

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

Факультет экономический  
Кафедра теоретической экономики

КУРСОВАЯ РАБОТА  
по дисциплине «Общая экономическая теория»

ВОЗНИКНОВЕНИЕ, РАЗВИТИЕ, СУЩНОСТЬ МОНОПОЛИЙ,  
ИХ ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ

Работу выполнил У. Осип 06.06.19 О.В. Удовицкая  
(подпись, дата)

Направление подготовки 38.03.01 – Экономика курс 1

Направленность (профиль) Бухгалтерский учёт, анализ и аудит

Научный руководитель  
канд. экон. наук, доцент Е.В. Бочкова 6.06.19  
(подпись, дата)

Нормоконтролер  
канд. экон. наук, доцент Е.В. Бочкова 6.06.19  
(подпись, дата)

Краснодар  
2019

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические основы исследования монополии .....	5
1.1 Понятие и сущность, монополий. История возникновения .....	5
1.2 Основные формы монополистических объединений .....	9
2 Анализ монополистических форм хозяйствования в экономике России.....	14
2.1 Особенности и последствия монополизма в России.....	14
2.2 Проблемы антимонопольного регулирования в РФ .....	18
Заключение .....	22
Список использованных источников .....	24

## ВВЕДЕНИЕ

Чистая монополия – это рынок, на котором товар, у которого нет близких заменителей, продаёт один продавец. Возникает ситуация, когда один продавец противостоит множеству покупателей, т. е. предприятие в определённой отрасли занимает доминирующее положение. Также следует отметить, что занимать на рынке монопольное положение может не только крупное, но и небольшое предприятие, если только оно является ведущим поставщиком данного вида продукции. Чистая монополия в масштабах национального рынка явление довольно редкое, но для местных рынков она достаточно типична.

*Актуальность* темы обусловлена тем, что в настоящее время монополии препятствуют развитию рыночных отношений в нашей стране. В России большинство монополий принадлежат нефтегазовой, транспортной отраслям. Влияние этих отраслей на экономику особенно велико во время экономического кризиса. Проблема монополии является одной из самых важных для экономики сейчас.

*Целью* курсовой работы является анализ монополизма в России, а также выявление проблем и путей их решения.

Для достижения цели необходимо выполнить следующие *задачи*:

- 1) раскрыть сущность и причины возникновения монополии;
- 2) охарактеризовать особенности и последствия монополизма в России;
- 3) объяснить необходимость антимонопольного регулирования.

*Объектом* курсового исследования являются монополии и их основные формы.

*Предмет исследования* – совокупность социально-экономических отношений, включающих в себя особенности развития монополии и монополистических отношений в РФ.

*Теоретическую основу* данной курсовой работы составили: учебная научная литература по экономической теории, в частности научная литература

по теории монополии и антимонопольного регулирования, материалы периодической печати.

Информационная база при написании данной курсовой работы была основана на использовании общенаучных *методов*: системный и сравнительный анализ, синтез, анализ статистических данных, дедукция.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников. Во введении обоснована актуальность темы, сформулированы цели и задачи исследования, указаны объект и предмет исследования. Первая глава включает два параграфа. В ней раскрываются теоретические аспекты монополии, способы монополизации рыночных цен, рассматривается история возникновения монополий. Вторая глава состоит из двух параграфов, которые содержат анализ монополистических форм хозяйствования в экономике России. В заключении подведены итоги и сделаны выводы исследования.

# **1 Теоретические основы исследования монополии**

## **1.1 Понятие и сущность, монополий. История возникновения**

Монополия – условия рынка, когда данная фирма производит и продаёт один или несколько товаров, не производимых и не продаваемых никакой другой фирмой, т. е. товаров, для которых не существует близких субституттов.

В монополизированной отрасли у покупателя нет реальных альтернатив при приобретении кого-либо товара. «Монополия – власть одного».

