


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

Факультет управления и психологии  
Кафедра государственного и муниципального управления

КУРСОВАЯ РАБОТА

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РФ

Работу выполнил

  
(подпись)

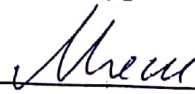
27.12.17

А.А. Аваков

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление


Направленность (профиль) Государственная политика и публичное управление 1 курс 1 группа

Научный руководитель  
д-р экон. наук, доцент

27.12.17   
(подпись)

Т.А. Мясникова

Нормоконтролер  
д-р экон. наук, доцент

27.12.17   
(подпись)

Т.А. Мясникова

Краснодар  
2017

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| Введение.....   | 3  |
| 1 Теоритические основы антимонопольной политики.....                      | 5  |
| 1.1 Негативные стороны монополизма.....                                   | 5  |
| 1.2 Механизм реализации антимонопольной политики государства.....         | 7  |
| 2 Антимонопольная политика России.....                                    | 19 |
| 2.1 Административное регулирование монополистической<br>деятельности..... | 19 |
| 2.2 Проблемы антимонопольного регулирования и пути их решения..           | 22 |
| Заключение.....   | 29 |
| Список использованных источников .....                                    | 30 |

## ВВЕДЕНИЕ

С возникновением монополий стало очевидным, что они оказывают не только положительное, но и отрицательное влияние на экономику страны. Отталкиваясь от данного, страны, стараясь возместить несовершенства рынка, прибегают к разным технологиям и способам антимонопольной регуляции. С целью противодействия монополизации рынков и охраны конкурентной борьбы страны: 1) разрабатывают законы, в базе которых возможно обнаруживать и подвергать наказанию компании, обличенные в монополизацию; 2) формируют компании, которые наблюдают за формированием происшествий на рынках и обнаруживают эпизоды их монополизации; 3) могут помочь формированию новой компаний, которые могут противодействовать монополизации рынков.

В связи с этим, проблема антимонопольного регулирования и разработка методов государственной поддержки конкуренции очень значима для решения важнейших экономических проблем, возникающих в процессе развития любой страны. Таким образом, изучение вопроса антимонопольной политики представляется актуальным для всех государств. Предметом исследования являются основные методы антимонопольного регулирования в России. Объектом - антимонопольная политика. Целью исследования является рассмотрение перспектив развития антимонопольной политики в РФ. Для реализации поставленной цели, необходимо решить следующие задачи: изучить понятие антимонопольной политики; ее сущность и необходимость; выделить цели, методы и основные направления в России; антимонопольное законодательство и органы антимонопольного регулирования в России; выяснить основные проблемы и перспективы развития, а также эффективность антимонопольного регулирования Российской Федерации.

В имеющейся литературе представлены разнообразные убеждения экспертов на антимонопольное урегулирование и помощь конкурентной

борьбы. Из иностранной литературы эти вопросы отражены Пола А. Самуэльсона, Вильяма Д. Нордхауса, Ф. Шерера и Д. Росса. Современная литература по вопросу российской антимонопольной политики охватывает работы В. И. Кушлина, А. Г. Слуцкого, А. М. Бабашкиной, а кроме того статьи С. Авдашевой, Н. Розановой, В. Дернового, Е. Балацкого и других авторов. Задача этой работы – изучение основ антимонопольной политики стран. Для этого были рассмотрены вопросы: механизм реализации антимонопольной политики государств, то есть ее методы и приемы; антимонопольное регулирование в России, его проблемы и перспективы развития. Чтобы подчеркнуть необходимость антимонопольной политики был рассмотрен вопрос негативные стороны монополизма, а для того, чтобы выяснить условия, при которых применяется антимонопольное регулирование, – способы определения степени монополизации рынка.

# 1 Теоритические основы антимонопольной политики

## 1.1 Негативные стороны монополизма

Монополией называют такой вид рынка, в котором имеется единственный продавец конкретного продукта. Находясь единственным поставщиком товара, организация-предприниматель, по сути, воплощает целую отрасль. Монополия имеет несколько отличительных свойств:

1) одному продавцу противоборствует огромное число потребителей. В случае если на рынке одному производителю противоборствует и один потребитель, в таком случае такого рода рынок именуется «двухсторонней монополией»;

2) отсутствие совершенных заменителей продукта. Монополист выступает единственным производителем единичной уникальной продукции, у которого нет сколько-нибудь близких товаров-субститутов, что вынуждает покупателей приобретать товар только у него;

3) отсутствие свободы входа в рынок. Монополия существует в таком случае, если иным компаниям представляется нерентабельным либо невозможным вступить в отрасль. Входные препятствия многочисленны и многообразны: присутствие патентов, государственных лицензий, квот, значительных пошлин на ввоз продуктов; надзор над источниками поступления материала и иных своеобразных ресурсов; большие автотранспортные затраты;

4) идеальная осведомленность о параметрах рынка. Манипулируя в целях максимизации дохода размером либо степенью стоимости, предприниматель обязан понимать все без исключения вероятные соотношения между ценами спроса и его размерами[1].

Монополия имеет двойную значимость в экономике государства. С одной стороны, существуют весомые аргументы в пользу монополий. Продукция монополистических компаний отличается высоким качеством,

что позволило им завоевать господствующее положение на рынке. Монополизация воздействует на повышение эффективности производства: только крупная фирма обладает достаточными средствами для успешного проведения научных исследований и разработок. Кроме того, крупные масштабы производства позволяют снижать издержки и в целом экономить ресурсы. Не следует также забывать и того, что крупные монополистические объединения в случае экономического кризиса держатся дольше всех и раньше всех начинают выходить из кризиса, тем самым сдерживая спад производства и безработицу[2].

