетинговые исследования, которые на основании запросов потребителей к качеству и характеристикам продукта помогут при разработке товара. С их помощью возможно и прогнозирование ситуации на рынке, рисков и ответных стратегий компаний-конкурентов на введение на рынок нового товара.

Отдельного внимания в борьбе с конкурентами заслуживает реклама в общественных средствах массовой информации (в том числе публицити). С ее помощью можно формировать мнения потребителей, корректировать имидж отдельного товара и всей торговой марки.

Добросовестная конкуренция – это признак «здорового» рынка, где фактическую пользу от используемых методов в конкурентной борьбе получает конечный потребитель.

Недобросовестная конкуренция – это нарушение всех принятых в обществе правил и требований конкуренции.

Проще говоря, это нарушение законодательства и простых устоев общества для достижения поставленных целей. При этом полностью игнорируются какие-либо человеческие отношения, не учитывается положение дел конкурентов, не соблюдаются и деловые отношения. Понятие недобросовестной конкуренции закреплено законодательством РФ.

Итак, это действия, которые:

- приводят к получению дополнительных преимуществ при ведении конкурентной борьбы;
- приводят к нарушению нормативных правовых актов РФ, не соблюдаются требования этики, отсутствуют какие-либо деловые отношения;
- могут нанести вред другим участникам на рынке или подвергается недобросовестному влиянию их деловые качества.

Формы недобросовестной конкуренции так же закреплены законодательством.

Выделяют, например, следующие формы:

- **представление недостоверных сведений**, которые могут негативно сказаться на конкурентах, вплоть до создания для конкурента плохой репутации;
- **искажение информации** по поводу производителя того или иного товара;
- **недостоверные сведения** при сравнительной характеристике своего товара и товара конкурента;
- **реализация своего продукта за счет чужой интеллектуальной собственности;**

- **раскрытие коммерческой тайны**, секретности производства без согласия владельца.
- Наряду с понятием недобросовестной конкуренции существует демпинг.
- Также часто применяют и «**административный ресурс**» (применение своего служебного положения при ведении недобросовестной конкуренции). Иначе этот процесс называют коррупцией.
- Также при недобросовестной конкуренции существует практика, когда продавец устанавливает **дополнительные требования при смене поставщика**. Из-за этого процесс становится очень сложным и приводит к дополнительным убыткам для поставщика. Привлечь к ответственности таких продавцов можно, но в настоящее время такая практика очень редка.

Добросовестное поведение выражается в принятии всех законодательно установленных правил и требований, однако само законодательство не может дать четких признаков отличия добросовестной и недобросовестной конкуренции.

Выделяю следующие признаки недобросовестной конкуренции:

- не предусматривается пассивное отношение к ведению конкуренции;
- все движения недобросовестного конкурента будут рассматриваться как административное правонарушение;
- все недобросовестные конкуренты идут лишь к одной цели – быть лидером на рынке;
- в результате действий недобросовестных конкурентов подвергаются риску деловые отношения других участников рынка.

Согласно законодательству РФ, устанавливаются требования к недобросовестной конкуренции, нарушение которых недопустимо:

- искажение сведений, различной информации, которое может привести к негативным последствиям в деловых отношениях конкурентов;
- неверное отражение производителя того или иного товара;
- незаконное использование средств интеллектуальной собственности;
- оглашение коммерческой и иных тайн.

Рассмотрим каждую форму недобросовестной конкуренции более подробно:

Искажение сведений, различной информации, которые могут привести к негативным последствиям в деловых отношениях конкурентов. В законодательстве РФ существует ответственность за факт распространения ложных сведений, поэтому конкуренты стараются доводить искаженные сведения не напрямую, а путем предложения своего товара в сравнении с конкурентами. Акценты ставят на недостатки товара конкурента и указывая только положительные стороны своего товара.

Ввод в заблуждение. Отличительной чертой введения в заблуждение является то, что здесь производитель дает неверные сведения по своему товару. Ему могут приписывать различные недостоверные свойства.

Некорректное сравнение. Под некорректным сравнением понимают сравнение товаров различных групп, когда, например, сравнивают квас и лимонад, употребляя различные слоганы.

В современном мире есть две точки зрения по поводу некорректного сравнения. Одни говорят о том, что нельзя применять такую форму недобросовестной конкуренции. Другие – наоборот, поддерживают, если такое сравнение отражает действительные преимущества одного товара над другим. В Российской Федерации не запрещается такая форма конкуренции. Однако использовать такую форму конкуренции необходимо с осторожностью.

Оглашение коммерческой тайны и иных сведений. Недопустимо разглашение информации, составляющей коммерческую тайну. Законодательством закрепляются различные правовые нормы для разного вида информации.

Важнейшим методом ведения результативной экономической деятельности считается конкуренция. При помощи конкуренции потребитель способен выбирать наилучший товар по выгодным для него ценам.

Принято выделять два вида конкуренции: добросовестная и недобросовестная. Добросовестная конкуренция ведется в строгом соответствии с законодательством РФ. Недобросовестная конкуренция ведется во вред конкурентам.

Даже в рекламе можно найти признаки недобросовестной конкуренции, так как границы разумного в этом деле очень расплывчаты. Для создания качественной рекламы необходимо четко понимать законность каждого действия. Если конкурент увидит в вашей рекламе признаки недобросовестной конкуренции, он может обратиться в правоохранительные органы и начнутся глобальные проверки

по данному факту.

В соответствии с новым законодательством продавец не имеет право скрывать мелкие подробности от покупателя. К таким мелочам можно отнести тот факт, что производитель должен указывать состав в полном виде, то есть указывать все составляющие продукта. Нельзя также рекламировать свой товар в сравнении с другими.

2 Анализ конкуренции и её роль в современном хозяйственном механизме

2.1 Конкуренция и ее роль для общества, производителей и потребителей

Конкуренция – один из главных признаков любого современного рынка. Долгое время конкуренция и ее роль в рыночной экономике исследуется теоретиками и анализируется практиками. Она является неотъемлемым и наиболее действенным механизмом регулирования рыночных отношений.

