

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Кафедра государственного и муниципального управления

КУРСОВАЯ РАБОТА

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РФ

Работу выполнил _____ В.В. Швыгаренко

Факультет _____ управления и психологии 1 курс

Направление 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

Научный руководитель

д-р эконом. наук, доцент _____ Т.А. Мясникова

Нормоконтролер

д-р эконом. наук, доцент _____ Т.А. Мясникова

Краснодар 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты антимонопольной политики государства.....	5
1.1 Сущность монополии и механизм ее функционирования.....	5
1.2 Цели антимонопольной политики государства	10
1.3 Методы реализации антимонопольной политики государства.....	12
2 Антимонопольная политика РФ	17
2.1 Анализ антимонопольной политики РФ.....	17
2.2 Особенности и проблемы антимонопольной политики РФ	20
3 Рекомендации по совершенствованию антимонопольной политики РФ	23
Заключение	27
Список использованных источников	29

ВВЕДЕНИЕ

Исследование монопольных рынков актуально для решения разнообразных экономических вопросов. Важно, что система государственного регулирования экономики, которая существует во всех индустриально развитых странах, как обязательное условие предусматривает создание подходящих условий для развития конкурирующей сферы на рынке товаров и услуг. Антимонопольное регулирование занимает важное место в экономической политике государства, а обеспечение добросовестной конкуренции является основным критерием рыночной экономики в большинстве стран мира. Вопросы проблем конкурентной сферы, практики реализации антимонопольного законодательства привлекают большое внимание экономистов, что объясняется влиянием, оказываемым антимонопольной политикой государства на характер рыночных отношений, цены, прибыль, конкурентоспособность, экономический рост и т.д. Формирование антимонопольного регулирования необходимо и для развития экономики России, потому что степень монополизации здесь, гораздо выше, чем в государствах, в которых изначально появилось рыночное хозяйство. Экономика России переняла от экономики СССР высокий уровень концентрации производства в различных отраслях хозяйства. В РФ высокую рыночную власть имеют естественные монополии, которые действуют в базовых сферах экономики, таких как электроэнергетика и транспорт. Антимонопольное регулирование вместе с поддержкой предпринимательства и устройством защиты прав потребителей являются одним из основных пунктов успешного социально-экономического развития РФ. Следует, тема данной работы актуальна.

Целью данной работы является разработка рекомендаций по улучшению антимонопольной политики РФ.

Для реализации намеченной цели нужно решить дальнейшие задачи:

- изучить сущность монополии и механизм ее функционирования;
- рассмотреть цели антимонопольной политики государства;

- изучить методы реализации антимонопольной политики государства;
- проанализировать антимонопольную политику России;
- описать особенности и охарактеризовать проблемы антимонопольной политики РФ;
- разработать рекомендации по улучшению антимонопольной политики РФ.

Объектом исследования является антимонопольная политика РФ.

Предмет исследования – цели и методы ее реализации антимонопольной политики.

Структура курсовой работы состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.

В первой главе отмечены теоретические аспекты антимонопольной политики государства.

Во второй главе изучена антимонопольная политика РФ.

В третьей главе предложены рекомендации по улучшению антимонопольной политики РФ.

В работе использовались труды различных специалистов, а также нормативно-правовые акты РФ.

1 Теоретические аспекты антимонопольной политики государства

1.1 Сущность монополии и механизм ее функционирования

Для исследования антимонопольной политики государства, важно понимание сущности «монополии», которая является многоплановым понятием.

Отдельные авторы понимают под монополией захват физическим либо юридическим лицом части либо всего рыночного пространства и установление на нем своего господства [1].

Максимально популярно понятие монополии как особого положения, в которое поставлен хозяйствующий субъект на каком-то определенном рынке. Это особое положение заключается в том, что такой субъект концентрирует в своих руках большую часть производства и сбыта определенного товара. Это господствующее положение позволяет ему осуществлять контроль над потребителем и другими участниками рыночных отношений вплоть до установления монопольной цены. Монополист сам определяет цену, а не принимает ее как данную [2].

Монополия это характеристика структуры товарного рынка, на котором поставки некоторого продукта, которые не имеют заменителей или поставки определенного продукта и возможных его заменителей выполняются хозяйствующим субъектом [3].

Отдельные авторы понимают монополию, как какую-то определенную структуру рынка, например: преобладание на нем единоличного поставщика или продавца.

Монополия также понимается как право и возможность отдельного производителя, занимающего господствующее положение на рынке определенного продукта либо большой сектор рынка, навязывать свои интересы своим контрагентам и всему обществу.

Если фирма занимает господствующее положение на рынке, то она может считаться монополистом. Это значит, что монополия характеризует ситуацию наличия одного продавца на рынке. Здесь в силу тех или других причин продавец

имеет исключительное право сбыта какого-либо товара на рынке.

