

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Кафедра теоретической экономики

КУРСОВАЯ РАБОТА

Монополизм и конкуренция в России и их особенности

Работу выполнила  21.06.18 А. А. Тарзян
(подпись, дата)

Факультет экономический

Направление 38.05.01 Экономическая безопасность

Научный руководитель
Канд. экон. наук, доцент  21.06.18 В.В.Суворова
(подпись, дата)

Нормоконтролер
Канд. экон. наук, доцент  21.06.18 В.В.Суворова
(подпись, дата)

*Фонд
21.06.18
и записи
*

*удовлетв.

21.06.18*

Краснодар 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Теоретические аспекты исследования конкуренции и монополии	6
1.1 Понятие конкуренции и её роль в экономике	6
1.2 Сущность и виды монополии	10
1.3 Монополия и конкуренция: общее и особенное	12
2 Особенности формирования и развития монополии и конкуренции в РФ	16
2.1 Типы рыночных структур в современной России	16
2.2 Анализ современного состояния монополизма в России	19
2.3 Антимонопольное законодательство Российской Федерации	29
Заключение	36
Список используемых источников	38

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. В конце XX столетия наша страна вступила на путь перехода от плановой системы экономики к рыночной, неотъемлемой частью которой является конкуренция как необходимое условие развития предпринимательской деятельности. В годы плановой экономики в нашей стране конкуренции не уделяли должного внимания. Было объявлено о полном устранении конкуренции как пережитка капиталистической системы и замене ее бесконфликтным (с победителями и без побежденных) соцсоревнованием. Благодаря этому российская экономика превратилась в систему высокомонополизированных производств. Это привело к низкой эффективности производства, чрезмерно высокому уровню затрат, и, в некоторых отраслях, к глубокому технологическому отставанию от передовых научно–технических разработок.

Сегодня мы понимаем, что чем ожесточеннее конкуренция на внутреннем рынке, тем лучше национальные фирмы оказываются подготовленными к борьбе за рынки за рубежом, и тем в более выгодном положении оказываются потребители на внутреннем рынке и по уровню цен, и по качеству продукции. Ведь конкурентоспособная продукция должна иметь такие потребительские свойства, которыми бы она выгодно отличалась от сходной продукции конкурентов.

С переходом России на рыночные методы хозяйствования роль конкуренции в экономической жизни общества значительно возросла. При этом поддержание конкурентной среды в Российской Федерации, как и в развитых странах, в настоящее время, стало важной задачей государственного регулирования экономики. А значит, изучение конкуренции, ее роли в развитии рыночных отношений является в настоящий момент важнейшей задачей экономических исследований в нашей стране.

Одной из главных проблем переходного периода российской экономики, не разрешенных до настоящего времени, является формирование конкурентных

рынков в условиях спада производства и кризиса неплатежей, охвативших все отрасли промышленности и регионы страны. Неразрешенной остается проблема естественных монополий. В комплексе образуя производственную инфраструктуру государства, они являются базой для оживления и дальнейшего развития отечественной промышленности, развития реального сектора экономики. Поэтому задача обеспечения их финансовой устойчивости приобретает особую важность. Проблемы совершенствования конкуренции на российском рынке, повышения конкурентоспособности российских товаров, борьбы с монополизмом являются крайне актуальными в современной России.

Степень изученности темы. Изучению данных проблем посвящены труды: Бункиной М.К., Рубина Ю.Б., Семенова В.А., Толкачева С., Шамхалова Ф., Булатова А.С., Юданова А.Ю. и др.

Объект исследования: конкуренция и монополия на российском рынке

Предметом курсовой работы является экономическое отношение возникающее в процессе функционирования конкретных рынков

Цель курсовой работы – рассмотреть понятие монополизма и конкуренции в России и выделить их особенности.

Исходя из цели можно выделить следующие *задачи*:

- изучить сущность конкуренции и монополии в рыночной экономике;
- изучить понятие конкуренции и её роль в экономике;
- рассмотреть общие характеристики и особенности монополия и конкуренция;
- рассмотреть сущность и виды монополии;
- исследовать особенности формирования и развития конкуренции и монополии в рыночных отношениях современной экономике России;
- рассмотреть типы рыночных структур в современной России
- исследовать антимонопольное законодательство Российской Федерации
- провести анализ современного состояния монополизма в России

Методы исследования: теоретический обзор и анализ источников информации по выбранной теме, сбор и анализ статистических данных.

Структура курсовой работы. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

1 Теоретические аспекты исследования конкуренции и монополии

1.1 Понятие конкуренции и её роль в экономике

Наиболее мощным фактором, диктующим общие условия функционирования того или иного рынка, является степень развития на нем конкурентных отношений. Этимологически слово конкуренция восходит к латинскому *concurrentia*, означающему столкновение, состязание.

Рыночной конкуренцией называется борьба за ограниченный спрос потребителя, ведущаяся между фирмами на доступных им частях (сегментах) рынка [15].

Конкуренция — это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Конкуренция — состязательная работа между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынки сбыта, источники сырья и одновременно весьма действенный механизм регулирования пропорций общественного производства. Она порождается объективными условиями: хозяйственной обособленностью каждого производителя, его зависимостью от конъюнктуры рынка, противоборством с другими товаровладельцами в борьбе за покупательский спрос [12].

Конкуренция выполняет в рыночной экономике важнейшую функцию — она принуждает производителей учитывать интересы потребителя, а значит, и интересы общества в целом. В ходе конкуренции рынок из множества товаров отбирает только те, которые нужны потребителям. Именно их удастся продать. Прочие же остаются невостребованными, и производство их сокращается. Другими словами, вне конкурентной среды индивидуум удовлетворяет свои интересы, не считаясь с чужими. В условиях же конкуренции единственным способом реализации собственного интереса становится учет интересов других лиц.

Конкуренция имеет важное значение в жизни общества. Она стимулирует

деятельность самостоятельных единиц. Через нее товаропроизводители как бы контролируют друг друга. Их борьба за потребителя приводит к снижению цен, уменьшению издержек производства, улучшению качества продукции, усилению научно–технического прогресса. В то же время конкуренция обостряет противоречия экономических интересов, чрезвычайно усиливает экономическую дифференциацию в обществе, обуславливает рост непроизводительных издержек, побуждает создание монополий. Без административного вмешательства государственных структур конкуренция может превратиться в разрушительную силу для экономики. Для обуздания ее и удержания на уровне нормального стимулятора экономики государство в своих законах определяет «правила игры» соперников. В этих законах фиксируются права и обязанности производителей и потребителей продукции, устанавливаются принципы и гарантии действий сторон конкуренции [10].

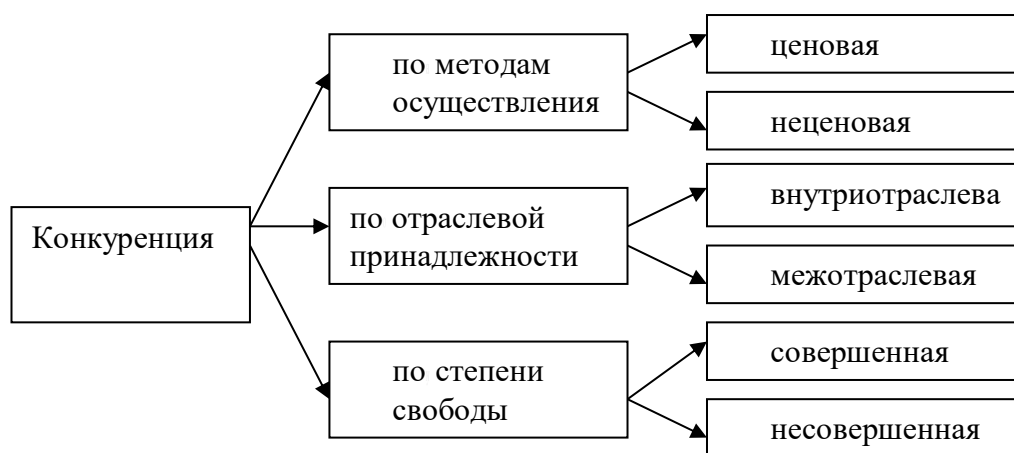


Рисунок 1 – Виды рыночной конкуренции [7]

Так охарактеризовывая стоит отметить, что существуют несколько видов конкуренции. Рассмотрим классификацию видов рыночной конкуренции по ряду признаков.

По методам осуществления конкуренцию можно подразделить на: ценовую и неценовую.