В экономике под конкуренцией понимается соперничество, борьба хозяйствующих субъектов предпринимательской деятельности за более выгодное положение на рынке.

Признаки конкуренции:

- успех одних субъектов и неудачи других;
- столкновение интересов разной направленности;
- взаимные уступки;
- свободный выбор покупателей и продавцов.

Современному рынку присуща регламентированная конкуренция. Она носит название «эффективной» или «добросовестной». Это значит, что на действующем рынке не должно быть монополистов, ущемления прав потребителей товаров, непротиворечивость действий экономических субъектов законодательству.

Без свободной конкуренции нет рынка, а, следовательно, нет развития не только предпринимательства, но и общества в целом. Добросовестная конкуренция, как правило, защищается законом на федеральном уровне через антимонопольные нормативно-правовые акты и государственные органы.

Для появления конкуренции должно быть:

- 1) отсутствие каких-либо преград для мобильности ресурсов;
- 2) наличие большого количества независимых рыночных субъектов со свободным доступом;
- 3) открытость сведений о спросе, предложении, нормах дохода, уровнях цен за исключением информации, представляющей собой коммерческую тайну.

Выделяются следующие факторы размаха конкуренции:

- выход на рынок новых фирм;
- внутриотраслевая конкуренция между действующими предприятиями;
- совокупность различных условий возможности выбора фирмы по ценовым критериям, качеству сервиса, особенностям и индивидуальным характеристикам продукции;
- количество поставщиков товаров и способность их к диктату собственных условий.

Роль конкуренции в рыночной экономике проявляется через ее основные функции:

- определение объемов и структуры производства и обеспечение лучшего уровня благосостояния общества;
- наиболее выгодная и рациональная концентрация экономических ресурсов;
- развитие усовершенствованных технологий, внедрение на рынок новшеств;
- эффективное распределение создаваемой собственности.

Бизнес без конкуренции невозможно даже представить в современном обществе. Именно поэтому первым шагом каждого предпринимателя должна стать оценка своей конкурентоспособности. Результат данного анализа можно считать положительным, если выбранная сфера деятельности удовлетворяет вашим

интересам и запросам потребителей.

Стоит ли говорить, что работа, не приносящая радости самому владельцу бизнеса, вряд ли выдержит какое-либо соперничество. Скорее всего, просто не хватит энтузиазма добиться поставленной цели. В сфере же, которая доставляет истинное удовольствие, прибыль станет естественным результатом деятельности. Ни в коем случае не должен пугать рынок с высоким уровнем конкуренции. Процесс борьбы – это хороший способ самосовершенствования и приобретения опыта. Не следует поддаваться соблазну начать деятельность в сфере, где данный товар или услуга представлены слабо.

Основной задачей предпринимателя является изучение своих соперников. Ни в коем случае нельзя оставлять этот вопрос без внимания. Если они находятся на вершине славы, необходимо выяснить, как именно им удалось этого достичь. Для этого нужно всего лишь ответить на несколько вопросов: Уровень качества предоставляемых услуг или товаров у вашего конкурента выше, чем у вас? У кого больше клиентов? Какие недостатки вы отметили для себя в работе конкурирующей фирмы? Результаты проведенного исследования помогут вам определить дальнейшую стратегию поведения с вашими соперниками. Важно помнить, что снижение цен при этом не всегда является действенным способ сокрушить все препятствия. Он, конечно, сработает, но лишь в течение небольшого промежутка времени, а дальше придется снова разрабатывать какой-то план. Если не знаете, с чего начать, попробуйте предпринять следующие шаги: переманите клиентов более выгодными условиями покупки товаров. Даже если какое-то время вам придется продавать более качественную продукцию по цене ниже, чем у ваших конкурентов, это поможет сформировать аудиторию ваших почитателей; наращивайте позиции. Вы должны постоянно помнить, что внимание клиента и его заинтересованность необходимо регулярно поддерживать. Придумать акции, подарки, бонусы.

Предложите купить второй товар со скидкой, а при покупке 5 позиций порадуйте шестой в подарок. Проявите креативность, и покупатели сами будут искать ваш товар на полках магазинов; выстраивайте процесс продаж так, чтобы одни и те же товары не находились все время на акционных позициях, а другие продавались по высокой цене. Менять их таким образом, чтобы покупатели видели движение; если ваше предприятие самостоятельно производит продукцию, попытайтесь изменить объем, размер или форму производимого товара.

Для этого нужно поддерживать контакт с потребителями, проводить опросы, узнавать их предпочтения. Единственное, чего делать нельзя, это позволить конкурентам первым удивить клиентов чем-то новеньким; и не забывайте о рекламе, ведь именно она движет прогрессом. Если же бизнес для вас все же не поле боя, попробуйте установить партнерские отношения с конкурентами. В России такой вид ведения дел пока находится на очень ранней стадии развития, но очень уверенно движется вперед, к содержанию.

2.2 Основные черты рынка монополистической конкуренции

В реальной жизни условия, присущие совершенной конкуренции и чистой монополии, редко соблюдаются. Чистую монополию и совершенную конкуренцию можно рассматривать как идеальные рыночные структуры, находящиеся на противоположных полюсах. Реальные же рыночные структуры занимают промежуточное положение, совмещая в себе отдельные черты и чистой монополии, и совершенной конкуренции. Одна из таких рыночных структур — монополистическая конкуренция, для описания которой полезно знать как представленную выше теоретическую модель рынка совершенной конкуренции, так и модель чистой монополии. Монополистическая конкуренция — рыночная структура, где преобладают черты совершенной конкуренции и имеются отдельные элементы, характерные для чистой монополии. Особенности монополистической конкуренции:

1) В отрасли функционирует довольно значительное количество небольших фирм, но численно их меньше, чем при совершенной конкуренции. Фирмы создают похожую, но не одинаковую продукцию. Из этого следует, что:

- отдельной фирме принадлежит лишь небольшая доля рынка данного товара;
- рыночная власть отдельной фирмы ограничена, следовательно, контроль рыночной цены товара отдельной фирмой тоже ограничен;
- отсутствует возможность сговора фирм и картелизации отрасли (создания отраслевого картеля), так как достаточно велико количество конкурирующих на рынке фирм;

- каждая фирма практически независима в своих решениях и не учитывает реакцию других конкурирующих фирм при изменении цены своего товара.