Это право дает ему свободу действий, прежде всего в области установления цены. Цена завышена из-за того, что товар находится в руках продавца, который в состоянии определить предложение товара, а значит и цену. Установление цены выше реальной стоимости из-за монопольного положения продавца означает получение продавцом монопольной прибыли как разницы между монопольно высокой ценой и стоимостью товара. Право получения такого дохода и побуждает большие фирмы к установлению своей монополии на рынке, дающей право на особую продажу товара.

Такое право на исключительную продажу товара часто является результатом политической или экономической власти. Политическая власть постоянно была у государства, и оно с давних времен пользовалось ею, устанавливая свою монополию, в частности, на продажу вина, табака, соли, и за счет повышенных цен пополняя свою казну. Порой государство предоставляло подобную монополию некоторым торговцам, становившимся монополистами на рынках таких товаров. Это называлось «отдать на откуп» торговлю отдельным товаром [4].

Экономическая власть формируется по мере роста величины капитала и концентрация производства отдельного товара в чьих-либо руках. Такая концентрация является результатом централизации производства в отдельных отраслях, победы над более слабыми конкурентами. С крупными конкурентами часто достигается соглашение о разделе рынков сбыта товаров, а иногда возможно их объединение, так что отрасль оказывается под влиянием одной крупной фирмы либо объединения фирм, монополизированной.

Отметим, что вид монополий зависит от структуры рынка и формы осуществления конкуренции. Существуют разные типы монополий, которые делятся на три основных вида: естественная, административная и экономическая.

Естественная монополия появляется в итоге объективных причин. Она отражает ситуацию, когда спрос на товар в наилучшей степени удовлетворяется

одной либо несколькими компаниями. В ее основе – специфика технологий обслуживания потребителей и производства. Здесь конкуренция невозможна или нежелательна.

Наиболее действенной организацией экономики, многими учеными и политиками признается конкурентный рынок. Но в силу значительного числа разнообразных экономических и социальных факторов совершенная конкуренция не является естественным состоянием рынков. Функционирование ряда отраслей общественного производства невозможно на конкурентной основе либо не действенно, то есть естественной для них становится значительная степень монополизации. Классическими примерами естественных монополий на федеральном уровне являются передача электроэнергии, газа и нефти, железнодорожные перевозки, а также отдельные подотрасли связи, а на региональном уровне – коммунальные услуги. Важно, что во многих странах в последнее время сфера и масштабы госрегулирования сильно сократились в связи с технологическими нововведениями и в итоге появления новых подходов к формированию и регулированию соответствующих рынков [5].

Административная монополия появляется из-за действий государственных органов. С одной стороны, это предоставление отдельным компаниям исключительного права на осуществление определенного рода деятельности. С другой стороны, это организационные структуры для государственных фирм, когда они объединяются и подчиняются разнообразным главам, ассоциациям. Здесь, как правило, группируются компании одной отрасли. Они выступают на рынке, как один хозяйственный субъект и между ними нет конкуренции. Экономика бывшего Советского Союза относилась к наиболее монополизированной в мире. Наиболее влиятельной там была именно административная монополия, прежде всего монополия всесильных министерств и ведомств. Была абсолютная монополия государства на организацию и управление экономикой, которая базировалась на господствующей государственной собственности на средства производства.

Экономическая монополия является максимально распространенной. Ее

появление определено экономическими причинами, она формируется на основе закономерностей хозяйственного развития. Речь идет о предпринимателях, которые смогли завоевать монопольное положение на рынке. К нему ведут два пути. Первый состоит в удачном развитии компании, постоянном росте его масштабов путем концентрации капитала. Второй (более быстрый) базируется на процессах централизации капиталов, то есть на добровольном объединении либо поглощении победителями банкротов. Тем либо другим путем либо при помощи обоих, фирма достигает масштабов, когда она начинает доминировать на рынке [6].

С учетом охвата экономики выделяются: 1) чистая монополия (один продавец, доступ на рынок закрыт, полный контроль над ценой); 2) абсолютная монополия (находится в руках государства либо хозяйственных органов).

В зависимости от причин появления выделяют следующие виды монополий:

1. Естественная монополия – ею обладают собственники и фирмы, обладающие редкими и невозпроизводимыми ресурсами, а также отрасли инфраструктуры.

2. Легальные монополии, образующиеся на законном основании (патенты и т.д.).

3. Искусственные монополии. Объединение фирм, формируемое для получения монополистических выгод. Эти монополии преднамеренно меняют структуру рынка:

1. Формируют барьеры для вхождения на рынок новых компаний.

2. Ограничивают аутсайдерам (фирмам, которые не вошли в монополистическое объединение) доступ к источникам сырья и энергоносителям.

3. Основывают очень высокий уровень технологий.

4. Используют более крупный капитал.

5. «Забивают» новые компании хорошо поставленной рекламой [7].

Искусственные монополии образуют ряд конкретных форм – картель,

синдикат, трест и концерн.