Ценовая конкуренция предполагает продажу товаров по более низким

ценам, чем у конкурентов. Снижение цены теоретически возможно либо за счет снижения издержек производства, либо за счет уменьшения прибыли. Мелкие и средние фирмы, чтобы удержаться на рынке, часто соглашаются на небольшую прибыль. Крупные предприятия могут себе позволить на некоторое время вообще отказаться от получения прибыли, чтобы с помощью дешевой продукции разорить конкурентов и вытеснить их с рынка. Такой метод вытеснения конкурентов с рынка (метод конкурентной борьбы) известен также под названием «война цен» [18].

В последнее время снова возродился интерес к ценовой конкуренции в связи с внедрением технологий, позволяющих экономить ресурсы и, следовательно, снижать себестоимость.

Неценовая конкуренция основана на предложении товаров более высокого качества, с большей надежностью и сроками службы, на использовании методов рекламы и других способов стимулирования сбыта.

По отраслевой принадлежности различают внутри- и межотраслевую конкуренцию.

Внутриотраслевая конкуренция — конкуренция между предпринимателями, производящими однородные товары, за лучшие условия производства и сбыта, за получение сверхприбыли.

Межотраслевая конкуренция — это конкуренция между предпринимателями, занятыми в различных отраслях производства, из-за выгодного приложения капитала, перераспределения прибыли. Поскольку на норму прибыли влияют разные объективные факторы, ее величина в различных отраслях различна. Однако каждый предприниматель независимо от того, где применяется его капитал, стремится получить на него прибыль не меньшую, чем остальные предприниматели. Это приводит к переливу капиталов из одних отраслей в другие: из отраслей с низкой нормой прибыли в отрасли с высокой нормой прибыли.

Конкуренцию также подразделяют на: совершенную (свободную) и несовершенную (монополистическую).

Для совершенной конкуренции характерна свобода, от какой бы то ни было регламентации: свободный доступ к факторам производства, свободное ценообразование и др. При этой конкуренции никто из участников рынка не может оказать решающего влияния на условия реализации товаров.

Монополистическая конкуренция отличается главным образом тем, что монополии имеют возможности влиять на условия реализации товаров.

Также принято выделять четыре формы рыночных структур, взаимное деление которых в форме конкуренции разбивается определенным образом, представленным в таблице 1.

Таблица 1 – Формы конкуренции и их характеристика [5]

	Кол-во и размер	Характер продукции	Условия выхода и входа	Доступность информации
Совершенная конкуренция	Множество мелких фирм	Однородная	Никаких затруднений	Равный доступ
Монополистическая конкуренция	Множество мелких фирм	Разнородная	Никаких затруднений	Некоторые затруднения
Олигополия	Число невелико	Разнородная или однородная	Возможны отдельные препятствия	Некоторые ограничения
Монополия	Одна фирма	Уникальная	Непреодолимые барьеры	Некоторые ограничения

Таким образом, конкуренция – свойство товарного производства, способ его развития. Под конкуренцией мы понимаем соревнование экономических элементов на рынке за предпочтение потребителей в целях получения наибольшей прибыли. В докапиталистический период конкуренция не играла определяющей роли на становление экономических отношений. В период феодализма процесс сдерживался различного рода внеэкономическими ограничениями, монополиями, наличием закрытых для конкуренции зон. Только в условиях капиталистического хозяйства – конкуренция стала главным рычагом регулирования экономических отношений.

1.2 Сущность и виды монополии

Монополия является полным антиподом совершенной конкуренции. Здесь существует только один продавец, причем он производит товар, не имеющий близких заменителей.

Монополия – это рыночная структура, в которой одна, фирма является поставщиком на рынок продукта, не имеющего близких субституттов.

В условиях монополии производитель способен полностью контролировать объем предложения товара, что позволяет ему выбирать любую цену из возможных в соответствии с кривой спроса, рассчитывая при этом получить максимальную прибыль [22].

Стремление монополиста к максимизации прибыли путем установления контроля над ценой и объемом продаж есть нарушение свободной конкуренции и утверждения особой власти на рынке. «Рыночная власть» означает способность продавца (покупателя) влиять на цену.

Существует три вида монополии:

1. Закрытая монополия. Она защищена от конкуренции с помощью юридических ограничений. Примером может служить монополия почтовой службы США на доставку почты первым классом. Другими вариантами возникновения закрытой монополии является патентная защита, институт авторских прав.

2. Естественная монополия – отрасль, в которой долгосрочные средние издержки достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает весь рынок целиком. В такой отрасли минимальный эффективный масштаб производства товара близок (или даже превосходит) то количество, на которое рынок предъявляет спрос по любой цене, достаточное для покрытия издержек производства. В данной ситуации разделение выпуска между двумя или большим количеством фирм приведет к тому, что масштабы производства каждой будут неэффективно малы. С естественными монополиями, в основе которых лежит экономия на масштабах

производства, тесно связаны монополии, базирующиеся на владении уникальными природными ресурсами.

3. Открытая монополия. В этом случае фирма на некоторое время становится единственным поставщиком какого – либо продукта, не обладая никакой специальной защитой от конкуренции, как это имеет место в случае закрытой или естественной монополии. В ситуации открытой монополии часто оказываются фирмы, впервые вышедшие на рынок с новой продукцией. Их конкуренты, однако, могут появиться на рынке несколько позже. Такая классификация монополии на три категории весьма условна. Некоторые фирмы могут принадлежать сразу к нескольким видам монополии. К их числу относятся, например, фирмы, обслуживающие систему телефонной связи, а также электрические и газовые компании, которые могут быть отнесены как к естественной монополии, так и к закрытой монополии. Также может быть проведена классификация, основанная на учете временного горизонта. Например, патентное свидетельство дает фирме закрытую монополию на краткосрочном временном интервале, но такая монополия может быть открытой на долгосрочном временном интервале. Последнее происходит не только из – за ограниченности срока действия патента, но также из – за того, что конкуренты просто могут изобрести новые продукты [9].

Фактически все монополии могут считаться открытыми. Модель монополии, предлагает действие одного дополнительного ограничения: монополист должен продавать свою продукцию по одинаковой цене всем потребителям. Монополия, при которой соблюдается это условие, называется простой монополией. Монополия в чистом виде – явление крайне редкое. Как и совершенная конкуренция, она представляет собой скорее экономическую абстракцию. Довольно часто в качестве примера чистой монополии приводят систему телефонной связи, и это почти верно. Но не следует забывать, что иные виды связи создают скрытую конкуренцию, предлагая качественные заменители телефонной связи. Кроме того, следует

отметить, что монополия не может полностью устранить потенциальную конкуренцию со стороны отечественных или иностранных производителей товара. Это свидетельствует об относительно небольшом значении полных монополий. Монополия, возникающая со стороны спроса, когда на рынке имеется только один покупатель при множестве продавцов, называется монопсонией. Такая рыночная структура во всем схожа с монополией, черты которой переносятся на покупателя.

1.3 Монополия и конкуренция: общее и особенное

В течение длительного времени монополия была вместе с конкуренцией единственной формой, привлекавшей внимание экономистов. Экономическая теория несовершенной конкуренции Дж.Робинсон и Теория монополистической конкуренции Э.Чемберлина подытожили дискуссии о характере ценообразования в условиях монополии и о возникновении неценовых форм конкуренции. Сегодня понятие монополии мы определяем, исходя из различия между чистой монополией и отдельно взятой.

В реальности монополистом может называться та фирма, которая контролирует предложение товара, не имеющего точной замены, и когда перекрестная эластичность спроса между ее товаром и всеми другими товарами очень слаба. В этой ситуации монополист принимает решение, касающееся как цены, так и количества товара, при этом он не может контролировать и то и другое одновременно. Так же как и один продавец может контролировать предложение какого-то товара, так и один покупатель может контролировать спрос на какой-то товар. В этом случае используют термин – монопсония [16].

Представление о конкуренции модифицируется под влиянием современных нам тенденций экономической жизни. Конкуренция и монополия не исключают друг друга, как это было принято считать раньше. В реальной экономической жизни конкуренция и монополия переплетаются

друг с другом, и в наш обиход входит понятие монополистической конкуренции.

Монополистическая конкуренция получила наибольшее распространение на рынках потребительских товаров. Монопольное положение достигается не только посредством массового производства, но и через создание своей рыночной ниши, то есть своего круга потребителей. Фирмы, действующие на таком рынке, продают дифференцированные товары. Дифференциация продукта существует тогда, когда в понимании покупателя продукт одной фирмы не является совершенной заменой продукта другой фирмы, занимающейся тем же видом деятельности, что и первая. Дифференциация определяется либо характерными особенностями продукта (его маркой, внешним видом), либо условиями продажи. Причина предпочтения покупателя чисто психологическая и вызывается факторами личного характера. Рынок монополистической конкуренции в целом характеризуется высоким уровнем состязательности, в среднем на рынке монополистической конкуренции на долю 4 фирм приходится 25%, а на 8 – 50% рынка. Вход на рынок достаточно свободен и определяется размерами капитала.