2) Реализуемый в отрасли продукт носит дифференцируемый характер. При монополистической конкуренции фирмы на рынке имеют возможность выпускать товар, несхожий с производимым конкурентами. Дифференциация продукции принимает следующие формы:

- разное качество продукции, т. е. товары, могут различаться по множеству параметров;

- различные услуги и условия, связанные с продажей продукта (качество обслуживания);

- различия в размещении и доступности товаров (например, небольшой магазин в жилом микрорайоне может конкурировать с супермаркетом, несмотря на более узкий ассортимент предлагаемых товаров);

- мероприятия по стимулированию сбыта (реклама, торговые марки и знаки) и упаковка создают зачастую мнимые различия, которые навязываются потребителям.

Косметика, парфюмерия, фармацевтическая продукция, бытовая техника, услуги и т. п. - примеры дифференцированной продукции. Фирмы, производя дифференцированный продукт, имеют возможность в определенных пределах менять цену продаваемого товара, и кривая спроса отдельной фирмы имеет, как в случае с монополией, «падающий» характер.

Каждая фирма-монополистический конкурент контролирует небольшую долю отраслевого рынка. Однако дифференциация продукции приводит к тому, что единый рынок распадается на отдельные, относительно самостоятельные части (сегменты рынка). И на таком сегменте доля отдельной, возможно даже маленькой, фирмы может быть очень большой. С другой стороны, товары, продаваемые конкурентами, являются близкими заменителями данного, значит спрос на продукцию отдельной фирмы достаточно эластичен и не понижается так резко, как в случае монополии.

3) Свобода входа в отрасль (на рынок) и выхода из нее. Поскольку в условиях монополистической конкуренции фирмы обычно небольшие по размеру, то чаще всего нет финансовых проблем при вступлении на рынок. С другой стороны, при

монополистической конкуренции могут возникнуть дополнительные расходы, связанные с необходимостью выделить свой товар (например, расходы на рекламу), что может стать препятствием для входа новых фирм. Существование свободного входа фирм в отрасль приводит к тому, что в результате конкурентной борьбы становится типичной ситуация, когда предприятия в долгосрочном периоде не получают экономических прибылей, функционируя в точке безубыточности.

4) Существование неценовой конкуренции. Ситуация отсутствия экономической прибыли, функционирование в точке безубыточности в долгосрочном периоде не может долго удовлетворять предпринимателя. Стремясь получить экономическую прибыль, он будет пытаться найти резервы увеличения выручки. Возможности ценовой конкуренции в условиях монополистической конкуренции ограничены, и основной резерв здесь — неценовая конкуренция.

Неценовая конкуренция построена на использовании преимуществ отдельных фирм в техническом уровне, дизайне, надежности эксплуатации производимых ими изделий. Решающую роль играют такие параметры производимой продукции, как экологичность, энергоемкость, эргономические и эстетические качества, безопасность в эксплуатации. В рамках реализации неценовой конкуренции существует несколько методов:

- дифференциация продукции, связанная с появлением в данный момент времени значительного количества типов, видов, стилей одного и того же товара;

- улучшение качества товара с течением времени, что необходимо из-за существования конкуренции в отрасли;

- реклама. Особенность данной формы неценовой конкуренции состоит в том, что идет приспособление потребительских вкусов к уже существующим видам продукции. Цель рекламы — увеличение доли фирмы на рынке этого товара. Каждая фирма-монополистический конкурент для успешной деятельности должна учитывать не только цену товара и возможности ее изменения, изменения самого продукта, но и возможности рекламно-пропагандистской компании.

Таким образом, монополистическая конкуренция -достаточно часто встречающийся тип реальных рыночных структур. Такая структура рынка характерна для пищевой промышленности, производства обуви и одежды, мебельной промышленности, розничной торговли, книгоиздания, многих видов услуг и ряда других отраслей. В России состояние рынка в этих сферах однозначно можно характеризовать как монополистическую конкуренцию, особенно учитывая тот факт, что

дифференциация продукции в этих отраслях очень велика.

2.3 Позитивные и негативные стороны конкуренции в рыночном механизме

Позитивное влияние конкуренции на рыночную экономику:

- Активизирует развитие научно-технического прогресса, поскольку постоянно заставляет производителей товаров внедрять инновационную продукцию, использовать более современные технологии и оптимально распоряжаться ресурсами. В конкурентной борьбе исчезают неэффективные экономически производства, устаревшая морально техника, некачественные или неактуальные товары.
- Стимулирует товаропроизводителей чутко реагировать на изменения в спросе потребителей, что обеспечивает удешевление издержек производств, остановке роста цен, а в иных случаях – к их снижению.
- Усредняет уровень заработной платы и норму прибыли на капитал во всех отраслях государственной экономики.
- Полное удовлетворение потребительского спроса.

- Негативное влияние конкуренции на рыночную экономику:

- Создает ситуацию нестабильности бизнеса и условия для инфляции, безработицы и банкротства.
- Компании, вовлеченные в конкурентную борьбу, далеко не всегда соблюдают законность в своих действиях(ложная реклама, фальсификация товаров и многое другое).
- Промышленный шпионаж и борьба за высококвалифицированных специалистов.
- Создает условия для неадекватного распределения доходов и их дифференциации.
- Следствием конкуренции может быть недогрузка мощностей производств и перепроизводство товаров в периоды спадов.

Таким образом, конкуренция содействует выравниванию стоимости производимых в обществе товаров и прибыли предприятий в зависимости от эффективности управления и уровня производительности труда. Она определяет и устанавливает на рынке стоимость продукции. Через конкуренцию распределяются не только производственные факторы, но и доходы хозяйствующих субъектов в зависимости от эффективности ведения деятельности и сделанных вложений.