С иной стороны, число неблагоприятных условий жизни монополий значительно больше и 1-ый из них — практика образования монопольных цен. Монопольные цены отклоняются от рыночных, создают дополнительные прибыли монополистам и одновременно облагают потребителя своеобразной “данью” в свою пользу. Покупатели вынуждены покупать товары по ценам, которые выше, чем в условиях конкурентного рынка. При этом рост цен наблюдается в основном на внутреннем рынке, и создается такая ситуация, когда цены на внутреннем рынке выше, чем на внешнем. Для укрепления такого положения монополисты создают искусственный дефицит на товары и услуги. Следовательно, наиболее явным внешним проявлением существования монополии является рост цен и наличие дефицита, стимулирование инфляционных процессов[3].

Еще одним негативным фактором наличия монополий является торможение ими развития научно-технического прогресса. Смягчая конкурентную борьбу, монополия создает экономические предпосылки для ограничения введения в производство новшеств. Монопольное положение и вытекающие из него выгоды сводят на нет стимулы постоянного усовершенствования производства, повышения производительности. Возможность обойти конкуренцию приводит к замедлению экономического развития.

Монополизация также приводит к деформации хозяйственных отношений и процессов. Создается структура, которая отвечает цели монополии — оптимизации монопольных прибылей. В этом случае возникает также неправильное распределение доходов, в результате чего осуществляется неправильное размещение ресурсов. Помимо этого, монопольные договора имеют все шансы способствовать хранению экономически хилых компаний, подчеркивая им надлежащие привилегии и определяя стоимости на значительном уровне. Монополии, по сути, никак не дают пропасть нежизнеспособным компаниям.

Учитывая конкретный вред, который причиняет монополизация, и объем, которого в ряде ситуации превосходит финансовые достоинства большого производителя, правительство принуждено осуществлять антимонопольные мероприятия. По этой причине значимым фактором делается анализ приспособления осуществлению антимонопольной политики стран, а именно какой рынок можно считать монополизированным, какими методами государства осуществляют регулирование и с помощью каких приемов борются с монополизацией рынков[5].

## 1.2 Механизм реализации антимонопольной политики

Современная конкуренция является регулируемой. Главной целью регулирования конкуренции, а значит и антимонопольной политики в целом, служит недопущение монополизации рынка фирмами. Рассмотрим основные методы антимонопольного регулирования.

1) Административное (законодательное) регулирование. Главным инструментом государственной антимонопольной политики выступает государственно-правовой механизм — антимонопольное законодательство и система органов законодательной, исполнительной и судебной власти. С помощью антимонопольных законов государство осуществляет правовое и

административное регулирование деятельности монополий, создавая условия для воспроизводства конкуренции[4].

Административное (законодательное) регулирование конкурентной борьбы базируется на противодействии недобросовестной конкуренции, монополизации экономики посредством издания законодательных актов и контролирования за их соблюдением со стороны государства. 1-ый такой законодательный документ был установлен в 1889 г. в Канаде. Однако наиболее знаменит указ Шермана, утвержденный Конгрессом США в 1890 г. Принято считать, то, что непосредственно указ Шермана считается исходным пунктом формирования законодательства о конкурентной борьбе во всем обществе. В 90-х гг. XX оно было принято уже более в 40 государствах со сформированной и формирующейся рыночной экономикой, а кроме того в государствах Восточной Европы, в том числе Россия. На сегодняшний день антимонопольные законодательные акты установлены почти в абсолютно всех государствах с рыночной экономикой, а в США в настоящее время функционирует полный блок дополняющих друг друга законодательных актов: Шермана (1890), Клейтона (1914), о Федерационной торговой комиссии (1914), Робинсона-Пэтмана (1936), а кроме того несколько заключений Верховного суда. Помимо федерационных законов, функционируют ещё и законы Штатов[7].

Конкурентная борьба на международном рынке регулируется особыми межправительственными договорами, а кроме того документами Комиссии ООН по промышленности и торговле документами Европейского экономического сообщества, других организаций.

В целом можно отметить 2 главных вида антимонопольного законодательства – американское и западноевропейское. Критерием разграничения выступает принципиальное отношение законов к самому факту существования монополистических отношений. Американский тип законодательства, начиная с закона Шермана, отвергает любую форму монополистического сговора или союза. Западноевропейский тип



законодательства является более либеральным – в нем объектом противодействия выступают не всякие монополии, а лишь те из них, которые существенно ограничивают возможности конкуренции в том или ином секторе рынка.

Выделяют кроме того антитрестовскую и антикартельную направленность законодательства. Антитрестовские законы ориентированы в сопротивление союзам, объединениям, в рамках которых происходит полная утрата входящими в такой союз фирмами всякой самостоятельности – такой союз устраняет конкуренцию и потому он не может быть приемлем для рыночной экономики. Антикартельные законы направлены на противодействие различного рода сговорам между фирмами картельного типа. Запрещая союзы и сговоры в виде трестов и картелей, антимонопольные законы тем самым стимулируют не только конкуренцию, но и освоение фирмами новых сегментов рынка [8].

Национальные законодательства отображают специфические условия своих стран. Тем не менее, антимонопольное законодательство едино в своих основах. Оно, во-первых, ставит под государственный контроль слияния компании, во-вторых, запрещает соглашения и сговоры предпринимателей и, в-третьих, пресекает недобросовестную конкуренцию.

Проведение в жизнь антимонопольного законодательства осуществляется в административном, судебном или смешанном порядке. Органы, проводящие антимонопольную политику, действуют, как правило, через судебную систему, поскольку только суд может вынести решение о санкциях на основе доказательства о нарушении антитрестовских законов.