Долгосрочным девизом фирм, действующих в условиях монополистической конкуренции, является безубыточность. Отсутствие экономической прибыли лишает новые фирмы стимула для вступления в отрасль, а старые для выхода из нее. Однако стремление к безубыточности является долгосрочной тенденцией и в реальной жизни фирмы могут получать экономическую прибыль достаточно длительный период времени. Как было уже отмечено, это связано в первую очередь с дифференциацией продукции [1].

В этом случае высокие прибыли монополистов делают привлекательным их сегмент или рыночную нишу для конкурентов и поднимают конкурентную борьбу на качественно новый уровень. Конкуренция многообразна она ведется не только через цены, в виде

например, механизма скидок, но также посредством выбора методов производства, выбора продукции, сбытовой тактики, политики в отношении факторов производства. Она предполагает проведение как агрессивных, так и оборонительных действий. Конкуренция между продавцами обращена не только к потребителям, но также затрагивает посредников, которые продают товары конечным потребителям.

Монополистическая конкуренция способствует трансформации ценовых факторов конкуренции, которые впрочем остаются в качестве центрального механизма распределения в рыночной экономике, в неценовые. Неценовая конкуренция проявляется в виде дополнительных услуг покупателю, дифференциации продукта, гарантиях и рекламы, основного средства убеждения покупателей в отличие качеств своего товара от конкурентов.

Эффективная конкуренция разворачивается между фирмами, имеющими различную величину, различные издержки производства, разные стратегические курсы и цели. Она побуждает к прогрессу, к улучшению хозяйствования, растущему разнообразию качества и видов продукции, появлению новых товаров. Она позволяет распространять связанные с таким прогрессом выгоды на клиентов, посредством снижения цен, и на факторы производства, путем повышения их оплаты [10].

Не существует чистой монополии, то есть такой, которая в какой-то мере не была бы подвержена конкуренции со стороны отраслей, не контролируемых монополией. Монополия в чистом виде может существовать там, где устранена всякая конкуренция, то есть там, где бы она охватывала предложение всех экономических благ. Таким образом, монополия предполагает господство одного производителя только в отдельно взятой отрасли, где он полностью контролирует объем предложения товара, что позволяет устанавливать цены, которые принесут максимум прибыли.

Издержки монополиста и рыночный спрос являются ограничителями, которые не позволяют монополисту устанавливать произвольно высокую

цену на свою продукцию. Максимизируя прибыль, он определяет цену и объем производства, исходя из равенства предельного дохода и предельных издержек. Поскольку кривая предельного дохода монополиста лежит ниже кривой спроса, он будет продавать по более высокой цене и производить в меньшем объеме по сравнению с условиями совершенной конкуренции.

Монополист, устанавливая цену более высокую, чем средняя стоимость, стремится к получению прибыли выше нормы. Цена будет тем выше, чем меньше для монополиста угроза появления конкурентов и мало эластичнее спрос. В некоторых случаях монополист, когда имеется эластичный спрос, стремится увеличить прибыль снижая цены, с тем чтобы увеличить спрос.

Объем производства при монопольной ситуации имеет тенденцию к такому уровню, когда предельная стоимость ниже цены, тогда как при конкуренции производство стремится к такому уровню, когда предельная стоимость равна цене. Заниженная стоимость обеспечивает монополисту объем производства выше, чем у фирм-конкурентов.

Таким образом, конкуренция толкает предприятия к тому, чтобы расширять и увеличивать объемы своего производства, захватывая все большую долю на рынке. Монополия предполагает крупные масштабы деятельности, порождая при этом проблемы управления ее отдельными составляющими. Одновременно конкуренция проявляется на различных уровнях и не дает предприятию заполучить абсолютно монопольную власть. Экономические отношения на характеризуются борьбой противоположных тенденций, монополизация обеспечивает высокотехнологичное производство, а конкуренция, безусловно принимающая еще более острый характер, обеспечивает столкновение разнонаправленных интересов, а через это и поступательное развитие производительных сил. Монополисту приходится решать много проблем, учитывая при этом, что каждая фирма имеет к тому же определенный срок жизни можно сделать вывод, что в целом ограничить конкуренцию удастся в краткосрочной перспективе.

2 Особенности формирования и развития монополии и конкуренции в РФ

2.1 Типы рыночных структур в современной России

Развитие конкурентных отношений тесно связано с силой экономической власти фирмы над рынком. Чем слабее конкуренция на рынке, тем сильнее диктат производителя, и наоборот, чем больше производителей данного товара, тем больше возможность у потребителя выбрать товар, который в наибольшей степени соответствует его потребностям и бюджету [5].

По степени развития конкурентности различают рынки совершенной конкуренции и рынки несовершенной конкуренции, которые в свою очередь, подразделяются на рынки монополии, олигополии и монополистической конкуренции. Итак, существует четыре основных типа рынка:

- 1) рынок совершенной конкуренции, при котором на каждую фирму приходится небольшая часть рынка;
- 2) рынок монополистической конкуренции, который характеризуется сочетанием монополии и конкуренции;
- 3) рынок олигополии, на котором небольшое число фирм–продавцов взаимодействуют с множеством покупателей;
- 4) рынок монополии, характеризующийся наличием в отрасли одной фирмы [13].

На рынке совершенной конкуренции функционирует множество мелких производителей, у которых в силу их многочисленности, нет возможности навязывания своей воли потребителям. На рынках несовершенной конкуренции степень несовершенства, то есть возможности диктовать свои

условия потребителю, зависит от разновидности рынка. В условиях монополистической конкуренции она относительно невелика, в условиях олигополии значительна, а в условиях монополии — почти полная.

Прежде всего, надо установить, по каким критериям различаются рыночные структуры, которые сложились в тех или иных отраслях. Исследования экономистов показали, что в основу определения того, к какому типу относится та или иная рыночная структура, должны быть положены следующие критерии:

- количество фирм, представленных на рынке той продукции, которая выпускается данной отраслью;
- характер производимой продукции;
- наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в данную отрасль или выхода из нее;
- степень доступности экономической информации.

В таблице 2 приведены характеристики каждого из типов рыночных структур по пяти основным чертам.

Таблица 2 – Характерные черты основных моделей рынка России [17]

Характерная черта	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		монополистическая конкуренция	олигополия	монополия
Число фирм в отрасли	Очень много	Много	Несколько	Одна
Тип товара	Одинаковые изделия	Разная продукция сходного назначения (взаимозаменяемая)	Одинаковые или различные изделия	Уникальный товар, не имеющий заменителей
Доля рынка	Очень небольшая	Небольшая	Значительная	Контролирует 100% продаж
Возможность влиять на цены товаров	Отсутствует	Существует в узких рамках	Большая	Максимальная
Барьеры для входа в отрасль	Отсутствуют	Существуют, и сравнительно легко преодолеть	Существуют, и преодолеть их трудно	Существуют, и преодолеть их часто невозможно

Продолжение таблицы 2				
Примеры	Рынки сельскохозяйственной продукции, товарная биржа, валютные рынки	Розничная торговля, производство одежды, обуви, книг и т.д.	Металлургическая, автомобильная, бумажная промышленность, бытовые приборы и т.д.	Естественные монополии (газо-, электро-, водоснабжение, железнодорожные перевозки)

В одних отраслях, число представленных на рынке фирм велико, в других имеется лишь несколько крупных фирм. Так, в черной металлургии России 31% продукции в 2017 г. приходился на долю трех, а 56,6% — на долю восьми крупнейших предприятий отрасли. В то же время в пищевой промышленности эти цифры составили соответственно 5,4% и 9%, т. е. большая часть продукции выпускалась средними и мелкими предприятиями. Очень велико число представленных на рынке производителей в сельском хозяйстве [21].

Некоторые отрасли производят одинаковую, т. е. стандартизированную продукцию (например, металл, древесина, зерно). В других случаях продукция является дифференцированной (например, различные марки автомобилей или различные виды стирального порошка).

Каждая отрасль характеризуется наличием или отсутствием барьеров на пути вхождения в нее: законодательных, технологических, финансовых и других. В одних случаях таких барьеров практически нет или же они легко преодолимы. Так, любой фермер может приступить к выращиванию огурцов на своем участке земли и продавать продукцию на рынке. В этом случае невелики и размеры первоначального капитала. Они не выступают в качестве существенного экономического барьера. Для того же чтобы организовать производство станков, необходим довольно значительный первоначальный капитал, что служит высоким барьером для вхождения в отрасль.