Правильное использование ресурсов обеспечивает производителям максимальную прибыль, а неумение ими управлять ведет к убыткам и вытеснению конкурентами с рынка.

Специфика современной конкуренции заключается в том, что, во - первых, основное внимание в конкурентной борьбе фирм уделяется не совершенствованию продукта, а повышению качества сотрудничества с потребителями и обеспечению соответствия ценностей бренда ценностям целевой аудитории; во - вторых, ограниченность ресурсов корпораций привела к тому, что конкурентное соперничество сменилось конкурентным сотрудничеством, в рамках которого конкурирующие предприятия, не переставая бороться за клиента, сотрудничают с целью снизить издержки текущей деятельности, обеспечить более широкий охват рынка и повысить конкурентоспособность своей отрасли; в - третьих, усилением внутрикорпоративной и внутрифирменной конкуренции внутри субъектов хозяйствования, которые конкурируют на глобальных рынках. [20]

Проблемы развития конкуренции наиболее обострены в современной российской экономике, низкий уровень развития конкуренции – одна из важнейших причин высокого темпа роста цен, низкого качества предоставления услуг и ограниченности потребительского выбора.

Таким образом, в сегодняшней экономической ситуации слабая конкуренция на внутрисоссийском рынке приобретает особую актуальность. Существует такая проблема, как развитие конкуренции. При слабой конкуренции рыночная экономика радикально снижает свой потенциал, если вообще не утрачивает смысл.

В сегодняшней ситуации эта тема приобретает особую актуальность: произошедшая девальвация объективно ограничивает присутствие импортных товаров на российском рынке. Санкции и импортозамещение действуют в том же направлении.

Все это способно дополнительно снизить уровень конкуренции в нашей экономике, и без того избыточно монополизированной. Также вызывает опасение

сопутствующие снижению конкуренции на внутреннем рынке.

Анализируя роль конкуренции, необходимо учитывать и ее негативные стороны: конкуренция обостряет противоречия экономических интересов, чрезвычайно усиливает экономическую дифференциацию в обществе, обуславливает рост непроизводительных издержек, побуждает создание монополий.

Для того чтобы промышленная политика не только позволяла достигать положительных результатов для отдельных отраслей, но и не искажала стимулов к развитию, необходимо соблюдение хотя бы одного из следующих условий:

- среди возможных методов ее реализации должны использоваться те, что способствуют развитию конкуренции;

- она должна применяться в таких условиях, когда сложившийся уровень конкуренции уже позволяет избегать значительного искажения стимулов, ориентируя предпринимательскую деятельность на создание новой ценности посредством нововведений (организационных, процессных, продуктовых), а не на создание и реализацию распределительных преимуществ (рентоориентированное поведение и изъятие ренты).

Новая промышленная политика в самом общем виде опирается на три основных принципа:

- поддержка отраслей, а не отдельных субъектов рынка;

- поддержка отраслей, где уже существует конкуренция;

- поддержка импортозамещения в отраслях, которые имеют перспективы выхода с конкурентоспособной продукцией на мировые рынки.

Эти меры, способствующие развитию конкуренции, не заменяют собой инструменты антимонопольной политики (антитраста). Эффективная и независимая от сиюминутных решений и интересов отдельных участников рынка антимонопольная политика – обязательное условие промышленной политики, препятствующее «назначению» национальных чемпионов. [15]

Помимо «умного» антимонопольного регулирования для успешной поддержки развития промышленности нужна прозрачная и защищенная среда для инноваций, что обеспечивается мерами антимонопольного регулирования прав на использование результатов интеллектуальной деятельности. При этом

неотъемлемыми являются меры по снижению административных барьеров, реформе регулирования естественных монополий и повышения эффективности размещения госзаказа. Важную роль должно сыграть развитие конкуренции на региональном уровне. Наконец, принимая во внимание необходимость учета разных целей и мер конкурентной и промышленной политик, а также разных групп интересов, на первый план выходит вопрос поиска оптимального механизма их балансировки. [15]

Дальнейшее изложение организовано по следующему алгоритму: по каждому из приоритетных направлений формулируется суть проблемы, намечаются цель, пути достижения, а также указываются связанные с ними риски.

1) Переход к «умному» (smart) антимонопольному правоприменению и регулированию.

Проблема: значительные объемы ресурсов тратятся на пресечение большого количества нарушений. Сокращается объем ресурсов на каждое расследование, растет вероятность ошибок правоприменения, усиливаются риски ухудшения параметров правовой системы в части сдерживания антиконкурентных действий. Много ресурсов уходит на расследование нарушений, которые не оказывают существенного влияния на общественное благосостояние.

Цель: снижение регуляторной нагрузки на бизнес в целом; перераспределение ограниченных ресурсов в сторону сдерживания нарушений, наиболее значимых с точки зрения общественного благосостояния.

Пути достижения:

- внедрение корпоративных политик в области соблюдения требований антимонопольного законодательства (антимонопольный комплаенс);
- развитие института предупреждений и предостережений;
- повышение качества принимаемых решений благодаря:

 - увеличению уровня стандартов правоприменения, в том числе посредством более качественного экономического анализа, используемого в ходе расследований;
 - повышению компетентности специалистов;

- развитие института разъяснений (guidelines) для устранения асимметрии информации между регулятором и бизнесом, а также для обеспечения единообразия правоприменения;

- разработка правил недискриминационного доступа к ограниченным ресурсам (в рамках предотвращения нарушений);

- внедрение практики коллективных исков по антимонопольным делам для усиления сдерживания;

- тонкая настройка системы санкций за нарушения законодательства о защите конкуренции.

Риски реализации: «ползучее» регулирование; предотвращение не только вредных хозяйственных практик, но и практик, способствующих росту общественного благосостояния, в результате смещения акцентов с полноценных разбирательств с позиций «взвешенного подхода» на предотвращение действий, имеющих лишь признаки нарушений.