Во всех странах антимонопольную политику проводят органы центральной исполнительной власти. В некоторых случаях особые агентства и комиссии: в Германии – Федерационное агентство по картелям, во Франции – Комиссия по конкуренции, в Австралии – Комиссия по торговой практике. В некоторых случаях функции распределены между 2-мя учреждениями, к примеру, в США функционирует Федеральная торговая

комиссия (ФТК) и Антимонопольный отдел Департамента юстиции, в Великобритании – Агентство по справедливой торговле и специальный суд, рассматривающий дела об ограничительной торговой практике. В Европейском Экономическом Сообществе дела о нарушении свободы торговли в масштабах объединенной Европы рассматривают Комиссия и Суд Сообщества.[9].

Из антимонопольных законов следует, что администрация, отвечающая за их исполнение, не только дает разрешения на некоторые сделки и ведет мониторинг ситуации в отраслях, но и работает по жалобам пострадавших от дискриминации, решает возникающие конфликты и т. д. Поэтому она обладает такими полномочиями, каких не имеют другие правительственные учреждения: следственные и судебные по определенному кругу дел.

Законы предусматривают процедуры расследования дел, правила посредничества в решении конфликтов, штрафные санкции, а также передачу дел в суды, если конфликт не удастся решить в административном порядке. В большинстве стран частные фирмы могут возбуждать гражданские иски о нарушении правил конкуренции в суде друг против друга и против антимонопольной администрации[10].

Политика защиты конкуренции, опирающаяся на антимонопольный закон, отражает и уровень понимания современного рыночного хозяйства, и отработанные приемы, и исторические особенности развития экономики каждой конкретной страны. В современном мире накоплен богатый опыт, целый арсенал различных мер и подходов, позволяющих предприятию ориентироваться в рыночной среде.

2) Способы нормативно-ориентирующего влияния. Наравне с законодательной антимонопольной регулировкой в государствах с рыночной экономикой используются и способы нормативно-ориентирующего воздействия. К ним принадлежат: государственные заявки; налоги; проценты; государственные субсидии. Используя эти рычаги, государство имеет возможность влиять на интенсивность конкуренции в разных секторах

и сегментах рынка. Основная черта нормативно-ориентирующего регулирования конкуренции – стимулирование предпринимательской активности фирм. С этой целью практикуются конкурсные условия в государственной контрактной системе, применяются налоговые льготы и субсидии на развитие приоритетных направлений производства, особое значение имеющие для поддержки новых фирм. Вновь созданным компаниям оказывается не только финансовая и материальная поддержка, но и информационное, консультативное содействие.

Осуществляя нормативно-ориентирующее урегулирование деловых отношений, власть представляет в первую очередь механизм общегосударственной помощи бизнеса, содействующий через активизацию конкуренции развитию рыночной экономики. [11].

3) Антимонополистический контроль. К антимонопольной регулировке можно отнести и такого рода контроль. Для предупреждения и пресечения монополистической деятельности ведется Государственный реестр объединений и предприятий-монополистов, действующих на товарных рынках. В него включаются хозяйствующие субъекты, доля которых превышает определенный процент на соответствующем рынке и которые нарушают антимонопольное законодательство. Включение в Реестр означает, что предприятие автоматически попадает под контроль за деятельностью со стороны органов по таким показателям, как объем производства, удовлетворение потребности на рынке сбыта, качество выпускаемой продукции, а также под ценовое регулирование со стороны государства. Предприятия-монополисты обязаны принять к исполнению заказ на поставку продукции для государственных нужд. На них распространяется ряд ограничений в процессе приватизации и т. д.[12].

В том случае, если степень монополизации экономики никак не дает возможность совершенствовать рыночные отношения, удерживает конкурентную борьбу, в государствах со сформированной рыночной

экономикой осуществляется политика демонополизации. Рассмотрим ее основные приемы.

1) Надзор слияний. Наибольшее значение при контроле монополизации рынков имеет контроль слияний хозяйствующих субъектов, работающих на одном рынке товаров и услуг. Под контроль чаще всего подпадают крупные корпорации, занявшие достаточно большую долю рынка, близкую к контролируемому государством уровню концентрации.

Разрешение на слияние дает антимонопольный орган на основе представленных компаниями документов и проводимого собственными силами анализа возможных изменений на рынке. Антимонопольными органами осуществляется контроль географических и товарных границ рынка, уровня его концентрации до и после слияния, а также возможного, притом неоправданно значительного, повышения цен, что нарушает интересы потребителей. Если после слияния уровень концентрации на рынке будет существенно превышать установленные критерии по НИИ или CR, или возможно повышение потребительских цен выше обоснованного уровня, то слияние не разрешается[14].

Товарные границы рынка взаимозаменяемых товаров для потребителей устанавливаются на основе социологического опроса. Проведение такого анализа достаточно трудоемко, но дает объективные результаты. Например, при решении вопроса о слиянии фирм «Кока-кола» и «Лимонад» в середине 80-х гг., изучение рынков дало следующие результаты. Было отмечено, что обе корпорации работают на всеамериканском рынке. Поэтому в качестве географических границ были приняты границы США. Далее ФТК провело изучение мнения потребителей о заменимости их продукции. Оно показало, что потребители считают их взаимозаменяемыми. Определение степени концентрации проводилось по коэффициентам CR. После слияния фирмы могли занять около 80% рынка безалкогольных напитков. ФТК отклонила просьбу о разрешении их слияния. Затем в середине 90-х гг. после повторного обращения компаний проведение социологического опроса

показало, что потребители не считают товары корпораций взаимозаменяемыми. Дело в том, что у потребителей появились устойчивые привычки к употреблению конкретных напитков. В результате слияние было разрешено[13].