Наконец, в отдельных отраслях наблюдается различная степень

доступности экономической информации. Мелкий фермер не видит в своем соседе–фермере конкурента, который мог бы повлиять на реализацию его продукции, так как на рынке выступает множество фермеров, производящих одинаковую продукцию, и каждый из них в отдельности не влияет на уровень цен. Поэтому соседи могут делиться своей технологией выращивания овощей. На рынках продуктов, которые производят несколько крупных фирм, они являются серьезными конкурентами и строго оберегают коммерческую тайну [14].

Все указанные признаки рыночных структур определяют характер ценообразования. Например, в сельском хозяйстве при производстве зерна или овощей фермер не может контролировать цены на свою продукцию. Это предполагает условия совершенной конкуренции. В условиях других трех рыночных структур фирма в той или иной степени осуществляет контроль над ценами, оказывая полное или частичное влияние на их уровень. Эти рыночные структуры, поэтому обычно называют формами несовершенной конкуренции.

2.2 Анализ современного состояния монополизма в России

Естественные монополии продолжают оставаться значимым сегментом в экономике России. Их влияние на экономику страны очень велико в связи с тем, что естественные монополии – это «затратообразующие» отрасли, поэтому уровень цен и тарифов на их продукцию (услуги) оказывает влияние на общий уровень цен и инфляции. Естественные монополии являются и бюджетообразующими. На долю крупнейших компаний (ОАО «Газпром», ОАО «РЖД») по оценкам института комплексных стратегических исследований (ИКСИ), приходится 13,5% ВВП, в федеральный бюджет только нефтегазовый комплекс направляет 45% всей его доходной части [20].

Основные отрасли естественных монополий играют роль главного

структурного компонента экономики. К примеру, электроэнергетика, которая создает условия для развития других отраслей экономики.

Практически весь объем продукции и услуг естественных монополий (за исключением газовой отрасли, где доля экспорта в добыче – более 30 % потребляется на внутреннем рынке и являются одним из основных факторов, определяющих издержки предприятий, естественные монополии относятся к наиболее устойчивым отраслям экономики; на долю естественных монополий приходится более трети общего объема инвестиций в экономику России.

Положение в этой сфере во многом предопределяет инвестиционный климат в целом по стране. В ближайшей перспективе естественным монополиям придется все больше средств привлекать из внешних источников. Если сейчас доля рыночных источников финансирования капиталовложений не превышает 5–10%, то вскоре она может составить 30 и более процентов.

Вклад естественных монополий в ВВП страны изображен на рисунке 2.



Рисунок 2 – Вклад естественных монополий в ВВП в экономику страны [20]

Занимая всего 4% рабочих и служащих, эти четыре монополии дают 13,5% ВВП, 20,6% инвестиций, 16,2 прибыли, 18,6% налоговых доходов консолидированного бюджета РФ [20].

Особенно велика роль «Газпрома» вследствие его экспортного потенциала: добавленной стоимости он дает больше, чем РАО «ЕЭС» и МПС вместе взятые, занимая всего 300 тыс. работников, а прибыли и налогов – вдвое

больше чем они.

В то же время вклад системы естественных монополий в рост ВВП до недавнего момента (до периода резкого роста цен на энергоносители на мировом рынке, давшего импульс росту выручки по ТЭК) значительно отставал от общей динамики промышленности.

Кроме того, наблюдаемый рост выручки системы естественных монополий за счет роста тарифов не ведет к повышению рентабельности компаний, а практически целиком уходит в рост затрат.

Правительство утвердило предельный уровень тарифов на услуги естественных монополий в 2015–2017 годах.

Согласно принятым решениям, тарифы на газ для населения за три года вырастут в 2, 28 раза (особенно резко газ вырастет в цене в 2018 году – на 40%), на электроэнергию – на 95,3% (в 2015 году 16,7%, в 2016 году–26% против заранее запланированных 16%, в 2017 тарифы выросли на 22% (ранее 13–15%), в 2017 году электроэнергия подорожает на 18%), на теплоэнергию – 67,8%, на пассажирские железнодорожные перевозки – на 45,5%, на грузовые на 5,9%. Таких темпов монополистов не было уже десять лет [19].

Предельный уровень тарифов на услуги естественных монополий в 2017 г. изображен на рисунке 3.

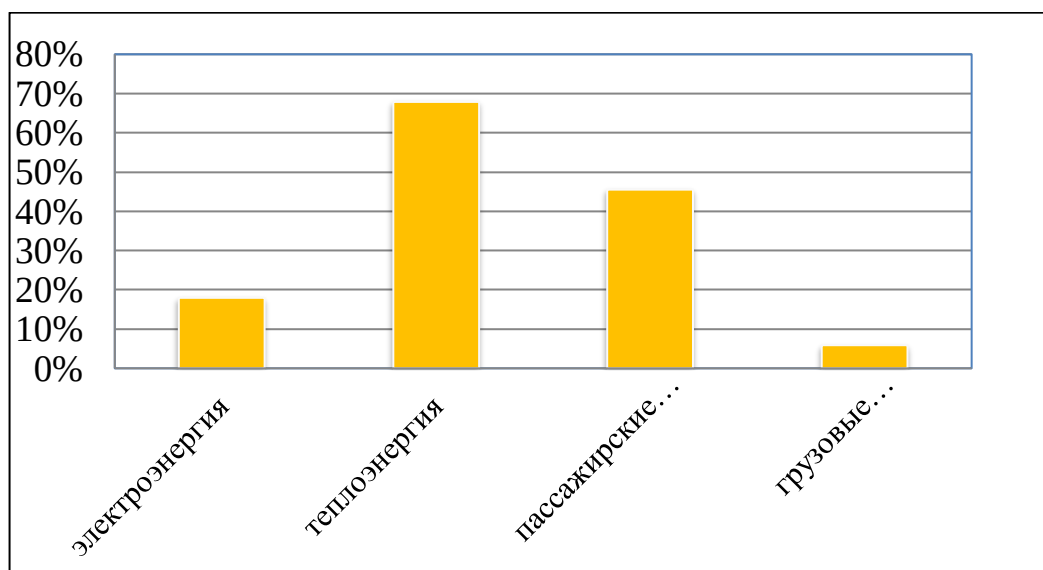


Рисунок 3 – Предельный уровень тарифов на услуги монополий в 2017г. [19]

Еще одним важным фактором, определяющим высокую роль системы естественных монополий в социально–политической жизни страны, является чрезвычайно высокое влияние тарифов на благосостояние и масштабы бедности населения. В условиях опережающего роста цен на услуги ЖКХ, отсутствие эффективно действующего механизма помощи малообеспеченным слоям населения при оплате услуг ЖКХ усугубляет их и без того тяжелое положение и приводит к нежелательным социальным последствиям.

Поступления в бюджет от экспорта газа и нефти позволили сформировать колоссальный стабилизационный фонд, расплатиться с большей частью внешнего государственного долга, значительно поднять экономические рейтинги России.

Особая роль естественных монополий в России вызывается и целым набором специфических факторов, присущих нашей стране (природно–климатический, географический, геополитический). Эти факторы обуславливают острую необходимость стягивания огромной территории России в единое экономическое пространство, обеспечения энергетического, транспортного, оборонного единства страны. Данную задачу во многом решают именно крупные хозяйственные комплексы в сферах естественных монополий. Оценивая значение естественных монополий – ОАО «Газпром», ОАО «Российские железные дороги» можно сказать, что они по своим экономическим, техническим и организационным характеристикам все еще находятся на уровне лучших мировых стандартов, а по отдельным показателям их превосходят [18].

Значение электроэнергетики в экономике России, так же как и её общественной жизни трудно переоценить – это основа всей современной жизни.

По важному показателю – выработке на одного жителя в 2005 году страна находилась приблизительно на одном уровне с такими энергоимпортирующими государствами как Германия и Дания, имеющими меньшие транспортные

потери и затраты на отопление. Однако после спада в 90–х с 98 года потребление постоянно растёт, в частности в 2007 году выработка всеми станциями единой энергосистемы составила 997,3 млрд. кВт·ч (1 082 млрд. кВт·ч в 2016 году).

Владея большей частью энергетических мощностей, РАО «ЕЭС России» является собственником всей сети линий электропередач страны. Среди станций, не входящих в РАО, значительную долю составляют АЭС, на которые приходится 13% общего производства электроэнергии в РФ.