2) Развитие конкуренции с использованием результатов интеллектуальной деятельности.

Проблема: развитие промышленности основывается на инновациях, для осуществления которых необходима прозрачная регуляторная среда, обеспечивающая защиту прав на результаты интеллектуальной деятельности (далее – РИД). Инструменты антимонопольной политики могут вступать в противоречие с инструментами, которые используются для защиты прав на РИД.

Цель: обеспечение прозрачности антимонопольного регулирования в отношении прав на РИД с сохранением стимулов к инновациям при эффективном пресечении злоупотреблений.

Пути достижения:

- анализ и систематизация «проблемных кейсов» из практики защиты конкуренции применительно к случаям использования РИД (определить отрасли, виды РИД, типы нарушений);

- установление приоритетной последовательности распространения антимонопольного принуждения на отрасли / виды РИД (по результатам анализа в предыдущем пункте);

- определение необходимого режима антимонопольного принуждения в сфере отношений по поводу прав на РИД;
- комплекс мер по сопровождающему адвокатированию;
- непосредственное распространение антимонопольных запретов на сферу соглашений по использованию исключительных прав на РИД после соблюдения «входных» условий.

Риски реализации: унифицированное регулирование, не отвечающее особенностям видов РИД и отраслей; неоптимальное итоговое сочетание защиты конкуренции и защиты прав на РИД.

3) Снижение барьеров для входа на рынки.

Проблема: затрудненный вход новых игроков на рынки (как импортеров, так и внутренних игроков) из-за высоких/труднопреодолимых барьеров, что препятствует развитию промышленности и конкуренции. Кроме того, несмотря на многочисленные попытки снять вопрос избыточного административного бремени, он не уходит с повестки дня, а в ряде случаев лишь обостряется.

Цель: создать действенные механизмы по предупреждению создания и устранению существующих избыточных административных барьеров.

Пути достижения:

- снижение барьеров для ввоза товара посредством закрепления в российском законодательстве международного принципа исчерпания прав на интеллектуальную собственность;
- снижение барьеров в сфере таможенного, налогового и технического регулирования, в том числе путем:
- введения обязательства получать заключение о влиянии на конкуренцию для проектов соответствующих актов;
- ревизии действующего законодательства;

устранение избыточного государственного регулирования и снижение участия государства в экономике, в том числе путем:

- реформы подходов к созданию и функционированию государственных и муниципальных унитарных предприятий;
- повышение прозрачности механизма предоставления государственных преференций.

Риски реализации: ресурсоемкость работы; замедление процесса принятия решений; соблюдение формы, но не содержания работы по оценке влияния на конкуренцию.

4) Модернизация регулирования естественных монополий.

Проблема: недостаточная эффективность функционирования естественных монополий может сильно сказаться на результативности любых мер по развитию конкуренции.

Цель: повышение эффективности функционирования естественных монополий в привязке к целям защиты и развития конкуренции в экономике; устранение регуляторных препятствий превращения естественно-монопольных сегментов в потенциально конкурентные.

Пути достижения:

- переход там, где возможно, к рыночным механизмам ценообразования на товары и услуги субъектов естественных монополий;
- повышение прозрачности закупок;
- обеспечение доступа на равных условиях к товарам, услугам и инфраструктуре естественных монополий;
- повышение качества и доступности их товаров, услуг;
- применение принципов оптимального регулирования, учитывающих наличие скрытых характеристик и действий объектов регулирования, возможности присвоения информационной ренты, компромисс между снижением издержек и компенсацией понесенных затрат.

Риски реализации: внешние эффекты для смежных рынков; последствия для нерегулируемых рынков, где действуют те же субъекты; дискредитация инструментов регулирования в результате изъянов их проектирования и стандартов применения.

5) Развитие конкуренции при размещении государственного и муниципального заказов и реализации государственного имущества на торгах.

Проблема: на повестке дня стоит вопрос дальнейшего развития конкуренции при размещении госзаказа и оптимизации затрат хозяйствующих субъектов на участие в нем.

Цель: привлечение к участию в размещении заказа более широкого круга хозяйствующих субъектов, снижение трансакционных издержек участия в исполнении госзаказа.

Пути достижения:

- расширение границ применения электронных форм размещения заказа;
- создание электронных баз данных для различных целей, связанных с размещением заказа;
- снижение роли субъективных критериев при оценке заявок;
- стимулирование участия предприятий малого и среднего предпринимательства в исполнении заказа;
- переход там, где возможно, к открытым аукционам в сферах, где традиционно применяются закрытые формы размещения заказа.

Риски реализации: повышение трансакционных издержек заказчиков, потеря в гибкости системы, снижение эффективности закупок доверительных благ.

6) Развитие конкуренции на уровне регионов.

Проблема: политика региональных и муниципальных властей способна оказать существенное проконкурентное или антиконкурентное (в зависимости от соответствующих стимулов органов власти) влияние на экономику субъекта. Региональные власти могут использовать аргументы социальной политики для оправдания антиконкурентных действий и избыточного регулирования.

Цель: настроить стимулы органов власти в рамках их компетенции на развитие конкуренции на подведомственных рынках.

Пути достижения:

- внедрение и реализация Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ;
- настройка стимулов посредством ключевых показателей эффективности работы по развитию конкуренции.

Риски реализации: неэффективная настройка стимулов; работа «на показатель», имитация развития конкуренции.

Анализируя роль конкуренции, необходимо учитывать и ее негативные стороны: конкуренция обостряет противоречия экономических интересов, чрезвычайно усиливает экономическую дифференциацию в обществе, обуславливает рост непроизводительных издержек, побуждает создание монополий.

Основной предлагаемый приоритет конкурентной политики в России до 2030 г. – развивать промышленность, защищая конкуренцию.

Это предполагает отбор из множества мер реализации промышленной политики в первую очередь проконкурентных.