Для оценки того, как влияют слияния фирм-конкурентов на цены товара, изобретена и стремительно применяется довольно обычная система. В качестве обоснования слияния фирмы представляют расчеты, показывающие, что цены на товар будут ниже или не изменятся. Но это не дает гарантии от повышения цен через какое-то время после слияния. Поэтому антимонопольные органы проводят анализ возможности расширения количества товаропроизводителей в случае повышения монополистом цен на рынке на 5 %. В этих целях опрашиваются возможные потенциальные производители или поставщики этого товара, находящиеся в географических границах данного рынка и за его пределами, на предмет перехода их на выпуск данного товара и его поставок в зону повышенных цен. Если в течение двух лет после повышения цен дополнительные потоки товаров приведут к стабилизации цен на рынке товара на прежнем уровне, интересы потребителей не считаются ущемленными.

Однако объединение, слияние одной компании другой допускается, бесспорно, в случае неплатежеспособности либо опасности разорения одной из них.

2) Подавление доминирующего положения. С целью рассмотрения антимонопольными органами процесса о применении доминирующего утверждения следует письменное заявление потерпевшего с предписанием создания нарушений и экономических издержек. Побуждение процесса вероятно согласно взаимоотношению к каждой компании, нарушающей антимонопольное законодательство[15]. Но, равно как принцип, заинтересованность антимонопольных организаций порождает довольно большие компании с долей на рынке приблизительно 50 % в определенных

пределах. Доказательства нарушения и обращение в суд при достаточных основаниях возлагается на антимонопольные органы.

Чаще в целом применение доминирующего утверждения состоит в установлении монопольно большой либо монопольно невысокой стоимости на продукт либо лимитировании доступа на рынок конкурентов. К примеру, конкуренты обвинили фирму Microsoft в несоблюдении законов конкурентной борьбы. Фирма - крупный создатель программного обеспечения индивидуальных ПК считала обычное программное обеспечение РС на 10 % экономичнее иных создателей. Ввиду того, что такая цена была ниже уровня, который могли выдержать конкуренты, последние обратились в ФТК с обвинениями компании Microsoft в установлении монопольно низких цен. На предварительном разбирательстве в ФТК компания Microsoft согласилась повысить цены до уровня конкурентов, и дело было закрыто. В апреле 2000 г. по новому обращению конкурентов о монополизации компанией рынка программного обеспечения интернет-услуг суд первой инстанции принял решение о разделении компании Microsoft на две, но Федеральный суд США не поддержал это решение.

В принципе компании стараются не доводить административно-экономические разбирательства до суда. При выносе судебного постановления компания-инициатор должна заплатить судебные расходы и компенсировать вред в 3 раза превышающей настоящие утраты потерпевших. По этой причине большая часть споров разрешается в периода заблаговременного рассмотрения в антимонопольных органах либо в суде.

3) Недопущение лимитирования конкурентной борьбы. Лимитирование конкурентной борьбы никак не разрешается всеми вероятными методами. К примеру, невозможно определить 1 участнику рынка наиболее большие стоимости за аренду помещений, нежели его соперникам. Для этого проводится конкурс между желающими войти в круг арендаторов. Не допускается устанавливать для какой-либо фирмы более высокие цены на товары, сырье, материалы, чем ее конкурентам и т.д.

Монополизация рынков разрешается законодательством только лишь собственникам умственного имущества (патента), таким образом, именуемая «патентная монополия». По законодательству США владелец патента имеет исключительное право его эксплуатации в течение 20 лет[18].

4) Противодействие сговору. Больше всего распространено несоблюдение антимонопольного законодательства в варианте сговора с целью определения монопольно значительных цен, недопущения конкурентов на рынок либо иных методов его монополизации. Как правило, сговор не оформляется документально, поэтому его трудно доказать. Вместе с тем, определенные приемы доказательства сговора разработаны и применяются.

В случае наличия документа, подтверждающего сговор, решение антимонопольных органов не требует дополнительного обоснования. Например, в Польше в конце 80-х гг. одновременно произошло повышение цен на сахар в два раза в результате решения 76 директоров сахарных заводов, принятом на совещании (был составлен протокол). На основании этого протокола антимонопольные органы Польши приняли меры к участникам совещания, которые привели к отмене договоренности.

Иногда сговор может быть доказан на основе анализа статистической и ценовой информации. Так было с делом шести фирм, торгующих мукой в Канаде. Анализ проводился антимонопольными органами в течение нескольких лет, и было отмечено постепенное сближение цен на муку, поставляемую в торговлю различными фирмами, при их одновременном повышении. Схема движения цен на муку, составленная антимонопольными органами, послужила для суда доказательством нарушения правил конкуренции.

В качестве доказательства сговора берется доказательство свидетелей встречи управляющих (агентов) конкурирующих компаний на промежуточной основе, если через определенное время будут обнаружены признаки сговора. Но чаще всего основанием для возбуждения дела и

источником компрометирующей информации бывают конфиденциальные сообщения, полученные в частном порядке от сотрудников фирмы или других лиц, обладающих такими сведениями.

Законодательство США, Великобритании и иных государств учитывает поощрение за поддержку в обнаружении нарушений антимонопольного законодательства в объеме нанесенного вреда.

Такая мера, как разделение монополиста на несколько частей, на практике используется достаточно редко. Вместе с тем, в мировой практике она имеет место. Так, крупнейшая американская компания Standard Oil, крупнейший монополист на рынке нефтепродуктов, была разделена в 1908 году. АТТ (American Telephone & Telegraph) до середины 70-х гг. была монополистом на рынке средств связи. На территории США фирма установила порядок, при котором все работы по обеспечению функционирования систем связи (проведение коммуникаций – в том числе в домах – все виды ремонтов, установка средств связи, изготовленных только на заводах корпорации и т.д.) могли проводиться только силами корпорации. Кроме этого, АТТ монополизировала связь американских абонентов с другими странами, что послужило причиной выявления монополии. При оплате внешних связей было замечено, что стоимость телефонного разговора из Англии в США стоит в три раза дешевле обратного. Это побудило ФТК открыть дело против АТТ. Чтобы избежать штрафных санкций, компания согласилась на предлагаемое разделение и была разделена на 7 самостоятельных компаний. Аналогичное решение было принято по разделению авиатранспортной компании Pan-American[15].