Картель – союз нескольких компаний одной отрасли промышленности, в котором его участники сохраняют свою собственность на средства и продукты производства, а произведенные изделия сами сбывают на рынке, договариваясь о квоте – доле каждого в общем выпуске продукции, о продажных ценах, распределении рынков и др.

Синдикат – объединение ряда фирм, производящих однородную продукцию. Здесь собственность на материальные условия хозяйствования сохраняется за участниками объединения, а продукция продается как их общее достояние через созданную для этого контору.

Трест – монополия, в которой формируется совместная собственность данной группы предпринимателей на средства производства и готовую продукцию.

Концерн – союз официально независимых фирм (обычно из разных отраслей промышленности, транспорта, банков), в рамках которого основная компания организует финансовый контроль над всеми участниками.

В заключение отметим, что для эффективного функционирования любого рынка нужна и конкуренция, и монополия, но лишь если речь идет о естественной рыночной монополизации.

1.2 Цели антимонопольной политики государства

Антимонопольная политика государства – политика, которая направлена против монополизма, т.е. против абсолютного преобладания на рынке единоличного поставщика или продавца, против концентрации производства и сбыта в руках определенного хозяйствующего субъекта при его исключительных правах осуществлять экономическую деятельность в какой-либо сфере.

Главной целью антимонопольной политики является поддержание на должном уровне рыночного механизма. В качестве приоритетных задач антимонопольной политики выделяются:

- антимонопольное сопровождение реформ естественных монополий, жилищно-коммунального хозяйства и инфраструктурных отраслей;
- модернизация законодательств о защите и развитии конкуренции, о естественных монополиях и о рекламе;
- контроль за концентрацией прав собственности на ограниченные природные ресурсы и предотвращение отрицательных последствий такой концентрации для конкуренции на товарных рынках;
- помощь повышению прозрачности российской экономики, выявление настоящих собственников и групп лиц, контролирующих фирмы, обладающих рыночной властью;
- защита и формирование конкуренции на строительном рынке, на рынке услуг по инженерной подготовке земельных участков под застройку;
- расширение инструментария политики защиты и формирования конкуренции на товарных и финансовых рынках;
- интегрирование российского антимонопольного законодательства в европейское;
- разработка механизмов активного адвокатирования конкурентной политики в РФ;
- иные задачи [8].

Значительной уровень монополизации и его негативное влияние на

экономику делает нужным проведение в РФ антимонопольной политики. Кроме этого, страна нуждается в демонополизации, т.е. сокращении числа секторов экономики, где установилась монополия.

Основной проблемой и трудностью при этом является особенность унаследованного от социалистической эпохи монополизма: отечественные монополисты по большей части не могут быть демонополизированы путем разукрупнения.

На Западе демонополизация крупных фирм допустима путем их разделения на части. Западные монополисты образовывались путем объединения и поглощения независимых компаний. Последние, теоретически, могут быть восстановлены в качестве самостоятельных фирм. Российские монополисты, наоборот, сразу создавались как единый завод или технологический комплекс, который принципиально не может быть разделен на части без полного разрушения.

Выделяют три принципиальных возможности снижения степени монополизации: прямое разделение монополий; иностранная конкуренция; основание новых фирм.

Как уже сказано, возможности первого пути в российской действительности весьма ограничены. Единый завод нельзя разделить на отдельные части, а случаи когда производитель-монополист состоит из нескольких заводов единого профиля, почти не встречаются. Тем не менее, на уровне надфирменных структур – бывших министерств, областных властей – такая работа отчасти уже сделана, а отчасти может быть продолжена, принеся пользу в деле понижения степени монополизации [9].

Дело в том, что еще одна особенная российская разновидность монополизма состоит в диктате ведомств и госорганов, продолжающих и сегодня активно вмешиваться в деятельность фирм. Формально-юридических прав на это у них нет – компании находятся в частной собственности. Но действительные рычаги давления у власти есть. В частности, не допустить в отрасль стороннего производителя с помощью частотола инструкций и

распоряжений они могут.

Следующий путь – иностранная конкуренция – явился, вероятно, самым результативным ударом по отечественному монополизму. Когда рядом с изделием монополиста на рынке находится превосходящий его по качеству и сопоставимый по цене аналог, все монополистические злоупотребления становятся невозможными. Монополисту приходится думать о том, как бы вообще не оказаться вытесненным с рынка.

Проблема в том, что из-за необдуманной валютной и таможенной политики, импортная конкуренция в многих случаях оказалась слишком сильной. Вместо того чтобы ограничить злоупотребления она уничтожила целые отрасли промышленности.

Очевидно, что применение столь сильнодействующего средства должно быть весьма осторожно. Импортные товары, должны существовать на российском рынке, являясь угрозой для наших монополистов, но не должны превращаться в причину массовой ликвидации отечественных фирм [10].