Промышленная политика в данном контексте не столько ставит целью развитие исключительно отдельных отраслей промышленности, сколько описывает общий подход к государственному регулированию экономики с целью комплексного стимулирования ее развития. В то же время предполагается, что сохранится роль антимонопольной политики с учетом особой повестки для России как страны с развивающейся рыночной экономикой и не будет допущено вытеснение ее инструментами экономического регулирования. [15]

Первый пункт подразумевает пересмотр подходов к реализации промышленной политики. В связи с ужесточившимися внешними экономическими условиями и усилением ресурсных ограничений для государственной поддержки отраслей требуется переход к новой промышленной политике. А именно: государство оказывает поддержку в тех сферах, где наиболее вероятен положительный эффект, который потянет за собой развитие и других отраслей, но при этом не приведет к фундаментальным искажениям стимулов в экономике, чреватых провалами регулирования.

Для того чтобы промышленная политика не только позволяла достигать положительных результатов для отдельных отраслей, но и не искажала стимулов к развитию, необходимо соблюдение хотя бы одного из следующих условий:

- среди возможных методов ее реализации должны использоваться те, что способствуют развитию конкуренции;

- она должна применяться в таких условиях, когда сложившийся уровень конкуренции уже позволяет избегать значительного искажения стимулов, ориентируя предпринимательскую деятельность на создание новой ценности посредством нововведений (организационных, процессных, продуктовых), а не на создание и реализацию распределительных преимуществ (рентоориентированное поведение и изъятие ренты).

Новая промышленная политика в самом общем виде опирается на три основных принципа:

- поддержка отраслей, а не отдельных субъектов рынка;

- поддержка отраслей, где уже существует конкуренция;

- поддержка импортозамещения в отраслях, которые имеют перспективы выхода с конкурентоспособной продукцией на мировые рынки.

Эти меры, способствующие развитию конкуренции, не заменяют собой инструменты антимонопольной политики (антитраста). Эффективная и независимая от сиюминутных решений и интересов отдельных участников рынка антимонопольная политика – обязательное условие промышленной политики, препятствующее «назначению» национальных чемпионов. [15]

Повышение эффективности антитраста при сохранении или даже увеличении его результативности возможно благодаря смещению акцентов с пресечения на предотвращение нарушений, что до 2030 г. должно найти отражение в переходе к более «умному» (smart) режиму применения антимонопольных запретов: с более высоким уровнем сдерживания, обеспечиваемым с меньшими издержками; с высокими стандартами анализа и гибкими инструментами; без снижения уровня прозрачности и определенности. Побочным результатом, как ожидается, станет значительное сокращение количества дел и обвинительных решений антимонопольных органов.

Пути повышения действенности инструментов антимонопольной политики и некоторые меры проконкурентного развития отраслей изложены в принятой ФАС России Стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования в РФ на период 2013–2024 гг. (далее – Стратегия). Согласно этому документу основными

целями антимонопольной службы в области конкурентной политики являются:

- создание благоприятной институциональной и организационной среды для эффективной защиты и развития конкуренции;
- снижение административных барьеров, препятствующих развитию и свободному функционированию рынков;
- обеспечение недискриминационного доступа потребителей к услугам естественных монополий, формирование эффективных механизмов тарифообразования;
- создание условий для эффективной конкуренции при размещении государственного и муниципального заказов и реализации на торгах государственного имущества;
- содержательно перечисленные пункты во многом пересекаются: цели 2–4 фактически конкретизируют отдельные аспекты цели 1 – создания институциональной среды, способствующей надежной защите и успешному развитию конкуренции.

В частности, развитие конкуренции в регионах методом внедрения и реализации соответствующих стандартов. В более широком смысле речь идет о создании механизмов, обеспечивающих согласованность различных мер конкурентной политики, реализуемых как одним регулятором (внутренняя согласованность), так и разными (внешняя согласованность). Наконец, возникает и более общий вопрос правильного соотношения инструментов конкурентной и промышленной политик, а, следовательно, разработки формализованных алгоритмов и критериев их балансировки.

С учетом заявленного приоритета, перечня мер, уже включенных в Стратегию, и направлений деятельности органов государственной власти за ее рамками можно говорить о следующих приоритетных направлениях конкурентной политики до 2030 г. [15]

Помимо «умного» антимонопольного регулирования для успешной поддержки развития промышленности нужна прозрачная и защищенная среда для инноваций, что обеспечивается мерами антимонопольного регулирования прав на использование результатов интеллектуальной деятельности. При этом неотъемлемыми являются меры по снижению административных барьеров,

реформе регулирования естественных монополий и повышения эффективности размещения госзаказа. Важную роль должно сыграть развитие конкуренции на региональном уровне. Наконец, принимая во внимание необходимость учета разных целей и мер конкурентной и промышленной политик, а также разных групп интересов, на первый план выходит вопрос поиска оптимального механизма их балансировки. [15]

Дальнейшее изложение организовано по следующему алгоритму: по каждому из приоритетных направлений формулируется суть проблемы, намечаются цель, пути достижения, а также указываются связанные с ними риски.

1) Переход к «умному» (smart) антимонопольному правоприменению и регулированию.

Проблема: значительные объемы ресурсов тратятся на пресечение большого количества нарушений. Сокращается объем ресурсов на каждое расследование, растет вероятность ошибок правоприменения, усиливаются риски ухудшения параметров правовой системы в части сдерживания антиконкурентных действий. Много ресурсов уходит на расследование нарушений, которые не оказывают существенного влияния на общественное благосостояние.

Цель: снижение регуляторной нагрузки на бизнес в целом; перераспределение ограниченных ресурсов в сторону сдерживания нарушений, наиболее значимых с точки зрения общественного благосостояния.

Пути достижения:

- внедрение корпоративных политик в области соблюдения требований антимонопольного законодательства (антимонопольный комплаенс);
- развитие института предупреждений и предостережений;
- повышение качества принимаемых решений благодаря:
 - увеличению уровня стандартов правоприменения, в том числе посредством более качественного экономического анализа, используемого в ходе расследований;
- повышению компетентности специалистов;
- развитие института разъяснений (guidelines) для устранения асимметрии информации между регулятором и бизнесом, а также для обеспечения

единообразия правоприменения;

- разработка правил недискриминационного доступа к ограниченным ресурсам (в рамках предотвращения нарушений);

- внедрение практики коллективных исков по антимонопольным делам для усиления сдерживания;

- тонкая настройка системы санкций за нарушения законодательства о защите конкуренции.