Целью монополии является получение сверхприбыли посредством контроля над ценой (установление монопольно высоких или монопольно низких цен) или объёмом производства. Так монопольно высокая цена – это цена товара, устанавливаемая продавцом с целью компенсации необоснованных затрат, недоиспользованием производственных мощностей, и/или получения дополнительной прибыли в результате снижения качества товара. А монопольно низкая цена – это цена, устанавливаемая покупателем в целях получения дополнительной прибыли и/или компенсации необоснованных затрат за счёт продавца; или цена товара, сознательно устанавливаемая продавцом на уровне, приносящем убытки от продажи данного товара, результатом установления которой может являться ограничение конкуренции посредством вытеснения конкурентов с рынка. Устанавливая цены самостоятельно, монополист максимизирует свою валовую прибыль. Но при этом это становится опасно для общества, поэтому монополистический ценовой механизм должен тем или иным образом регулироваться государством, [9].

Способы монополизации рыночных цен:

Монополии, продающие товары в массовом порядке, намеренно уменьшают продажу своих товаров, чтобы создать искусственный дефицит продуктов, что в дальнейшем приведёт к росту монопольно высокой цены. И чтобы восполнить потери дохода, которые происходят от уменьшения объёма

производства и продажи товаров, фирма устанавливает более высокие цены, что усиливает инфляцию, [3].

Монопсония, закупающая большие партии товаров по низким ценам у мелких производителей, для создания большого запаса. Затем она устанавливает монополюльно низкую цену на закупаемую продукцию, что даёт монопсонии желаемую выгоду, [3].

Фирма, являющаяся монополией и монопсонией удваивает свой доход за счёт ножниц цен (монополюльно высокие и монополюльно низкие цены). Движение цен, подобно расходящимся лезвиям ножниц, основывается на расширении зон избытка и зон дефицита товаров, [3].

Ещё одной особенностью монополии является её возможность устанавливать барьеры на вход в отрасль или выход из неё. Данные барьеры являются наиболее явными, нежели чем при олигополии, имеют экономический, технический, юридический и иной характер. Например, наличие высокого уровня капитала, необходимого для открытия производства в монополизированной отрасли, является значимым барьером для многих предпринимателей.

Другим же барьером является большой размер предприятия, при котором достигается оптимальность производства. Свой оптимальный размер предприятия, при котором издержки на производство единицы продукции минимизируются-закон эффективности от масштаба производства.

Также к барьерам относят производственный и коммерческий опыт, имеющийся у уже функционирующей в данной отрасли фирмы. Определённые барьеры создают контракты, привязывающие поставщиков и покупателей к фирмам – монополистам. А при закрытой монополии существуют специальные меры государственного регулирования, такие как: защита авторских прав, лицензии, патенты, сертификаты, тарифы.

Монополии возникли ещё в древние времена почти одновременно с появлением рынка. История монополий неразрывно связана с ростом акционерной собственности, увеличением роли банков и развитием системы участия,

эволюцией форм капиталистических объединений и новейшими формами объединений. Каждый из этих процессов по-своему ускорял развитие монополизации хозяйства. Основные черты монополии можно проследить уже во времена Древнего Египта ещё во II тысячелетии до н. э.. Осуществлялась продажа тканей, пшеницы, меда, соли, обработка текстиля, а позже возникло банковское дело.

Период Средневековья характеризуется появлением монопольных компаний, для которых государство создало определённые условия на занятие той или иной деятельностью посредством предоставления льгот. Только в первой половине XVII века государство выдало более 700 монополий, что свидетельствует о злоупотреблении власти правом продавать права на монополию торговли. В 1630-х годах почти все производство и услуги были монополизированы, что сразу привело к негативным последствиям, [15].

В период кризиса 1900-1903 гг. начался процесс массового оформления устойчивых монополий, которые становились основой экономической жизни страны. За годы кризиса промышленное производство выросло на 11%. Тяжёлая промышленность (группа А) сократила выпуск продукции на 10%, а лёгкая (группа Б) увеличила его на 22%. Промышленники каждой отрасли стали собираться на съезды для решения экономических проблем. Самым распространённым способом преодоления кризиса было объединение сбыта продукции, создание общих торговых организаций. Тогда будет возможность контролировать рынок, регулировать цены. Российские монополии стали возникать в форме синдикатов. В чёрной металлургии это был «Продамент», который выпускал 80% всей продукции этой отрасли. В 1902 г. предприятия трубопрокатного производства объединились в синдикат «Трубопродажа», проволочные и гвоздильные предприятия сформировали синдикат «Гвоздь». «Дрожжи» и «Общество сахарозаводчиков» – синдикаты на предприятиях пищевой промышленности. Пароходное общество «Океан» организовало продажу соли. Затем на базе хлопчатобумажной промышленности образовались такие

объединения как тресты и концерны (корпорации Рябушинского и Второва). Также образование трестов наблюдается в самых молодых отраслях-нефтедобыче и нефтепереработке. В 1905 г. «Братья Нобель» объединился с обществом «Мазут», и сообща они монополизировали 77% торговли нефтепродуктами, в том числе и на мировом рынке, [19].