В Российской Федерации подобных фактов никак не существовало.

5) Защита конкурентной борьбы на конкурсных торгах. Конкурсные аукцион - наиболее эффективный метод реализации преимуществ свободной конкуренции при покупке и продаже, позволяющий исключить фаворитизм, коррупцию, нечестные сделки.



Конкурсные торги при публичном распределении контрактов на поставки или работы, в том числе, для нужд правительства, являются важным методом защиты интересов общества. Сравнительный анализ конкретных случаев заключения контрактов на поставки при одном участнике и при проведении конкурса показали, что цены, предложенные правительству в отсутствие конкуренции, были существенно выше, чем при конкурсе. При увеличении числа заявок предлагаемая стоимость проекта снижается от 2 до 18 %. В США ежегодно раскрываются сотни контрактов с фальсифицированными заявками, и Правительство взыскивает с виновных миллионы долларов.

Фальсификация заказов – довольно популярный способ нарушения законов конкурентной борьбы не только в международной практике, но и в Российской Федерации. Под фальсификацией заявок понимается ситуация, при которой заявители приходят к соглашению не конкурировать между собой на конкурсе, и контракт достается определенному ими по сговору участнику. В сущности, заявители соглашаются сообща действовать в качестве монополии.

Нередко возникают долговременные картели фальсификаторов, которые трудятся на серию договоров. Они применяют разнообразные тактические схемы фальсификации заказов. 1) Замена заказов. Члены картеля договариваются по очереди выигрывать конкурс. Другие подают дополняющие заявки, никак не рассчитывающие на доход. 2) Разделение рынка. Заказы имеют все шансы быть разделены согласно географическим либо другим показателям. 3) Выплаты. Победитель торгов делает выплаты остальным участникам из прибыли, полученной вследствие фальсификации. 4) Подавление заказов. Некоторые из вероятных участников договариваются не подавать заявок, это дает возможность 1 из них подать выигрывающую заявку. 5) Опасности. В отдельных вариантах соперникам, которые никак не желают входить в объединение, грозят физическими либо финансовыми проблемами. 6) Коррупция. Устроители торгов государственные чиновники

заведомо создают определенному заявителю условия для выигрыша конкурса.

Все отмеченные нарушения при проведении конкурсных торгов существовали в России при проведении приватизации.

Существуют меры по пресечению или существенному ограничению фальсификации конкурсов[14].

1. Желательно, чтобы состязания были открытыми чтобы члены продаж никак не видели друг друга.

2. Целесообразно, чтобы в торгах приняло участие как можно больше заявителей. В данном случае труднее договориться и больше вероятности выполнения правдивых конкурентоспособных продаж.

3. Все заявки должны включать заявление за подписью участника о том, что заявка подготовлена самостоятельно и в соответствии с антимонопольным законодательством, подана независимо от других, не обсуждалась с другими потенциальными участниками торгов.

4. Полезно исследовать заявки и иную информацию о предшествующих конкурсах и схожих договорах. Из них, в некоторых случаях, возможно раскрыть соучастников картеля фальсификатора.

5. Следует конкретно определять численные и высококачественные аспекты отбора кандидатов.

6. При организации торгов необходимо сохранять недоступность сведений об их участниках. Это затрудняет сговор и воздействие фальсификатора на остальных. При этом сама процедура проведения конкурса должна быть открытой.

## 2 Антимонопольная политика России

### 2.1 Административное регулирование монополистической деятельности

Административное регулирование монополий основывается на противодействии недобросовестной конкуренции, монополистической практике и монополизации экономики путем издания законодательных актов и контроля за их соблюдением со стороны государства[16].

В Российской Федерации 1-ый документ подобного рода был установлен 22 марта 1991 г. Это была 1-ая модификация Федерационного закона «О конкурентной борьбе и лимитировании монополистической работы на товарных рынках». Кроме того антимонопольное законодательство содержало нормативно-правовые акты Президента и Правительства и законы:

1. «О приватизации муниципальных и городских компаний» с 3 июля 1991 г.
2. «О поставках продукта с целью федерационных муниципальных потребностей» с 13 декабря 1994 г.
3. «О финансово-индустриальных группах» с 30 ноября 1995 г.
4. «О природных монополиях» с 17 августа 1995 г.
5. «Об акционерских обществах» с 26 декабря 1995 г.
6. «О некоммерческих организациях» с 12 января 1996 г.
7. «О рекламе» с 18 июля 1996 г.
8. «О критериях согласно охране финансовых заинтересованностей Российской Федерации при осуществлении внешней торговли» с 14 апреля 1998 г.
9. «Об охране конкурентной борьбы на рынке экономических услуг» с 23 июня 1999 г.

26 октября 2006 года вступил в силу указ «Об охране конкурентной борьбы». Главным плюсом закона считается объединение норм, стабилизирующих действия компаний на товарных и экономических рынках. Указ уменьшает управленческое бремя в бизнес. В частности, согласно закону откладывается регулирование любой операции согласно получению акций. Получение предварительного разрешения антимонопольного органа обязательно только для приобретений блокирующего пакета (25%), контрольного (50%) и пакета, исключающего вероятность блокирования решений акционера третьими лицами (75%). Пропадает заблаговременное регулирование формирования экономических учреждений и повышения их уставного капитала, а кроме того возрастают лиминальные значимости с целью заблаговременного согласования сделок - вплоть до 3 миллиардов руб., с целью уведомлений о совершении сделок - вплоть до 200 миллионов руб.. Это уменьшает число сделок, доступных согласованию. Указ внедряет лимитирование антиконкурентных операций органов власти, в частности:

1. Устанавливаются общие антимонопольные условия к проведению абсолютно всех типов продаж органами государственной власти и органами регионального самоуправления;

2. Законодательно фиксируются возможности антимонопольного органа согласно контролю за ограниченными природными ресурсами.