Риски реализации: «ползучее» регулирование; предотвращение не только вредных хозяйственных практик, но и практик, способствующих росту общественного благосостояния, в результате смещения акцентов с полноценных разбирательств с позиций «взвешенного подхода» на предотвращение действий, имеющих лишь признаки нарушений.

2) Развитие конкуренции с использованием результатов интеллектуальной деятельности.

Проблема: развитие промышленности основывается на инновациях, для осуществления которых необходима прозрачная регуляторная среда, обеспечивающая защиту прав на результаты интеллектуальной деятельности (далее – РИД). Инструменты антимонопольной политики могут вступать в противоречие с инструментами, которые используются для защиты прав на РИД.

Цель: обеспечение прозрачности антимонопольного регулирования в отношении прав на РИД с сохранением стимулов к инновациям при эффективном пресечении злоупотреблений.

Пути достижения:

- анализ и систематизация «проблемных кейсов» из практики защиты конкуренции применительно к случаям использования РИД (определить отрасли, виды РИД, типы нарушений);

- установление приоритетной последовательности распространения антимонопольного принуждения на отрасли / виды РИД (по результатам анализа в предыдущем пункте);

- определение необходимого режима антимонопольного принуждения в сфере отношений по поводу прав на РИД;
- комплекс мер по сопровождающему адвокатированию;
- непосредственное распространение антимонопольных запретов на сферу соглашений по использованию исключительных прав на РИД после соблюдения «входных» условий.

Риски реализации: унифицированное регулирование, не отвечающее особенностям видов РИД и отраслей; неоптимальное итоговое сочетание защиты конкуренции и защиты прав на РИД.

3) Снижение барьеров для входа на рынки.

Проблема: затрудненный вход новых игроков на рынки (как импортеров, так и внутренних игроков) из-за высоких/труднопреодолимых барьеров, что препятствует развитию промышленности и конкуренции. Кроме того, несмотря на многочисленные попытки снять вопрос избыточного административного бремени, он не уходит с повестки дня, а в ряде случаев лишь обостряется.

Цель: создать действенные механизмы по предупреждению создания и устранению существующих избыточных административных барьеров.

Пути достижения:

- снижение барьеров для ввоза товара посредством закрепления в российском законодательстве международного принципа исчерпания прав на интеллектуальную собственность;
- снижение барьеров в сфере таможенного, налогового и технического регулирования, в том числе путем:
- введения обязательства получать заключение о влиянии на конкуренцию для проектов соответствующих актов;
- ревизии действующего законодательства;

устранение избыточного государственного регулирования и снижение участия государства в экономике, в том числе путем:

- реформы подходов к созданию и функционированию государственных и муниципальных унитарных предприятий;
- повышение прозрачности механизма предоставления государственных преференций.

Риски реализации: ресурсоемкость работы; замедление процесса принятия решений; соблюдение формы, но не содержания работы по оценке влияния на конкуренцию.

4) Модернизация регулирования естественных монополий.

Проблема: недостаточная эффективность функционирования естественных монополий может сильно сказаться на результативности любых мер по развитию конкуренции.

Цель: повышение эффективности функционирования естественных монополий в привязке к целям защиты и развития конкуренции в экономике; устранение регуляторных препятствий превращения естественно-монопольных сегментов в потенциально конкурентные.

Пути достижения:

- переход там, где возможно, к рыночным механизмам ценообразования на товары и услуги субъектов естественных монополий;
- повышение прозрачности закупок;
- обеспечение доступа на равных условиях к товарам, услугам и инфраструктуре естественных монополий;
- повышение качества и доступности их товаров, услуг;
- применение принципов оптимального регулирования, учитывающих наличие скрытых характеристик и действий объектов регулирования, возможности присвоения информационной ренты, компромисс между снижением издержек и компенсацией понесенных затрат.

Риски реализации: внешние эффекты для смежных рынков; последствия для нерегулируемых рынков, где действуют те же субъекты; дискредитация инструментов регулирования в результате изъянов их проектирования и стандартов применения.

5) Развитие конкуренции при размещении государственного и муниципального заказов и реализации государственного имущества на торгах.

Проблема: на повестке дня стоит вопрос дальнейшего развития конкуренции при размещении госзаказа и оптимизации затрат хозяйствующих субъектов на участие в нем.

Цель: привлечение к участию в размещении заказа более широкого круга хозяйствующих субъектов, снижение трансакционных издержек участия в исполнении госзаказа.

Пути достижения:

- расширение границ применения электронных форм размещения заказа;
- создание электронных баз данных для различных целей, связанных с размещением заказа;
- снижение роли субъективных критериев при оценке заявок;
- стимулирование участия предприятий малого и среднего предпринимательства в исполнении заказа;
- переход там, где возможно, к открытым аукционам в сферах, где традиционно применяются закрытые формы размещения заказа.

Риски реализации: повышение трансакционных издержек заказчиков, потеря в гибкости системы, снижение эффективности закупок доверительных благ.

6) Развитие конкуренции на уровне регионов.

Проблема: политика региональных и муниципальных властей способна оказать существенное проконкурентное или антиконкурентное (в зависимости от соответствующих стимулов органов власти) влияние на экономику субъекта. Региональные власти могут использовать аргументы социальной политики для оправдания антиконкурентных действий и избыточного регулирования.

Цель: настроить стимулы органов власти в рамках их компетенции на развитие конкуренции на подведомственных рынках.

Пути достижения:

- внедрение и реализация Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ;
- настройка стимулов посредством ключевых показателей эффективности работы по развитию конкуренции.

Риски реализации: неэффективная настройка стимулов; работа «на показатель», имитация развития конкуренции.