Третий путь – формирование новых компаний, конкурирующих с монополистами, – во всех отношениях предпочтителен. Он ликвидирует монополию, не уничтожая при этом самого монополиста как фирму. К тому же новые фирмы – это всегда рост производства и увеличение рабочих мест. В перспективе будут применяться все три пути снижения степени монополизации российской экономики.

1.3 Методы реализации антимонопольной политики государства

Существуют следующие методы антимонопольной политики:

– ограничительные меры: используются антимонопольным органом к хозяйствующим субъектам, пренебрегающим антимонопольное законодательство. Эти меры включают табу на действия монополий и нечестную конкуренцию, на деятельность органов власти и управления, которые могут отрицательно отразиться на формировании конкуренции;

– контроль за увеличением экономической централизации: наряду с запретами на заключение невыгодных для конкуренции условий и на злоупотребление высоким положением для борьбы с ограничением конкуренции используется надзор за экономической централизацией;

– табу на бесчестную конкуренцию: то есть те действия, которые направлены на получение преимуществ, противоречащих законам, обычаям делового оборота, требованиям порядочности, разумности и справедливости и которые причинили убытки конкурентам либо нанесли ущерб их репутации;

– воспрещение на действия органов власти и управления, которые могут отрицательно повлиять на конкуренцию: формирование рыночных отношений предполагает ликвидацию непосредственного вмешательства государственных органов власти в работу компаний;

– реестр как инструмент антимонопольного контроля: по итогам исследования состояния товарного рынка и доли компаний на нем они включаются или исключаются из государственного реестра [11].

Основным средством антимонопольной политики во всех странах считается содействие конкуренции. Антимонопольные органы препятствуют слияниям компаний, если в итоге укрупненная фирма будет обладать чрезмерной рыночной властью. С другой стороны, антимонопольные законы мешают применению действующими компаниями своей рыночной власти для сжатия производства, повышения цен, навязывания потребителям своей продукции, недопущения на рынок новых производителей или реализация другой антиконкурентной практики. Законы предусматривают разные санкции за ограничение конкуренции вплоть до разукрупнения компании-нарушителя.

В реальности конкуренцию не всегда получается обеспечить путем раздела монополии, либо посредством вхождения в отрасль свежих производителей. В случае же естественной монополии ее размельчение и установление конкуренции вообще ведут к потере действенности, а благодаря тому не оправданны.

В связи с этим главным средством антимонопольной политики считается

ценовой контроль – определение максимальной цены, выше которой государство запрещает монополии продавать свою продукцию.

В отличие от совершенной конкуренции, ценовое регулирование является оправданным потому, что содействует увеличению производства и его приближению к общественно-действенному уровню.

Особо важен ценовой контроль над естественными монополиями – компаниями, чье монопольное положение основано на преимуществах в затратах на единицу продукции перед более мелкими компаниями. Долгосрочные средние затраты естественного монополиста.

В отсутствие государственного ценового контроля естественный монополист, предпочитает выпуск, при котором наибольший доход равен максимальным затратам, и определяет монопольно высокую цену. Из-за того, что цена превосходит долгосрочные средние затраты при данном выпуске, монополист зарабатывает сверхприбыль. В итоге общество страдает от действий монополиста, так как цена завышена. [12].

В ответ государство может установить для монополиста цену, соответствующую уровню безубыточности. Поскольку цена становится равна затратам на единицу выпуска, сверхприбыль монополиста исчезает. При этом государство позволяет монополисту вести безубыточное производство, довольствуясь нормальной бухгалтерской прибылью, покрывающей неявные затраты. С другой стороны, при такой цене монополист увеличивает выпуск до уровня, приближаясь к общественно-действенному выпуску.

Особенность естественной монополии состоит в том, что при общественно-действенном выпуске долгосрочные средние затраты оказываются выше цены, т.е. каждая единица продукта приносит монополисту убыток, равный данной разнице.

Чтобы монополия не покинула отрасль, ее необходимо субсидировать, компенсировав за счет общества величину убытка.

Во всем мире деятельность естественных монополий регулируется правительственными комиссиями путем установления максимальных цен и

стандартов качества продукции. Кроме того, обложение налогом сокращает экономическую прибыль монополиста, уменьшая, тем самым, выгоды от монопольного положения. Воздействие налога на поведение монополиста зависит от типа налога.

Рассмотрим два типа налога: потоварный налог, устанавливаемый в расчете на единицу продукции (НДС, акцизы, таможенные пошлины, налог на добычу полезных ископаемых и т.д.), и паушальный налог, взимаемый независимо от объема выпуска (разного рода лицензионные сборы). При этом если компания попытается компенсировать повышение налога на прибыль повышением цены, это приведет к тому, что прибыль до уплаты налога станет меньше. А значит, что уменьшится и прибыль после уплаты налога.