В законе уточняется понятийный аппарат антимонопольного законодательства. В частности, вводится понятие согласованных действий, что позволит доказывать в суде факт осуществления согласованных действий хозяйствующими субъектами при осуществлении ценового параллелизма, а также раздела рынка по территориальному принципу. Для отдельных рынков вводится понятие «коллективного доминирования». При этом в законе определены качественные признаки рынков, на которых возможно коллективное доминирование. Одной из наиболее значимых новаций закона является определение понятия государственной помощи как особой

разновидности антиконкурентных действий органов государственной власти и местного самоуправления, введение запрета на ее предоставление, а также определение отдельных исключений из такого запрета и процедуры предоставления государственной помощи в исключительных случаях. Кроме того, в новом законе вводится специальная глава, регламентирующая правила рассмотрения дел антимонопольным органом. Важной новацией законопроекта в части ограничения неоправданного вмешательства антимонопольного органа в деятельность хозяйствующих субъектов является лишение антимонопольного органа права выдавать предписания об их принудительном разделении, даже если они систематически осуществляют монополистическую деятельность. Закон определяет, что принудительное разделение таких хозяйствующих субъектов может быть осуществлено только по решению суда[18].

В случае нарушения антимонопольного законодательства коммерческими и некоммерческими организациями, органами власти и управления всех уровней, антимонопольный орган создает комиссию по рассмотрению дела. По результатам рассмотрения дела на основании решения комиссия выдает предписание ответчику. Предписание подлежит исполнению в установленный им срок. Антимонопольный орган осуществляет контроль за исполнением выданных предписаний. Лицо, чьи действия (бездействие) признаны монополистической деятельностью или недобросовестной конкуренцией и являются недопустимыми в соответствии с антимонопольным законодательством, по предписанию антимонопольного органа обязано перечислить в федеральный бюджет доход, полученный от таких действий (бездействия). В случае неисполнения этого предписания доход, полученный от монополистической деятельности или недобросовестной конкуренции, подлежит взысканию в федеральный бюджет по иску антимонопольного органа. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства в России пока весьма незначительна и предусмотрена статьями 36-38 Закона «О защите конкуренции»[2].

В Российской Федерации не существовало подобных больших дел о несоблюдении антимонопольного законодательства. Но можно привести пример 1-го из минувших дел. В конце сентября 2006 года ФАС возбудило проблема во взаимоотношении ОАО «Мобильные Телесистемы» (МТС), ОАО «Мегафон», ОАО «Вымпелком» («Билайн») согласно показателям нарушения статьи 6 закона «О конкурентной борьбе и лимитировании монополистической работы на товарных рынках». Это произошло в связи с тем, что данные компании установили для обмена трафиком между собой тариф 0,95 рубля за минуту, в то время как все остальные мобильные операторы должны платить им по 1,1 рубля за минуту. ФАС квалифицировало эти действия как согласованные и ограничивающие конкуренцию. «Вымпелком» и МТС решили не доводить дело до суда и сообщили о том, что готовы представить региональным операторам скидки. В ходе рассмотрения дела комиссии ФАС были представлены документы о прекращении нарушения закона о конкуренции со стороны этих двух компаний, и в отношении этих операторов дело было прекращено. «Мегафону» антимонопольное ведомство предписало устранить нарушение и возместить убытки.

## 2.2 Проблемы антимонопольного регулирования и пути их решения

Одним из основных элементов российской системы антимонопольного регулирования являлся Закон от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Данный закон являлся нерациональным и в целом не соответствующий представлениям об эффективной государственной экономической политике. Именно поэтому 26 октября 2006 года вступил в силу новый закон «О защите конкуренции». Но, несмотря на его положительные стороны, он также имеет недостатки, в том числе доставшиеся ему от старого закона. Эти недостатки являются основной проблемой антимонопольного регулирования.

Некоторые вопросы вызывают определения основных понятий, используемых в законе. Остановимся на терминах «хозяйствующий субъект» и «группа лиц», применение которых вызывает трудности при регулировании согласованных действий и соглашений хозяйствующих субъектов. Казалось бы, в определении «группы лиц» четко установлено, что положения настоящего закона, относящиеся к хозяйствующим субъектам, распространяются на группу лиц. С другой стороны, в некоторых определениях закона дается термин «хозяйствующий субъект», а в скобках «группа лиц», в некоторых же «группа лиц» в скобках отсутствует. Возникает вопрос, означает ли это по замыслу разработчиков закона, что данное правонарушение может осуществлять только хозяйствующий субъект, или же положения, касающиеся согласованных действий, распространяются также и на группу лиц. Этот вопрос имеет принципиальное значение, так как неточность позволяет произвольно толковать нормы закона, что недопустимо для такого уровня важности.

Согласно статье 3 нового закона в сферу его применения входят отношения, связанные с защитой конкуренции, предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции. В отличие от старого новый закон не предусматривает каких-либо изъятий из указанных отношений. Это, безусловно, имеет положительные стороны: например, позволяет бороться с неконкурентными ограничительными условиями в лицензионных или иных договорах. Однако это ставит ряд субъектов предпринимательской деятельности в весьма невыгодное положение. В большей степени это относится к предпринимателям, работающим по договорам франчайзинга. Крупное предприятие зачастую при заключении договора франчайзинга оставляет за собой право рекомендации ценовой политики, хотя по закону запрещается включение в договор условий, по которым предприятие вправе определять цену продажи товара. И действительно трудно представить, к примеру, такие предприятия общественного питания, как «Макдоналдс» и «Крошка-

картошка» конкурирующими между собой, с разными ценами на продукцию. ЕС принял директиву о нераспространении конкурентного права на договоры франчайзинга, а в России после принятия нового закона, огромное количество организаций автоматически будет подпадать под действие статьи 8 о согласованных действиях субъектов.