Основную нагрузку по обеспечению спроса на электроэнергию в ЕЭС России в 2016 г. несли тепловые электростанции (ТЭС), что на 9,3% меньше, чем в 2009 г. Выработка ГЭС за 2017 г. увеличилась на 6,6% по сравнению с 2015 г. АЭС в 2016 г. На 0,6% больше объема электроэнергии, выработанной в 2016 г. Электростанции, являющиеся частью технологических комплексов промышленных предприятий и предназначенные в основном для снабжения их электроэнергией (электростанции промышленных предприятий), за 2017 на 2,7% меньше, чем в 2016 г.) [18].

Потребление электроэнергии в 2017 г. в целом по России снизилось, что на 4,6% меньше объема потребленной электроэнергии в 2016 г., данные в процентном соотношении представлены на рисунке 5.

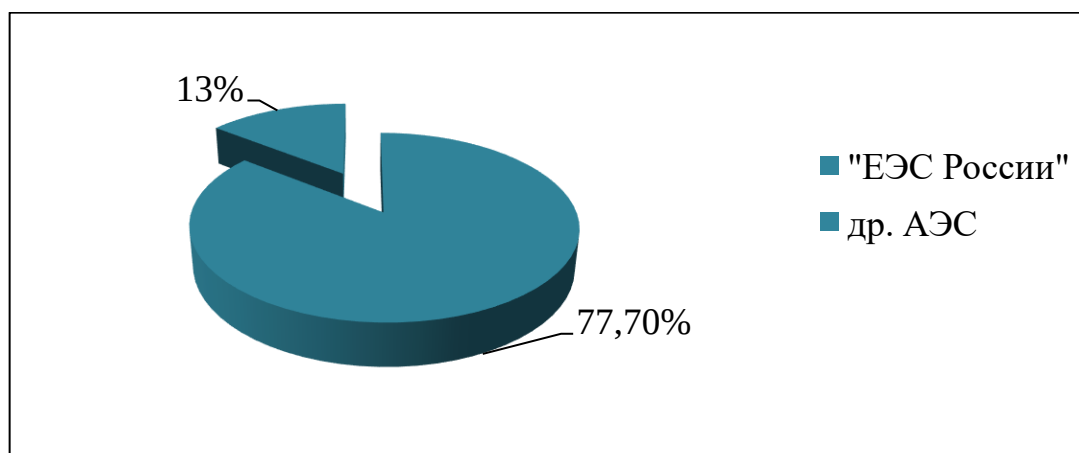


Рисунок 5 – Производство электроэнергии в РФ за 2017г. [19]

обеспечивающие основную часть текущей добычи, в значительной мере уже выработаны (Медвежье на 75,6 процента, Уренгойское (сеноман) на 65,4 процента, Ямбургское (сеноман) на 54,1 процента).

«Газпром» – крупнейший кредитор российской экономики. Согласно отчетности «Газпрома», его ежемесячная валютная выручка составляет 600 млн. долл., 800 млн. руб. получает с внутренних потребителей «Межрегионгаз».

Доля ОАО «Газпрома» на европейском газовом рынке представлена на рисунке 6.

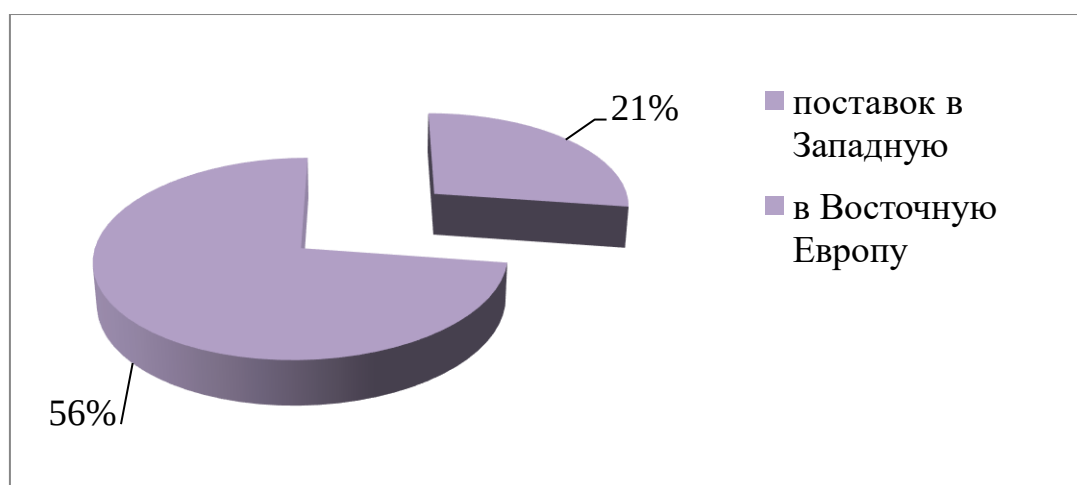


Рисунок 6 – Доля ОАО «Газпрома» на европейском газовом рынке [19]

За рубежом он располагает огромными активами, в основном в виде долей в компаниях, владеющих газотранспортными и газораспределительными системами. «Газпром» включает 8 газодобывающих объединений и 13 региональных газотранспортных предприятий, а также внешнеэкономическое предприятие «Газэкспорт»; его активы продемонстрированы на рисунке 7.

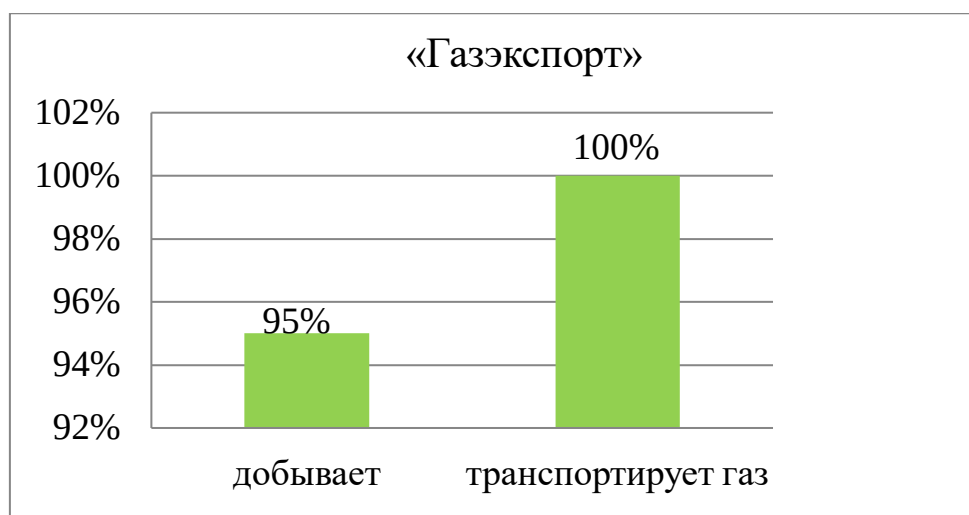


Рисунок 7 – Активы «Газэкспорта» на российском рынке в 2017г. [19]

28 апреля 2017 г. ОАО «Газпром» представило прошедшую аудит консолидированную финансовую отчетность за 2010 год, подготовленную в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности.

Таблица 3 – Аудит данные консолидированного отчета о совокупном доходе по МСФО за 2016 и 2017 гг. (млн.руб.) [19]

Наименование показателей	За год, закончившийся	
	2016г.	2017 г.
Выручка от продаж	3 597 054	2 991 001
Чистый доход по торговым операциям без фактической поставки	6 256	4 171
Резерв под обесценение активов и прочие резервы	(48 711)	(45 428)
Прибыль от продаж	1 113 822	856 912
Прибыль до налогообложения	1 273 703	979 435
Прибыль за год	997 993	793 793
Прочий совокупный доход за год, за вычетом налога	13 597	50 906
Совокупный доход за год	1 011 590	844 699
Совокупный доход за год, относящийся к:		
акционерам ОАО «Газпром»	981 280	835 182
доле меньшинства	30 310	9 517

За 2017 год чистая выручка от продажи газа увеличилась на 267 702 млн руб., или на 14% по сравнению с аналогичным периодом 2016 г., и составила 2186205 млн руб. Данное изменение вызвано ростом реализованных объемов в страны бывшего Советского Союза, ростом тарифов на газ в Российской

Федерации, установленных Федеральной службой по тарифам, а также увеличением средних расчетных цен при продаже газа в страны бывшего Советского Союза.