Однако большое количество монополистических объединений в России официально не зарегистрировано из-за отсутствия законодательных и административных норм, регулирующих деятельность монополий и порядок их оформления, но, тем не менее, их число неуклонно увеличивается. К началу XX века в России насчитывалось более 140 различных монополистических объединений, участвующих в 40 отраслях промышленности.

В 1910 г. девять крупнейших металлургических заводов давали более половины всего производства чугуна в стране, а шесть крупнейших предприятий в нефтяной промышленности добывали 65% всего объёма нефти.

В годы первой мировой войны 1914-1918 гг. прекратилась деятельность ряда локальных монополий, но в целом война увеличила число монополий и их мощь. Особенно развивались монополии, связанные с военным производством.

Итак, монополии России конца XIX – начала XX века можно подразделить на два типа. К первому относились синдикаты и картели. Главным в их образовании и деятельности была концентрация сбыта в результате объединения предприятий одной отрасли промышленности, не связанных с банком, без заключения личной унии директоров отдельных предприятий. Ко второму типу относились тресты и концерны. Главным для них была концентрация производства на базе комбинирования предприятий различных, чаще смежных отраслей промышленности при руководящей роли банка и финансовой независимости от банка всех участников объединения.

Таким образом, монополия – это рынок, на котором наличествует единственный продавец товара, не имеющего близких заменителей, ограждённый



от непосредственной конкуренции высокими барьерами вхождения в отрасль. Возникновение монополий произошло ещё в глубокой древности. В различных формах на всех этапах развития рыночных процессов проявляются монополистические тенденции. А во время экономического кризиса 1873 года появляются первые монополии.

## 1.2 Основные формы монополистических объединений

Существует множество различных монополистических форм. Можно выделить природные, случайные, экономические монополии, а также закрытые и открытые и др. Рассмотрим классификации видов монополий по следующим критериям.

Основные виды монополий представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Классификация различных видов монополий [20]

В зависимости от характера и причин возникновения:

Искусственная монополия. Мелкие предприятия разоряются, уходят с рынка в ходе конкурентной борьбы и производство постепенно концентрируется на крупных предприятиях, которые впоследствии объединяются, а затем определяют объёмы выпуска продукции, рынки сбыта, устанавливают цены и т. д.

Технологическая или естественная монополия. Ею обладают собственники и хозяйственные организации, имеющие в своём распоряжении редкие и свободно не воспроизводимые элементы производства, которые требуют особой технологии. При таком состоянии рынка удовлетворение спроса эффективнее в условиях отсутствия конкуренции.

Государственная (легальная) монополия. Исключительное право государства, образующееся на законном основании, на производство денег, наркотических средств, ядерного оружия и т. п.

Временная монополия. Возникает на основе монопольного обладания фирмой каким – либо научно – техническим достижением.

Случайная монополия. Результат ограниченного во времени превышения спроса над предложением. Случайная монополия может перерасти в искусственную, если дефицит закрепляется намеренно.

По степени защищённости монополии делятся на открытые и закрытые:

Открытая монополия не имеет каких – либо специальных мер защиты от конкуренции, привязывает к себе потребителей с помощью рекламы, торговой сети и многих других приёмов.

Закрытая монополия обладает специальными мерами защиты, которые не позволяют развиваться в данной отрасли конкурентной среде. К этим мерам относятся барьеры на вход. Государство защищает данную монополию с помощью патентов, лицензий, применяет систему квот, использует таможенные рычаги.

По методам реализации своего особенного положения монополии делятся на простые монополии и на дискриминацию в ценах (иногда называемую сложной монополией):

Простая монополия возникает, когда хозяйствующий субъект устанавливает единые цены для всех контрагентов на свой товар, продаваемый на одном рынке.