Из этого следует, что монополия характеризует ситуацию наличия на рынке одного продавца, т.е. в силу тех либо других причин продавец обладает исключительным правом продажи какого-либо товара на рынке. Важнейшим фактором возникновения монополии является конкуренция. Она ведет к концентрации и централизации производства и образованию на данной основе монополий. Монополии оказывают довольно противоречивое воздействие на развитие экономики. Оно может быть как положительным, так и отрицательным [13].

Отрицательное воздействие монополий на экономику и общество в целом выявилось уже в конце XIX века. Отражая интересы общества в целом, государство в ряде стран стало принимать меры, направленные против монополий.

Антимонопольная политика – это определенный комплекс мер, принимаемых государством, направленные на борьбу с недобросовестной конкуренцией и монополиями. В названный комплекс государственных мер можно включить такие составляющие, как антимонопольное законодательство, соответствующая система налогов и сборов, процесс приватизации собственности, поддержка малого бизнеса и частного предпринимательства. Осуществляя антимонопольную политику, государство пытается устранить

негативное влияние монополий на национальную экономику. Но, как правило, государство не препятствует деятельности «своих» монополий на международном уровне, поскольку здесь происходит особенно ожесточенная конкуренция, выстоять в которой могут только очень крупные и влиятельные фирмы.

2 Антимонопольная политика РФ

2.1 Анализ антимонопольной политики РФ

Для характеристики антимонопольной политики РФ необходимо исследовать ее нормативно-правовую базу. Итак, сегодня антимонопольное законодательство России включает в себя:

1. Конституцию Российской Федерации [14].
2. Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ «О естественных монополиях» [15].
3. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» [16].
4. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» [17].
5. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» [18].
6. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» [19].
7. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и другие нормативно-правовые акты [20].
8. Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» [21].

В этих нормативно-правовых актах изложена суть антимонопольной политики РФ.

Отметим, что наиболее существенными из всех методов антимонопольной политики для России оказались ограничительные меры. Они предусмотрены законом «О защите конкуренции» и используются антимонопольным органом к хозяйствующим субъектам, нарушающим антимонопольные законы. Это вето на недобросовестную конкуренцию и монополистическую деятельность, на деятельность органов власти и управления, которые могут отрицательно сказаться на развитии конкуренции.

Табу на деятельность монополий подразделяются на запреты, которые

направлены против соглашений, ограничивающих конкуренцию, и воспреещения на злоупотребление компаниями своим господствующим положением. Такие злоупотребления являются самыми распространенными (практически 60%) нарушениями антимонопольных законов.

Очень часто попадают такие нарушения, как навязывание контрагенту невыгодных условий договора, несоблюдение порядка ценообразования, заранее оговоренные действия компаний, направленные на ограничение конкуренции. Наблюдение более 200 цен показал, что больше половины компаний, занимающих ведущее положение на рынке, завышают цены на товары и услуги.

Так же закон запрещает устанавливать монопольно высокие либо монопольно низкие цены, забирать товар из обращения затем, чтобы создавать или поддерживать дефицит или повышать цену, навязывать контрагенту условия договора, невыгодные для него либо не относящиеся к предмету договора, включать в договор дискриминирующие условия, которые ставят контрагента в неравное положение по сравнению с иными компаниями, препятствовать выходу на рынок (или уходу с него) другим фирмам, побуждать контрагента отказываться от заключения договоров с отдельными покупателями (заказчиками), несмотря на то, что есть возможность произвести либо поставить нужный товар.

Так же российское антимонопольное законодательство стремится к запрету заключения соглашений, ограничивающих конкуренцию, а к таким относятся: соглашения, препятствующие входу иных компаний на рынок; отказы от заключения договоров с определенными продавцами либо покупателями; соглашения по разделу рынка по территориальному принципу либо ассортименту реализуемой продукции; ценовые соглашения [22].

Наряду с запретами на заключение вредных для конкуренции соглашений и на злоупотребление господствующим положением для борьбы с ограничением конкуренции применяется такой метод, как контроль за экономической концентрацией. Она появляется в итоге создания, реорганизации либо слияния фирм и объединений либо когда появляется возможность для группы компаний

проводить на рынке согласованную политику.

Согласно закону «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», если компания достигает определенного порога по объему операций, она обязана получить согласие антимонопольного органа на свои действия либо уведомить его о них.

Антимонопольное законодательство РФ не разрешает действия или сделки, в итоге которых возможно установление либо расширение рыночной власти коммерческой фирмы, если негативные последствия для конкуренции не компенсируются повышением ее конкурентоспособности на внутреннем и международном рынках. Поэтому контроль не мешает интеграции российских компаний для конкуренции с зарубежными организациями.