Чистая выручка за 2017 год от продажи газа в Европу и другие страны снизилась на 6 228 млн руб., или на 1% по сравнению с аналогичным периодом 2016 г., и составила 1 099 225 млн руб. Это объясняется, главным образом, снижением средних расчетных цен, выраженных в рублях (включая акциз и таможенные пошлины), на 3%. Чистая выручка от продажи газа в страны бывшего Советского Союза увеличилась на 140 208 млн руб., или на 45%, по сравнению с аналогичным периодом 2016 г., и составила 450 137 млн руб. Рост продаж по данному сегменту объясняется увеличением объемов продаж газа в натуральном выражении на 24%, или на 13,5 млрд куб. м, что было усилено ростом на 10% средних расчетных цен, выраженных в рублях (включая таможенные пошлины, за вычетом НДС). Показатели чистой выручки от продажи газа за 2016 и 2017 года представлены на рисунке 8.

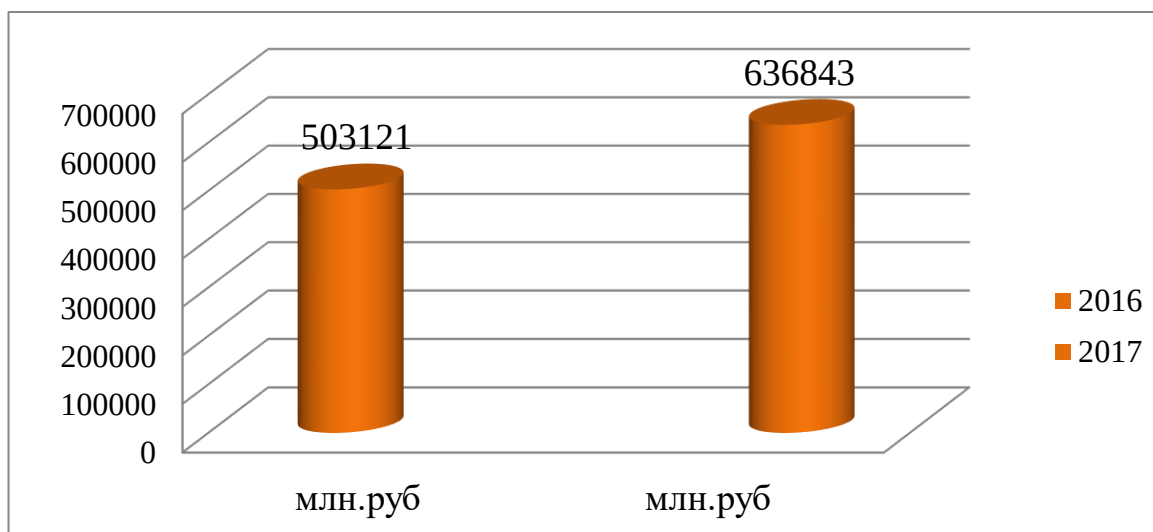


Рисунок 8 – Показатели чистой выручки от продажи газа в РФ [19]

Это объясняется, главным образом, увеличением средней цены продажи газа на внутреннем рынке, устанавливаемой Федеральной службой по тарифам, что было усилено увеличением реализованных объемов газа на 1%, или на 3,8

млрд. куб. м.

За 2017 год чистая выручка от продажи сырой нефти и газового конденсата увеличилась на 19 671 млн. руб., или на 11%, по сравнению с аналогичным периодом 2016 г., и составила 196 074 млн. руб. Рост выручки от продажи сырой нефти, в основном, связан с деятельностью Группы «Газпром нефть». Рост выручки от продажи газового конденсата связан с увеличением средних расчетных цен и ростом реализованных объемов.

За 2017 год чистая выручка от продажи услуг по транспортировке газа увеличилась на 27 068 млн. руб., или на 41%, по сравнению с аналогичным периодом 2016 г. и составила 92 631 млн. руб. Рост выручки от продажи услуг по транспортировке газа, в основном, связан с увеличением объемов транспортируемого газа для независимых поставщиков.

Основными статьями, рост которых повлек увеличение общей суммы операционных расходов, являются: «Расходы на оплату труда» (рост на 86 869 млн. руб.), «Курсовые разницы от операционной деятельности» (изменение на 57 099 млн. руб.), «Налоги, кроме налога на прибыль» (рост на 45 230 млн. руб.) «Транзит газа, нефти и продуктов нефтегазопереработки» (рост на 39 815 млн. руб.) [19].

Будущее России непосредственно зависит от состояния и развития транспортной системы.

Отставание транспортной инфраструктуры уже приводит к тому, что тормозится развитие экономики и не удовлетворяются потребности населения в необходимой подвижности. Это государственная проблема высшей категории важности.

Основная продукция отрасли (перевозки) создается, как правило, несколькими предприятиями – железными дорогами, то есть на уровне всей отрасли. Отсюда необходимость централизованного формирования и распределения доходов от перевозок, аккумулирования финансовых ресурсов для развития железнодорожной сети, приобретения и ремонта железнодорожного состава, внедрения достижений научно–технического

прогресса. В настоящее время, в среднем, грузовой вагон находится в состоянии простоя около 80 процентов своего времени. Очевидно, и надо начинать решение проблемы с повышения скорости «транспортного конвейера», с сокращения всех видов простоев вагонов (по технологическим и управленческим причинам). Иначе никогда не будет хватать вагонов, а при их дополнительном поступлении может наступить «паралич» движения на сети по причине ограничений ее пропускных возможностей.

В России показатели производительности российских железных дорог, оцениваемых по количеству тонно–километров, приходящихся на одного занятого на перевозках в 2,5 – 3 раза выше, чем в Англии, Франции, Германии и Китае. При этом время оборота вагонов в нашей стране в 2–3 раза меньше, чем в США, несмотря на большие расстояния перевозок. В Западной Европе железные дороги нерентабельны: убытки достигают 50% и компенсируются государственными дотациями. В России же убытки пассажирского транспорта покрываются за счет работы грузового, а железные дороги в целом работают с прибылью (при том, что средний железнодорожный тариф в России в 8–10 раз ниже, чем в западных странах).

Таблица 4 – Показатели производительности российских железных дорог за 2017г. [19]

Вид деятельности	показатель	2015	2016	2017
Грузовые перевозки	грузооборот (трлн т.км).	2,31	2,4	2,27
	к пред. году	–	+5 %	
	грузов (млрд т.).	1,34	1,30	1,11
	к пред. году	–	–	–
Пассажирские перевозки	пассажирооборот (млрд пасс.км.)	174,1	176	153,6
	к пред. году	–	+1 %	–
	пассажиров(млн пасс.)	1352,8	1296	~1100
	к пред. году	+2,5 %	–	–
	численность персонала (тыс. чел.)	1099	–	1075

В 2017 по российским железным дорогам было перевезено 1,1 млрд. пассажиров, что на 12 % меньше, чем в 2016. Убытки от пассажирских

перевозок составили 52,3 млрд. руб., из них в дальнем следовании 27,5 млрд., в пригородном сообщении 24,8 млрд. руб.

2.3 Антимонопольное законодательство Российской Федерации

Немало проблем при проведении современной антимонопольной политики в России возникает в связи с недостаточной проработанностью широкого круга законодательных материалов и других официальных нормативных актов, связанных с монополиями и монополизмом. При этом в условиях современной России большую роль при проведении антимонопольной политики играют содержание и направленность нормативно–правовых актов по многим другим вопросам, особенно по вопросам, связанным с процессами разгосударствления и приватизации, развитием малого бизнеса, организацией налоговой системы страны.

Прежде всего, не способствует проведению антимонопольной политики слабая законодательная проработка вопроса о мерах государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации.

Фактически до сих пор в законодательстве России нет достаточно развёрнутого и действенного закона о системе мер государственной поддержки малых предприятий, системе гарантий достаточно полной реализации намеченных государством мероприятий по поддержке и стимулированию развития малого бизнеса. В общем, в современных законодательных материалах не выделено даже достаточно чётко само явление «малый бизнес» и не отражено его место в обновлении экономической системы страны. До сих пор есть только один официальный документ, в котором особо выделяется понятие малых предприятий и разъясняются критерии такого выделения [2].

Что касается льгот, предоставляемых современным российским законодательством малому бизнесу, то они пока касаются лишь некоторых вопросов, связанных с выплатами налогов, прежде всего на прибыль. Очевидно, российским законодателям представлялось, что данный объём льгот является

достаточным для успешного развития малого бизнеса. Между тем в других странах государства оказывают поддержку малым предприятиям в гораздо больших размерах.