Статья 13 закона говорит об исключениях из запрета злоупотребления доминирующим положением и согласованных действий хозяйствующих субъектов. Такие действия могут быть признаны допустимыми, если такими действиями не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на соответствующем товарном рынке, не налагаются на их участников или третьих лиц ограничения, а также, если их результатом является или может являться: совершенствование производства, реализации товаров или стимулирование технического, экономического прогресса либо повышение конкурентоспособности товаров российского производства на мировом товарном рынке; получение покупателями преимуществ, соразмерных преимуществам, полученным хозяйствующими субъектами в результате действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок. Даже многократный повтор этой нормы не делает ее яснее. Что такое «соразмерная часть преимуществ», какие ограничения являются «крайне необходимыми»? Норма абсолютно не четкая, неопределенная, допускающая весьма вольное толкование. Практика показывает, что такие расплывчатые и непонятные нормы либо вообще не применяются на практике, либо применяются с полнейшим произволом. При наличии такого количества оценочных критериев в одной норме возникает опасность применения нормы с целью ухода от ответственности.

В статье 14 пункт 1 показаны фигуры бесчестной конкурентной борьбы: продвижение ошибочных данных; введение потребителей в неверное толкование вопроса и прочие. Но все без исключения они никак не считаются объектом антимонопольного законодательства, таким образом, как в основной массе ситуации никак не обладают собственной целью и итог



монополизация рынка. Помимо этого, в указанной статье имеется одна форма недобросовестной конкуренции, которая вызывает серьезные нарекания: «некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с другими товарами хозяйствующих субъектов». Но сравнение различных характеристик производимых и продаваемых товаров не может быть никем запрещено, так как не может быть запрещена реклама, а что такое некорректное сравнение, совершенно неясно и законом не поясняется. Подобное понятие должно быть очень четко расшифровано, либо оно будет приводить к злоупотреблениям[17].

Статья 23 фиксирует возможности антимонопольного органа, главным из которых считается предоставление предписаний. Невозможно выразить согласие с правомерностью самого характера отдельных предписаний. К примеру, как можно допускать предписания «об изменении условий или о расторжении договоров или иных сделок». Такое предписание есть не что иное, как неправомерное «вклинивание» государственного органа исполнительной власти в хозяйственную жизнь предприятия. Кроме того, изменение условий уже заключенных договоров и сделок недопустимо, ибо противоречит основам частного права и сущности частнопредпринимательской деятельности, так же как недопустима процедура «обратного действия» любого закона. В той же статье говорится о возможности обращения антимонопольного органа в суд с заявлениями о ликвидации коммерческих и некоммерческих организаций. Это неправомерно. Более правильным было бы обращение в суд с предложениями по корректировке тех или иных сторон деятельности предприятия и о компенсации ущерба третьим лицам, в отношении которых были осуществлены неправомерные действия.

В закон добавили возможность приостанавливать уже выданные в отношении правонарушителей решения и предписания антимонопольного органа. Статья 47 закона предусматривает, что при подаче заявления в суд о признании недействительным решения или предписания антимонопольного

органа, действие указанных решений или предписаний приостанавливается на время рассмотрения заявления в суде до вступления решения суда в законную силу. Это можно понять, когда речь идет о таких предписаниях, как: о перечислении в федеральный бюджет дохода, полученного в результате нарушения антимонопольного законодательства; о заключении, об изменении условий или о расторжении договоров. Однако это совершенно неоправданно в отношении предписаний о прекращении нарушений антимонопольного законодательства; о недопущении действий, создающих угрозу нарушения конкуренции и антимонопольного законодательства; о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции. Поэтому следует дифференцировать те предписания антимонопольного законодательства, действия которых приостанавливаются с подачей заявления в суд о признании их недействительными.

В целом все без исключения, пересмотренные опасные пункты представляют собою значительную угрозу. В случае если сохранить утверждения закона в их современном варианте, государство приобретет не только сильное влияние в индивидуальный раздел, но и перегруженный непосильной координационной работой антимонополистический орган, то, что автоматически повергнет к увеличению расходов на его содержание и повышение нагрузки правительственного бюджета.

Для решения проблем антимонопольной политики России необходимо скорректировать антимонопольные законы в указанных выше направлениях с одновременным сжатием их объема. В данном случае краткость, максимальная ясность и прозрачность законов являются залогом успеха. Нагромождение статей, норм, ограничений и санкций приведет лишь к дополнительным нарушениям и негативным эффектам в экономике.

Не следует провоцировать излишнюю активность антимонопольного органа. Если он будет выступать в качестве инициатора судебных дел, то это будет неизбежно приводить к злоупотреблениям властей для нажима на неудобные им хозяйственные структуры. Поэтому нужно придерживаться

традиционной процедуры: в любом деле должен быть истец и ответчик. В качестве истца должны выступать хозяйствующие субъекты, которые испытали на себе действие недобросовестной конкуренции со стороны потенциального монополиста, а со стороны ответчика – этот потенциальный монополист. Сама же жалоба может подаваться в антимонопольный орган, который выступает в качестве буфера: он проводит предварительное разбирательство и по его результатам обращается в суд совместно с истцом. Такая процедура представляется более логичной и эффективной.