Но, в тоже время, нередко создание, слияние, присоединение либо ликвидация коммерческих фирм и приобретение акций нередко проходят с нарушением антимонопольного законодательства

Контрольная деятельность антимонопольного ведомства недостаточно эффективна. Оно не привлекает отраслевые министерства к проведению конкурентной политики в отраслях, не имеет следственных полномочий, ему трудно получать требуемые сведения. Соглашение между Госналогслужбой и ГАК об обмене информацией и содействии друг другу практически не выполняется. Суды не применяют статью Уголовного кодекса, в соответствии с которой виновный в установлении монопольных ограничений конкуренции может быть лишен свободы на срок от 2 до 7 лет. Статья не работает еще и потому, что предприниматели не готовы подавать жалобы и взаимодействовать с правоохранительными органами, а антимонопольное ведомство не проявляет активности в подаче исков о таких нарушениях.

Запрет на недобросовестную конкуренцию является важным методом антимонопольной политики. Под недобросовестной конкуренцией понимаются действия, направленные на приобретение преимуществ, которые противоречат законодательству, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и которые причинили (могут причинить) убытки

конкурентам либо нанесли ущерб их деловой репутации. В антимонопольной политике используются еще и запреты на антиконкурентные действия органов власти и управления. Кроме того, в политике России широко используется реестр как инструмент антимонопольного контроля. По результатам анализа состояния товарного рынка и доли компаний на нем (более либо менее 35%) они включаются или либо исключаются из государственного реестра. Делает это МАП, если речь идет о российском рынке в целом, либо его территориальные управления в случае региональных рынков. Реестр составляется для того, чтобы иметь информационную базу о крупнейших субъектах рынка и контролировать соблюдение ими антимонопольного законодательства. В реестр обязательно попадают компании, являющиеся единственными производителями в России отдельных видов продукции [23].

В заключение отметим, что антимонопольные органы выявляют компании, имеющие значительную долю лишь в производстве наиболее важной для экономики, структурообразующей и социально значимой продукции.

2.2 Особенности и проблемы антимонопольной политики РФ

Не секрет, что антимонопольная политика РФ сегодня переживает период развития. При общей положительной оценке увеличения значимости антимонопольной политики специалисты отмечают комплекс проблем в данной области.

Все эти проблемы в нашей стране связаны в первую очередь как с уровнем принимаемых в данной сфере нормативных актов (нечеткость и непоследовательность законодательных требований, неоправданно частые изменения законодательства), так и с качеством правоприменительной деятельности — отсутствие единой для всех процедуры анализа антимонопольных дел, небольшой уровень процессуальных гарантий, отсутствие разработанных стандартов доказывания, обширные полномочия антимонопольного органа, организовывающие почву для злоупотреблений.

Антимонопольное законодательство налагает важнейшие ограничения на свободу деятельности хозяйствующих субъектов в выборе способов ведения предпринимательской деятельности. При этом ему свойственна уникальная для правовой системы РФ структура — оно состоит из широкого перечня абстрактных запретов.

В большинстве случаев законодательством запрещается не само действие, а тот эффект, к которому действие может привести. Понятно, что подобное строение антимонопольных норм влечет за собой значительные трудности и для хозяйствующих субъектов, и для судей, сотрудников антимонопольного органа и практикующих юристов, привыкших к формальной определенности правовой нормы.

Главная сложность использования норм антимонопольного права состоит в том, чтобы точно определить перечень тех действий, которые способны отрицательно повлиять на состояние конкуренции. Без понимания того, какое действие может попасть под антимонопольные запреты и привести к нарушению конкурентной среды, предпринимательская деятельность не представляется нормальной. В данной ситуации хозяйствующий субъект почти лишен возможности планировать свое поведение — оценивать его допустимость или недопустимость и связанные с этим риски.

Для того чтобы установить, привели ли некоторые действия хозяйствующих субъектов к ограничению конкуренции, нужен глубокий экономический анализ. Особенный смысл приобретает методика его проведения. Орган, ведущий ее разработку, фактически учреждает правила поведения хозяйствующих субъектов, которые обычно регулируются федеральным законом.

В настоящее время нет комплексной методики экономического анализа антимонопольных дел.

Проблемы, связанные с оценкой влияния на конкуренцию вертикальных и горизонтальных соглашений, с определением коллективного доминирования, с нахождением монопольно высокой цены и др., ни на законодательном уровне,

ни на уровне подзаконных нормативных актов сегодня не урегулированы. Возникший правовой вакуум пытаются восполнить созданием массива правоприменительной практики. Данное решение этой проблемы нельзя считать успешным.

Такой подход означает, что регулирование деятельности организаций осуществляется постфактум. Компания, выбирая стратегию поведения на товарном рынке, функционирует в непредсказуемом нормативно-правовом поле. Позднее это может грозить ему серьезными отрицательными последствиями в виде штрафов либо уголовной ответственности, в случае если антимонопольный орган сочтет какой-либо запрет нарушенным.

Практика антимонопольного органа и судебная практика сильно противоречивы, лишены единых концептуальных подходов и часто игнорируют экономическую логику. Парадокс российской антимонопольной политики заключается в том, что базовые вопросы регулирования — цели и задачи антимонопольной политики — остаются за границами дискуссии.