Как известно, к настоящему времени издано Постановление Совета Министров– Правительства Российской Федерации от 11 мая 1993 г. №446 «О первоочередных мерах по развитию и государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». В этом постановлении правительство только ещё обязывает соответствующие органы обеспечить разработку проекта закона о внесении изменений и дополнений в налоговое законодательство Российской Федерации, расширяющих льготы для малого предпринимательства при внесении налогов на прибыль и добавленную стоимость, о предоставлении льгот по налогообложению доходов коммерческих банков, обеспечивающих кредитами малые предприятия, занимающиеся производственной деятельностью. Данное постановление, как и большинство других официальных документов России, не имеет очень важного раздела – о механизме обеспечения реализации намеченных актуальных мероприятий и даже в случае его самой активной реализации, не сможет обеспечить развитие малого бизнеса в таких масштабах и с такой эффективностью, какие необходимы для формирования действенной альтернативы сложившимся производственным монополиям, господствующим пока на российском «полурынке». В данном документе фактически вообще не выделяется организация необходимой рыночной инфраструктуры для малого бизнеса [2].

Не отличается достаточной последовательностью и «приватизационная часть» современного российского законодательства.

Что касается закона о приватизации и программы приватизации, то в них нет достаточно чёткой увязки задач приватизации с проблемой оздоровления и качественного обновления структуры российской экономики. В данных документах имеются положения, которые фактически способствуют увеличению круга монополий, особенно активных лишь в реализации главного

негативного эффекта монопольных форм (росте цен), и в то же время препятствуют обеспечению нормального функционирования таких структур, которые в состоянии сочетать монопольную форму с активной реализацией основного позитивного эффекта крупных производств (снижения издержек). Если говорить о возможностях усиления монополий, имеется, прежде всего, ввиду содержащееся в документах о приватизации положение, позволяющее самостоятельное акционирование структурных подразделений действующих предприятий, объединений и комплексов. Поскольку такое разрешение распространяется на любые объединения, то в числе прочих в России стали самостоятельно акционироваться и многие предприятия, входившие в объединения вертикального типа.

Что же касается других монопольных форм, то есть таких, которые способны реализовать значительный позитивный эффект масштаба и ускорить развитие современных технологий и НИОКР, то в законе о приватизации и программе приватизации содержатся положения, способные существенно затруднить их нормальное функционирование.

Определенные проблемы при проведении антимонопольной политики в России порождает и непосредственно современное антимонопольное законодательство [7].

Поскольку антимонопольные акты разрабатываются в нашей стране впервые, причём, в условиях не только отсутствия надлежащего опыта и знаний у разработчиков, но и при наличии явного и сильного противодействия со стороны целого ряда инстанций и дисциплин, они пока не являются совершенными и нуждаются в доработках и уточнениях. Антимонопольные законы слабее пока антитрестовских законов США, хотя бы потому, что не содержат чётких мер, направленных против сложившихся монополий, и предполагают весьма слабые, неэффективные формы ответственности нарушителей законов. Наряду с недостаточной жесткостью наших антимонопольных законов по одним вопросам в них присутствует одновременно чрезмерная жёсткость, негибкость, по другим вопросам.

Если говорить о естественных монополиях, то, например, до настоящего времени тарифы на услуги электроэнергетики регулируются «Положением о Государственном регулировании тарифов на электроэнергию и тепловую энергию в Российской Федерации». Анализ этого «Положения» показывает, что, собственно, о государственном регулировании в нём нет и речи, поскольку всё «регулирование» заключается в утверждении представляемых проектов тарифов на тепловую и электроэнергию энергетическими региональными комиссиями. Если комиссии не рассмотрели эти проекты и не ввели их официально через 20 дней с момента представления им расчетных материалов по установленным формам, то вне зависимости от причин задержки тарифы вводятся автоматически, т.е. даже не пройдя процедуру согласования [7].

Это «Положение» вместо организации государственного регулирования открывает широкие возможности для полного произвола в установлении тарифов на электроэнергию со стороны организаций, осуществляющих её производство и распределение, т.е. в первую очередь РАО «ЕЭС России» и региональных АО.

Результатом диктата цен на тепло и электроэнергию явилось резкое возрастание доли затрат на них в себестоимости многих видов продукции промышленности.

Не лучше обстоят дела и с другими антимонопольными документами. Так, в законе «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» нет никаких указаний о критериях и методах определения границ монопольных рынков, а антимонопольные управления на местах и (главное) сами предприятия не имеют необходимых разъяснительных документов или инструкций. В результате для антимонопольных органов сохраняется возможность неоправданно широко толковать понятие «доминирующее положение на рынке», а для многих предприятий возможность защиты от обвинений в монополизме выглядит как умышленно затруднённая.

Не совсем удачными представляются и некоторые приведенные в законах формулировки, например, формулировка в законе о конкуренции понятия

«монополистическая деятельность». Эта деятельность определяется здесь как «противоречащие настоящему закону действия... хозяйствующих субъектов..., направленные на недопущение, ограничение или устранение конкуренции и (или) причиняющие ущерб потребителям». То есть при сохранении нынешней формулировки понятия «монополистическая деятельность», под антимонопольные статьи можно, в принципе, подвести любые предприятия.

Уточнения целесообразно было бы внести и в официальные документы о регулировании цен на продукцию предприятий–монополистов. В частности, следовало бы, очевидно, внести определённые изменения в пункт 2 «Положения о порядке регулирования цен на продукцию предприятий–монополистов», где отмечается, что это Положение распространяется на хозяйствующие субъекты, занимающие доминирующее положение на рынке определённого товара, дающие им возможность оказывать решающее влияние на конкуренцию, затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам или иным образом ограничивать свободу их экономической деятельности и что «Положение не распространяется на отношения, регулируемые нормами правовой охраны изобретений, промышленных образцов, товарных знаков и авторских прав». Можно сделать вывод о том, что государственное регулирование цен будет распространяться на все предприятия, занимающие доминирующее положение на соответствующих рынках, независимо от того, злоупотребляют ли они реально данным положением, или только имеют возможность для таких злоупотреблений. Именно здесь заложена база для расширительных толкований антимонопольного законодательства со стороны заинтересованных организаций и лиц. Далее в тексте Положения (а именно лишь в 12 пункте) сказано, наконец, о том, что решение о введении государственного регулирования цен принимается Министерством экономики и финансов Российской Федерации по представлению Государственного комитета по антимонопольной политике на основе «анализа последствий злоупотреблений доминирующим положением на товарных рынках... со стороны предприятия–

монополиста». Очевидно, это обстоятельство надо было бы выделить уже в названии самого данного Положения. Оставляют желать лучшего и другие пункты с указанными в них формулировками [10].

При таком подходе со стороны разработчиков антимонопольного законодательства представляется более целесообразным вообще бы не издавать данного положения. Лучше надеяться, что когда-нибудь сильно «завравшихся» монополистов от производства поставит на место сама жизнь, чем помогать (с помощью таких формулировок) нынешним чиновникам удержаться на плаву путём создания для них попросту ещё одного способа взимания взяток с зависящих от их произвола предприятий.

Недоработки антимонопольного законодательства сочетаются с непродуманной практикой его исполнения. Особенно неудовлетворительной представляется практика преобладающего использования метода установления предельного норматива рентабельности не по отношению к фондам предприятий-монополистов, а по отношению к себестоимости их продукции. Такой метод критикуется в печати как побуждающий предприятия «не к снижению цен, а к накручиванию издержек, снижению качества и расточительству, снижению инвестиционной активности предприятий» [10].

Недостаточно эффективно ведётся реализация принятой в 1994 году государственной антимонопольной программы. На заседании Президиума Правительства РФ исполняющий обязанности председателя Государственного антимонопольного комитета Вадим Белов сообщил, что за трёхлетний период работы Комитета в него поступило более 11 тыс. жалоб на нарушение антимонопольного законодательства. К рассмотрению, по его словам, было принято 2 тыс. дел, но в 1,9 тыс. случаев нарушения были устранены до передачи материалов в суд.

В. Белов отметил при этом, что на долю естественных монополий приходилось 40% от общего числа принятых к рассмотрению дел. Около 700 дел касались злоупотреблений местных органов власти, которые устанавливали незаконные барьеры на пути рыночной конкуренции и перемещения партий

товаров [24].

Что касается направлений антимонопольной политики в России на ближайшие годы, то в декабре 1996 года на заседании Правительства РФ была утверждена концепция среднесрочной правительственной программы на 1997–2000 гг. «Структурная перестройка и экономический рост». Она содержит специальный раздел, посвящённый антимонопольной политике. Антимонопольная политика в среднесрочной перспективе будет реализовываться по следующим основным направлениям:

Совершенствование правовой базы, форм и методов антимонопольного контроля и регулирования в целях предупреждения и пресечения злоупотреблений рыночной властью, сговоров, соглашений и согласованных действий, имеющих результатом ограничение конкуренции и (или) ущемление интересов хозяйствующих субъектов или граждан, недобросовестной конкуренции.