Должен измениться характер отношений с конкурентами и монополистами. Имеет смысл сосредоточить внимание на оказании помощи конкурентам и их поддержке в оказании сопротивления монополисту, нежели на «зажиме» самого монополиста. Особое место в помощи конкурентам должно принадлежать местным властям. Данное положение непосредственно перекликается с тезисом, что основной интерес антимонопольного органа должен быть перенесен на работу с истцом, а не с ответчиком.

При проведении антимонопольной политики имеет смысл полностью использовать арсенал «невидимых регуляторов». К ним относятся: хорошее информационное обеспечение сферы регулирования и личные контакты властей с хозяйствующими субъектами. Таким образом, информационная открытость страны и готовность чиновников к личным контактам и позитивному диалогу с предпринимателями являются «невидимыми» для общества, но очень важными и эффективными способами современного регулирования разных сторон экономической жизни.

В этой связи было бы целесообразно российскому антимонопольному органу отслеживать всю информацию о деятельности потенциальных монополистов и вступать с ними в конструктивный диалог по поводу возможной корректировки их деятельности. Договорившись по определенным вопросам с монополистом, государство может оказывать такое влияние на соответствующий рынок, которого оно никогда не добьется

при высокой конкурентности этого рынка. Данный фактор не стоит выпускать из виду.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В хозяйственной жизни государств с рыночной экономикой концентрация экономики связывается с овладением монополиями рыночной властью, в таком случае имеется концентрацией в руках компаний такой части продаж, что дает возможность им навязывать обществу и иным хозяйствующим субъектам собственные круг интересов. Непосредственно по этой причине антимонопольная стратегия, изучению основ которой посвящена эта курсовая работа, считается одним из ключевых способов правительственной регуляции экономики. Целью антимонопольной политике считается предоставление и сохранение конкурентноспособной сферы с поддержкой разных методов и способов регуляции, то есть цель заключается в том, чтобы на рынке сохранились только эти компании, которые гарантируют наиболее значительное свойство продукта, касательно наиболее низкие цены и скорую сменность ассортимента. Главную значимость в формировании на рынке подходящей конкурентноспособной сферы представляют антимонопольное законодательство и деятельность антимонопольных органов.

Российская антимонопольная стратегия заступила в новую фазу формирования с вхождения в силу закона «Об охране конкурентной борьбы». Этот указ, наряду с плюсами, обладает несколько недостатков, а поэтому имеет необходимость в последующем совершенствовании. Вопрос модернизации антимонопольного законодательства и в целом антимонопольной политики остра и жизненна для современной России. По этой причине необходимо рассчитывать в продуктивную службу антимонопольных органов, которые согласно новому законодательству приобрели несколько новых возможностей.

В этой курсовой работе никак не была затронута тематика естественных монополий, так как она весьма обширна и потребует отдельного глубокого рассмотрения.

## Список использованных источников

- 1 Авдашева, С. Модернизация антимонопольной политики в России / Авдашева С., Шаститко А. // Вопросы экономики. – 2005. - № 5. – с. 100-116.
2. Бабашкина, А. М. Государственное регулирование национальной экономики: Учеб. пособие/А.М. Бабашкина – М.: Финансы и статистика, 2006. – 480 с.
3. Балацкий, Е. Недостатки антимонопольного регулирования / Е.Балацкий // Государство и экономика. – 2003. - № 5. – с. 10-15.
4. Горбачева, О. В. Правонарушения в области антимонопольного законодательства / О. В.Горбачева // Юрист. – 2003. - № 12. – с. 31-34.
5. Дерновой, В. Б. Проблемы антимонопольного законодательства / В. Б.Дерновой // Российская юстиция. – 2005. - № 3. – с. 23-29.
6. Джабуа, И. Новое в антимонопольном законодательстве. / Джабуа И. // Маркетинг. – 2002. - № 6. – с. 86-90.
7. Еременко, В. И. Антимонопольное законодательство Российской Федерации / В. И.Еременко // Государство и право. – 2001. - № 3. – с. 21-30.
8. Железнов, И.А. Антимонопольное законодательство в России / И.А. Железнов , И.Б.Буданова // Общество и экономика. – 1996. - № 5-6. – с. 172-183.
9. Качалин, В. Регулирование и дерегулирование – два направления антимонопольной стратегии в США / В.Качалин // МЭМО. – 1997. - № 6. – с. 5-18.
10. Кирюшкина, Г. Антимонопольное законодательство – элемент госрегулирования процессов экономической концентрации / Г.Кирюшкина, А.Михайлов // Российский экономический журнал. – 1998. - № 11-12. – с. 42-47.
11. Кузнецов, Ю. Монополия и конкурентная политика / Ю.Кузнецов // Вопросы экономики. – 2006. - № 5. – с. 136-141.

12. Михайлов, А. Принципы антимонопольного контроля / А.Михайлов // Российский экономический журнал. – 1997. - № 11-12. – с. 25-28.

13. Никифоров, А. А. Концепция антимонопольной политики и реформа / А. А.Никифоров // Вестник Московского университета. – 1998. - № 1. – с. 14-30.

14. Покрытан, П. О регулировании монопольных тарифов / П.Покрытан // Экономист. – 2006. - № 2. – с. 9-14.

15. Розанова, Н. Эволюция антимонопольной политики России: проблемы и перспективы / Н.Розанова // Вопросы экономики. – 2005. - № 5. – с. 117-131.

16. Тамбовцев, В. Экономическая теория контрольно-надзорной деятельности государства / В.Тамбовцев // Вопросы экономики. – 2004. - № 4. – с. 91-106.

17. Хилько, В. «Большая тройка» ущемляет маленьких / В.Хилько // Коммерсант. – 20.10.2006. - № 197 – с. 18.

18. Южанов, И. Практика применения антимонопольного законодательства / И. Южанов // Российская юстиция. – 2000. - № 5. – с.12-14.