3 Рекомендации по совершенствованию антимонопольной политики РФ

Нынешняя рыночная экономика в России значительно отличается от типа совершенной конкуренции.

Если анализировать рыночные системы преуспевающих стран Запада, то для них присуще главенство больших компаний и важная роль профсоюзов, которые, монополизировав рынки товаров и труда и делающие цены негибкими и жесткими.

Крупные компании отвергают данные действия механизма свободной конкуренции. Цены высокой части промышленных товаров устанавливаются не под давлением предложения и спроса, а в итоге политики, проводимой руководителями крупных компаний. Крупные компании предполагают стабильность цен и большие объемы намеченного производства. Со стороны некоторых крупных фирм, рынок становится объектом административного контроля. Для более мелких производителей организуются препятствия для прохождения на рынок.

В рамках крупнейших компаний России обрела распространение маркетинговая система управления.

Благодаря этой системе, находит решение вопрос об объеме и структуре производимой продукции. Прогноз рынка дает возможность фирме заранее сокращать выпуск устаревающей продукции и переходить к производству качественно новых видов продукции. Маркетинг дает возможность наблюдать за существующим спросом и предпочтениями. Произошли модификации и на рынке рабочей силы. Рабочие объединяются в специальные организации – профсоюзы, в задачи которых входят заключение коллективных договоров и стабилизация заработной платы. Другими словами, организация заработной платы уже не происходит под исключительным давлением закона спроса и предложения.

Значит, в современный период развития России главные секторы экономики функционируют не так, как предполагает модель чистой

конкуренции.

Данный факт является одной из причин регулирования рыночных механизмов с помощью политики государства. Особо важная роль государства в экономической жизни является характерной особенностью современной России.

Наряду с гигантскими компаниями, сильными профсоюзными организациями государство является третьим основным фактором организации экономического процесса.

Координация рынка происходит с целью минимизирования его недостатков, характерных для модели совершенной конкуренции. Рыночный механизм не может обеспечить должной действенности, когда дело касается коллективных товаров (совместная оборона, услуги пожарных и т.д.) и внешних факторов (экология и т. д.), поэтому, эти сферы находятся под влиянием государства.

Основная задача государства в современных условиях состоит в регулировании процессов, происходящих в экономике, и в первую очередь в регулировании монополии и конкуренции.

Отметим, что государственное регулирование деятельности по защите конкуренции осуществляет Федеральная антимонопольная служба, которая не вправе реализовывать в установленной сфере деятельности функции по управлению государственным имуществом и оказанию платных услуг, кроме случаев, устанавливаемых указами Президента России и постановлениями Правительства.

Федеральная антимонопольная служба с целью осуществления полномочий в определенной сфере деятельности имеет право:

- запрашивать и получать сведения, нужные для принятия решений по проблемам, отнесенным к компетенции Службы;
- заказывать проведение нужных исследований, анализов и оценок, а также научных исследований по проблемам осуществления надзора в установленной сфере деятельности;
- давать разъяснения по вопросам, отнесенным к компетенции Службы;

- осуществлять контроль за деятельностью территориальных органов Службы;

- привлекать для проработки вопросов в установленной сфере деятельности научные и иные организации, ученых и специалистов;

- применять предусмотренные законодательством РФ меры ограничительного и профилактического характера, направленные на недопущение и (либо) пресечение нарушений юридическими лицами и гражданами обязательных требований в установленной сфере деятельности, а также меры по устранению последствий указанных нарушений;

- создавать координационные, совещательные и экспертные органы, в том числе межведомственные, в установленной сфере деятельности;

- создавать индивидуальные правовые акты по отнесенным к компетенции Службы вопросам, а также приказы, определения, постановления, в случаях, предусмотренных законодательством о конкуренции на товарных рынках, о защите конкуренции на рынке финансовых услуг, о естественных монополиях и о рекламе;

- утверждать знаки отличия и награждать ими граждан за высокие достижения в установленной сфере деятельности и т.д.

В целях дальнейшего развития конкуренции на товарных рынках РФ нужно совершенствование антимонопольной политики.

Для улучшения антимонопольной политики необходимо следующее:

- совершенствование нормативно-правовой базы, форм и методов антимонопольного регулирования;

- предупреждение создания новых монопольных структур;

- обеспечение равных возможностей хозяйствования на товарных рынках;

- упорядочение государственного регулирования и контроля деятельности естественных монополий;

- разработка и реализация отраслевых и региональных программ демополизации и развития конкуренции, устранения барьеров для входа на

рынки новых хозяйствующих субъектов;

– пропаганда правовых знаний о государственной антимонопольной политике и об антимонопольном законодательстве.