Демонополизация экономики и создание условий для развития конкуренции на монополизированных товарных рынках с высокой степенью концентрации поставок, устранение барьеров для развития конкуренции и входа на рынки других хозяйствующих субъектов.

Противодействие созданию новых монополистических структур в результате перераспределения собственности, реализации корпоративной инвестиционной политики и интеграционных процессов, в том числе при формировании ФПГ.

Согласование целей, задач и мер по демонополизации и развитию конкуренции на товарных рынках, гармонизации антимонопольного законодательства в рамках единого экономического пространства СНГ, адаптации конкурентной политики в целях вхождения России в мировое экономическое сообщество.

Разработчикам российского антимонопольного законодательства предстоит ещё большая работа, при этом целесообразно учитывать опыт зарубежных стран, не забывая при этом специфики российского рынка [3].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведённого исследования необходимо сделать следующие выводы:

Сегодня можно с удовлетворением констатировать, что традиционно существовавший разрыв между Россией и развитыми капиталистическими странами в области теории и практики конкуренции, по крайней мере, перестал углубляться. Реальный переход к рыночным отношениям объективно потребовал более серьезного отношения к этому.

Положительные черты конкуренции очевидны. При наличии конкуренции на рынке производители постоянно стремятся снизить свои производственные затраты, чтобы увеличить прибыль. В результате повышается производительность, снижаются издержки и компания получает возможность уменьшить цены. Конкуренция также побуждает производителей улучшать качество товаров и постоянно увеличивать разнообразие предлагаемых товаров и услуг. Т. о. производители вынуждены постоянно бороться с конкурентами за покупателей на рынке сбыта путём расширения и улучшения ассортимента высококачественных товаров и услуг, предлагаемых по более низким ценам. От этого выигрывает потребитель.

Однако, как показала практика, большинство российских предприятий не готово к активному ведению конкурентной борьбы. В условиях либерализации цен и скачка инфляции промышленность оказалась в тяжелом положении.

В течение многих десятилетий советского периода экономика нашей страны носила закрытый характер, не существовало конкуренции ни между отечественными производителями (почти все отрасли народного хозяйства были в высокой степени монополизированы, предприятия не имели права самостоятельного принятия экономических решений), ни с зарубежными. Это привело к низкой эффективности производства, чрезмерно высокому уровню затрат, к глубокому технологическому отставанию от передовых научно-технических разработок во многих отраслях советской экономики.

Возможно, таких последствий не было бы, если бы государство действовало более осторожно в отношении регулирования объема импорта, постепенно повышая уровень конкуренции на внутреннем рынке страны, давая возможность отечественным производителям адаптироваться в новых условиях.

Проблема конкурентоспособности российских товаров остается острой и по сей день, поэтому необходима продуманная, грамотная политика государства, направленная на контроль за ввозом товаров и содействие отечественному производителю. И тем не менее, выход из тяжелого финансового положения может быть лишь на пути создания конкурентоспособного производства, ориентированного на нужды потребителей.

Нельзя отрицать и положительные моменты, которые привнесла конкуренция в нашу экономику. Теория совершенной конкуренции не так далека от российской реальности, как можно подумать. Этому способствует развитие малого бизнеса в нашей стране, которое несмотря на все трудности стремительно набирает обороты.

На данном этапе проблема монополизации и недобросовестной конкуренции перестает быть чисто экономической – она все больше становится политической и общественной. Бесспорно, в некоторых случаях существование монополии является оправданным и необходимым, но за этими процессами должен осуществляться жесткий контроль со стороны государства по недопущению злоупотребления своим монопольным положением.

Решающую роль в создании на рынке благоприятной конкурентной среды играют антимонопольное законодательство и деятельность антимонопольных органов, правильное поведение которых способствует стабилизации всей экономики в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Андреанов В. Государственное регулирование и механизмы саморегуляции в рыночной экономике // Экономист. – 2016. – №5. – С.26–29.
- 2 Антимонопольная и конкурентная политика как составная часть концепции экономического развития Российской Федерации // Вопросы экономики. – 2017. – №11. – с. 87–89.
- 3 Буркеева Р.Г. Общие проблемы регулирования естественных монополий (на примере электроэнергетики) / Р.Г. Буркеева // Формирование рыночного хозяйства: теория и практика: сб. науч. статей / под ред. М.Г. Лапаевой. – Оренбург: ОГУ, 2015. – С. 56–59.
- 4 Варламова А.Н. О некоторых проблемах законодательства о конкуренции // Вестник Московского университета. – 2017. – №1. – С. 11–16.
- 5 Введение в рыночную экономику: Учебное пособие / Лившиц А.Я., Никулина И.Н. – М.: Высшая школа, 2016. – 551 с.
- 6 Городецкий А. Демонополизация и развитие конкуренции в российской экономике // Вопросы экономики. – 2017. – №5. – С. 48–57.
- 7 Государственная антимонопольная политика: практический опыт и задачи совершенствования законодательства. – Российский экономический журнал. – 2017. – №3. – С. 22–26.
- 8 Гукасян Г. М. Экономическая теория: ключевые вопросы / Под ред. д. э. н., профессора А. И. Добрынина. – М.: ИНФРА–М, 2016. – 466 с.
- 9 Дерябина М. Реформирование естественных монополий: теория и практика / М. Дерябина // Вопросы экономики, 2016. – № 1. – С. 102–121.
- 10 Кирюшкина Г.А., Михайлов А.В.. Антимонопольное законодательство – элемент госрегулирования процессов экономической концентрации. – Российский экономический журнал. – 2017. – № 4. – С. 38–41.
- 11 Кононкова Н.П. Естественная монополия как объект государственной собственности / Н.П. Кононкова, П.Ф. Кононков // Вестник Московского университета, Сер. 6. Экономика 2017. – № 6. – С. 10–12.

- 12 Коршунов Н.М., Эриашвили Н.Д. «Предпринимательское право. – М.:ЮНИТИ. – 2015. – 451 с.
- 13 Костюк В.Н. Макроэкономика. – Москва: Издательство «Центр». – 2017. – 269 с.
- 14 Курс экономической теории // под ред. проф. Чепурина М.Н., проф. Киселевой Е.А. – Киров: «АСА», 2016. – 466 с.
- 15 Лебедев О.Т., Каньковская А.Р., Филиппова Т.Ю. Основы экономики/ СПб.: ИД «МиМ». – 2017. – 631 с.
- 16 Макроэкономика / М.К. Бункина, В.А.Семёнов. – М.: Эльф К – пресс, 2016. – 741 с.
- 17 Мамедов О.Ю. Основы теории современной экономики – Ростов н/Д: Феникс. – 2015. – 312 с.
- 18 Никитин С., Демидова Л. Степанова М. Монополия, олигополия и конкуренция // Мировая экономика и международные отношения. – 2017. – №7. – С. 41–49.
- 19 Новиков О.И. Конкуренция выгодна всем. Изд–е Международного союза экономистов и Всероссийской ассоциации приватизированных частных предприятий, М. – 2017.
- 20 Нуреев Р. Типы рыночных структур: несовершенная конкуренция. Антимонопольное законодательство // Вопросы экономики. – 2016. – №2. – С.33–37.
- 21 Портфель конкуренции и управления финансами (Книга конкурента. Книга финансового менеджера. Книга антикризисного управляющего) / отв. ред. Рубин Ю. Б. – М.: «Соминтек», 2016.
- 22 Семенова О.В. О законодательстве в области государственного регулирования деятельности субъектов естественных монополий на примере железнодорожного транспорта / О.В. Семенова // Налоговый вестник, 2016.– № 11. – С. 3–8.
- 23 Толкачев С. Несовершенная конкуренция // Российский экономический журнал. – 2017. – №5.– С. 13–16.

24 Улыбышева Е. Антимонопольное регулирование в ЕС // Мировая экономика и международные отношения. – 2017. – №2. – С. 71–75.

25 Шамхалов Ф. «О государственной поддержке предпринимательства в России» // Проблемы теории и практики управления. – 2016. – №6. – С.66–69.

26 Экономика / Под. ред. А.С. Булатова. – М.: Бек. – 2015. – 463 с.

27 Экономическая теория / науч. ред. и рук. авт. коллектива В.Д. Камаев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Гуманит. изд. центр Владос. – 2016. – 640 с.

28 Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. – М. «Гном–пресс», 2015. – 752 с.