Перечисленные направления реализации конкурентной политики по сути дополняют друг друга. Однако для того, чтобы их реализация действительно была последовательной, а конкретные меры не вступали в противоречие, ключевым интегрирующим направлением развития до 2030 г. может стать обеспечение сопряженности мер по защите и развитию конкуренции.

Заключение

Конкуренция является необходимым и определяющим условием нормального функционирования рыночной экономики. Но как любое явление имеет свои плюсы и минусы, которые были перечислены выше. Хотя в целом, конкуренция несёт меньше негативных моментов, чем положительных; конкуренция – значительно меньшее зло, чем монополия, злоупотребляющая своим положением в экономике.

В данной курсовой работе детально рассмотрено понятие конкуренции, представлена сравнительная характеристика видов конкуренции, было рассмотрено их влияние на рыночный механизм в целом.

В данной работе конкуренция выступает не только как непримиримое соперничество за право лидерства на рынке в погоне только за личной выгодой, но и представляется как конкуренция гуманная, честная, справедливая, партнёрская и созидательная. Являясь атрибутом рынка, конкуренция естественно возникает из рынка и одновременно служит неперемнным условием его существования и развития.

Конкуренция – определяющее условие поддержания динамизма в экономике, и в условиях конкуренции создаётся большее национальное богатство при меньшей стоимости каждого вида продукции по сравнению с монополией и плановой экономикой. Поэтому роль конкуренции заключается в том, что она способствует установлению на рынке определенного порядка, гарантирующего производство

достаточного количества качественных и продающихся по равновесной цене благ.

Проблемы развития конкуренции наиболее обострены в современной российской экономике, низкий уровень развития конкуренции – одна из важнейших причин высокого темпа роста цен, низкого качества предоставления услуг и ограниченности потребительского выбора.

Таким образом, в сегодняшней экономической ситуации слабая конкуренция на внутрисоссийском рынке приобретает особую актуальность. Существует такая проблема, как развитие конкуренции. При слабой конкуренции рыночная экономика радикально снижает свой потенциал, если вообще не утрачивает смысл. В сегодняшней ситуации эта тема приобретает особую актуальность: произошедшая девальвация объективно ограничивает присутствие импортных товаров на российском рынке. Санкции и импортозамещение действуют в том же направлении. Все это способно дополнительно снизить уровень конкуренции в нашей экономике, и без того избыточно монополизированной. Также вызывает опасение сопутствующее снижение конкуренции на внутреннем рынке. Анализируя роль конкуренции, необходимо учитывать и ее негативные стороны: конкуренция обостряет противоречия экономических интересов, чрезвычайно усиливает экономическую дифференциацию в обществе, обуславливает рост непроизводительных издержек, побуждает создание монополий.

Список использованных источников

1 Российская Федерация. Конституция (1993). Конституция Российской Федерации: офиц. текст. – М. – Маркетинг, 2014. – 39 с - ISBN 5-94462-025-0.

2 Федеральный закон от 26 июля 2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции» (в ред. от 02.11.2016 г.) – Режим доступа: <https://www.consultant.ru>

3 Александрова, А.А. Модель «открытых инноваций» как инструмент интеграции малого и крупного бизнеса // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. №7. С. 135-138.

4 Андреещев, Р.Ю. Влияние присоединения России к ВТО на отечественную промышленность // Пространство и Время. 2015. №3 С. 123-129.

5 Амосов, А.АЮ Размышления об идеологии развития // Экономист. 2016. №7. С. 20-27.

- 6 Анин С.А. Конкуренция и эффективность инноваций в условиях рыночной экономики // Вестник Чувашского университета. 2016. №1. С. 361-364.
- 7 Бородушко, И.В. Конкурентоспособность российской экономики и модель ее инновационного развития // Вестник Санкт-Петербургской юридической академии. 2016. Т. 19. №2. С. 67-71.
- 8 Вовк, В.Я., Урусова С.С. Концептуальные основы сегментации конкурентной среды национального рынка банковских услуг // Экономика развития. 2014. №1. С. 17-22.
- 9 Гордеев, В.А. Конкуренция и ее динамика в зеркале теоретической экономики // Теоретическая экономика. 2013. №6. С. 4-8
- 10 Гордеев В.А., Шкиотов С.В. Риски несовершенной конкуренции в условиях глобализации // Теоретическая экономика. 2011. №1. С. 42-48.
- 11 Завьялов, П. С. Конкуренция – неотъемлемое свойство развитого рынка // Маркетинг. 2014. №5. С. 2-14.
- 12 Задорожный, В.Н., Крутько И.С., Сиротинская Т.Н. Взаимосвязь представлений о безопасности организации и ее конкурентного преимущества // Человеческий капитал. 2013. №11. С. 157-160.
- 13 Карташов, К.А. Борьба субъектов экономики с недобросовестной конкуренцией и экономическими правонарушениями // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2014. Т. 2. №5. С. 118-121.
- 14 Пахомова, Н.В., Некрасова Е.А. Конкурентная политика и развитие антимонопольного регулирования в России // Вестник Санкт-Петербургского Университета. Серия 5: Экономика. 2013 г. №3. С. 25-36.
- 15 Тарануха, Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность : монография / Ю.В. Тарануха. — М. : Издательство «Русайнс», 2015. — 336 с.
- 16 Усик Н.И. Формирование конкурентной среды и конкурентная политика // Теоретическая экономика, 2012. №4. С. 33-42.
- 17 Фатхутдинов Р.А. Развитие конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособной экономике // Современная конкуренция. 2015. №3. С. 109-124.

18 Шаститко А., Голованова С. Последствия слабой конкуренции: количественные оценки и выводы для политики (экспертно-аналитический доклад) // Экономическая политика. 2012. №6. С. 5-53.

19 Шпалтанков В.П., Панюшкина Е.В. Проблемы низкой конкурентоспособности российского бизнеса // Теоретическая экономика. 2013. №6. С. 82-85.

20 Официальный сайт Министерства регионального развития Российской Федерации. Режим доступа: <http://www.minregion.ru/>.

21 Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.