Следовательно, внедрение разработанных рекомендаций позволит совершенствовать антимонопольную политику в РФ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По итогам проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Монополия характеризует ситуацию наличия на рынке одного продавца, т.е. в силу тех либо других причин продавец обладает исключительным правом продажи товара на рынке. Основной причиной появления монополии является конкуренция, ведущая к концентрации и централизации производства и образованию на данной основе монополий. Монополии оказывают противоречивое воздействие на развитие экономики государств. Оно может быть как положительным и отрицательным.

Отрицательное воздействие монополий на экономику и общество в целом показало себя уже в конце XIX века. Отражая интересы общества в целом, государство в некоторых странах стало принимать меры, которые были направлены против монополий. Антимонопольная политика – комплекс мер, принимаемых государством, направленных на борьбу с недобросовестной конкуренцией и монополиями. В данный комплекс мер можно включить такие составляющие, как антимонопольное законодательство, соответствующая система налогов и сборов, процесс приватизации собственности, поддержка частного предпринимательства и малого бизнеса.

Осуществляя антимонопольную политику, государство старается устранить отрицательное влияние монополий на экономику. Но, обычно, государство не препятствует деятельности «своих» монополий на зарубежных рынках, поскольку здесь происходит особенно ожесточенная конкуренция, выстоять в которой могут только очень крупные и влиятельные фирмы.

Наиболее значимыми из всех мер антимонопольной политики для России оказались ограничительные меры. Они предусмотрены законом «О конкуренции» и применяются антимонопольным органом к организациям, которые нарушают антимонопольное законодательство. Это запреты на монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию, на действия органов власти и управления, которые могут отрицательно сказаться на

развитии конкуренции.

Кроме того российское антимонопольное законодательство стремится к запрету заключения соглашений, ограничивающих конкуренцию, а к таким относятся: соглашения, препятствующие входу иных компаний на рынок; отказы от заключения договоров с определенными продавцами либо покупателями; соглашения по разделу рынка по территориальному принципу либо ассортименту реализуемой продукции; ценовые соглашения.

Нужно отметить, что Россия не избежала отрицательного воздействия отраслей – естественных монополий в условиях рынка. В российской промышленности на данный момент существуют четыре тысячи компаний – монополистов и их продукция составляет 7% от общего числа. Из них естественных монополий – 500.

В целях совершенствования антимонопольной политики РФ нужно следующее: оптимизация нормативно-правовой базы, форм и методов антимонопольного регулирования; предупреждение создания новых монопольных структур; обеспечение одинаковых возможностей хозяйствования на товарных рынках; упорядочение государственного регулирования и контроля деятельности естественных монополий; разработка и реализация отраслевых и региональных программ демонополизации и развития конкуренции, устранения барьеров для входа на рынки новых хозяйствующих субъектов; пропаганда правовых знаний об антимонопольном законодательстве и о государственной антимонопольной политике.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Экономическая теория: Учебник для вузов \ Под ред. А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича. СПб, 2011. – 562 с.
- 2 Шевченко О.М. Защита конкуренции на товарных и финансовых рынках // Предпринимательское право. 2013. № 1. С. 1-34.
- 3 Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М., 2011. – 178 с.
- 4 Еременко В.И. Законодательство о пресечении недобросовестной конкуренции. М., 2010. – 212 с.
- 5 Залеская М. Недобросовестная конкуренция на товарных рынках: особенности защиты прав хозяйствующих субъектов // Законодательство и закон. 2014. № 1. С. 1-16.
- 6 Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. М., 2010. – 188 с.
- 7 Иванов И.Д. Современные монополии и конкуренция. М., 2011. – 136 с.
- 8 Барышева А.В., Сухотин Ю.В., Богачев В.Н. и др. Монополизм и антимонопольная политика. М.: Наука, 2011. – 218 с.
- 9 Кузнецова Е.И. Развитие конкурентных отношений и экономическая стратегия государства: монография / Е.И. Кузнецова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, Закон и право, 2008. – 232 с.
- 10 Экономическая теория: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, Т.В. Чечелевой. М., 2010. – 428 с.
- 11 Стародубровская И.В. От монополизма к конкуренции. М., 2011. – 216 с.
- 12 Олейник О. Конкуренция и монополизм. Опыт сравнительного анализа. М., 2010. – 212 с.
- 13 Тарасевич Л.С. Макроэкономика: Учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2011. – 462 с.

14 Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ) // СПС «Консультант плюс».

15 Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ (ред. от 30.12.2012) «О естественных монополиях».

16 Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «Об акционерных обществах».

17 Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 24.11.2014) «О некоммерческих организациях».

18 Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ (ред. от 01.12.2014) «О несостоятельности (банкротстве)».

19 Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О рекламе».

20 Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 04.06.2014) «О защите конкуренции».

21 Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (ред. от 26.07.2006).

22 Лемешко И. От свободной конкуренции к господству монополий // Пропаганда. 2013. № 1. С. 1-40.

23 Баринов Н.А., Козлова М.Ю. Антимонопольное законодательство Российской Федерации (вопросы теории и практики). М., 2010. – 146 с.