Дискриминация в ценах состоит в том, что на одном рынке выделяются различные группы контрагентов монополистической компании и для этих групп устанавливается разная цена на один и тот же товар. Дискриминация позволяет включать в контракты, заведомо невыгодные для определённых групп потребителей. Для фирмы – монополиста установление дискриминации позволяет максимизировать как объём продаж, так и совокупный доход. А положение потребителей определённых групп резко ухудшается, снижается общэкономическая эффективность, [20].

Существует три основных вида ценовой дискриминации:

Первый вид. Монополия устанавливает для каждого потребителя максимальную цену, который тот готов заплатить за данный товар.

Второй вид. Ценовая дискриминация возникает при различных объёмах покупки товаров разными потребителями.

Третий вид. Рынок фактически делится на сегменты и для каждого из них устанавливается своя цена.

Макроэкономические монополии могут классифицироваться по своим организационным формам.

Традиционно монополии подразделяются на многочисленные организационные формы, основными из которых выступают картели, тресты, концерны. В настоящее время тресты и картели в чистом виде почти не встречаются, а самыми типичными формами стали тайные сговоры и концерны.

Картель – союз нескольких предприятий одной отрасли промышленности, в котором его участники сохраняют свою собственность на средства и

продукты производства. А созданные изделия они сами регулируют на рынке, договариваясь о квоте, о продажных ценах, распределение рынков.

Подразделяются на:

- формальные – юридически оформленные соглашения;
- тайные-соглашения, которые никак не фиксируются, и государственные регулирующие органы могут отслеживать подобный сговор только по его последствиям.

Синдикат – частный случай картеля. Объединение ряда предприятий, изготавливающих однородную продукцию; здесь собственность на материальные условия хозяйствования сохраняется за участниками объединения, а готовая продукция реализуется как их общее достояние через созданную для этого компанию.

Трест – объединение юридических лиц, в котором создаётся совместная собственность данной группы предпринимателей на средства производства и готовую продукцию. Трест, объединяющий предприятия нескольких отраслей, называется диверсифицированным трестом или комбинатом. Комбинат объединяет последовательные ступени производства. Переход к комбинату позволяет сглаживать для его участников конъюнктурные колебания в отдельных отраслях, [20].

Одной из ведущих форм монополий, с которым приходится бороться государству концерн. Концерн – союз формально неизвестных предприятий (обычно из разных отраслей), в рамках которого головная фирма организует финансовый контроль за всеми участниками. Ещё одной производной формой концерна является конгломерат, представляющий собой диверсифицированный вариант многофилиальной структуры. Конгломерат – это концерн, объединяющий фирмы, между которыми часто невозможно найти какую-либо связь производственного или функционального характера.

Образуется концерн путём объединения предприятий различных отраслей с помощью приобретения их акций. При этом предприятия, входящие в

концерн, продолжают оставаться самостоятельными юридическими лицами. Концерн, включающий в себя не только промышленные, но и финансовые институты, называется холдингом. Холдинг имеет собственную финансовую компанию и собственный банк, обеспечивающие мобилизацию сбережений для использования и превращения их как в учредительный, так и в текущий капитал.

Выдвижение концерна на первый план связано с научно-техническим прогрессом. Используя преимущества единоначалия, концерн превратился в своеобразный научный центр, включающий в себя прикладные научные институты. Кроме того, роль концернов возросла в связи с усилением сращивания банков с предприятиями.

Таким образом, монополии охватывают все сферы общественного воспроизводства: производство, распределение, обмен и потребление. На основе это выделяют их различные формы. Формы монополистических объединений стремятся расширить своё влияние на другие отрасли, занять монопольное положение, которое позволит избавиться от рисков и различных проблем, максимизировать прибыль.

## **2 Анализ монополистических форм хозяйствования в экономике России**

### **2.1 Особенности и последствия монополизма в России**

Российская экономика по – прежнему остается одной из самых монополизированных в мире. Начало рыночных преобразований привело к усилению монополистических тенденций. К уже существовавшим монополистам прибавились новые, в частности, предприятия, которые после распада СССР превратились в таковых за счет меньшей территории. Изменились и условия хозяйствования – либерализация экономики, проявившаяся для монополистов, в первую очередь, в свободе ценообразования и выборе объема производства, обеспечила возможность получения сверхприбылей. Достижение этой цели реализовывалось за счет занижения объемов производства, завышения цен. Иными словами, российская экономика столкнулась со стандартными негативными последствиями монополизации.

Главной особенностью российского монополизма, происходящей из гносеологии его возникновения, является отличный от рыночного способ зарождения данного явления, характерный для нашей страны. Вопреки обычным причинам возникновения монополизма в странах с рыночной экономикой, связанных с потребностями производителей в увеличении объемов производства в целях получения максимальной прибыли, борьбы за освоение новых технологий, иными словами – формирование монополизма в конкурентной борьбе, российские предприятия, именуемые монополиями, сформировались в результате передачи собственности от государства – монополиста в руки частных собственников.

В российской экономике такое явление, как «локальный» монополизм, очень распространено. Из-за ненасыщенности рынка отдельные предприятия в регионах находятся в положении монополистов. Такие предприятия

занимаются переработкой сельскохозяйственной продукции, торговлей и бытовым обслуживанием в малонаселенных отдаленных пунктах. Предприятия жилищно-коммунального хозяйства – также локальные монополии.

Естественные монополии занимают особое и значимое место в российской экономике. Три основные естественные монополии России: РАО «ЕЭС» (производство электроэнергии, услуги по передаче электроэнергии по высоковольтным линиям электропередачи); Газпром (транспортировка газа по трубопроводам, продажа природного газа); МПС (железнодорожный транспорт); А также Ростелеком (международные и международные телекоммуникационные услуги).

Монопольные предприятия злоупотребляют своим особым положением, устанавливая либо монопольно высокие, либо монопольно низкие цены. В настоящее время в России практикуются монопольно высокие цены, а в странах с развитой конкуренцией - монопольно низкие, иногда демпинговые. Мониторинг более 200 цен показал, что более 1/3 предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке, раздувают цены на товары и услуги. Как правило, необоснованные издержки предприятий компенсируются монопольными высокими ценами.

Анализ затрат предприятий – монополистов показал две причины их роста:

- 1) отсутствие конкурентного давления на норму прибыли ведет к ослаблению контроля над расходами;
- 2) искушение получить монопольную сверхприбыль может стимулировать рост затрат на укрепление и защиту монопольного положения.

Для преодоления высокой степени монополизации российской экономики и развития конкуренции были разработаны специальные государственные программы. Основной целью этих программ было снижение концентрации производства и создание необходимых условий для развития конкуренции на рынках Российской Федерации по приоритетным группам товаров, а также

диверсификации производства и увеличения производства конкурентоспособной продукции.

Процессы монополизации внесли существенные изменения в социально-экономическую жизнь общества. При оценке роли любой формы монополии в экономике имеются аргументы в пользу и против монополии. Аргументы «за» связаны с тем, что в качестве монополиста обычно выступает крупное объединение. Как таковое оно имеет возможность:

- применять новейшие технологии, использовать преимущества массового производства и на этой основе производить продукцию с меньшими издержками и снижать цены;

- выделять больше средств для финансирования исследований и разработок новой продукции и технологии, что способствует ускорению научно-технического прогресса;

- противостоять конкурентным колебаниям рынка: в периоды кризисов крупные фирмы, а тем более их объединения, более устойчивы, они меньше подвержены риску разорения (и увеличения безработицы), чем мелкие и средние предприятия.

Таким образом, существование монополистических объединений оказывает благотворное влияние на развитие экономики. В то же время монополии имеют возможность:

- 1) увеличивать свои прибыли за счёт повышения цен без снижения издержек производства;

- 2) «эксплуатировать» потребителей, завышая цены против их равновесного уровня;

- 3) ослаблять или даже устранять конкуренцию вместе с её благотворным влиянием на эффективность производства, качество продукции, уровень издержек производства.



Как писал известный экономист, лауреат Нобелевской премии Ф. Хайек, «...плоха не монополия сама по себе, а устранение или предотвращение конкуренции».

Совершенная конкуренция предполагает наиболее эффективное использование ресурсов общества, минимизацию общественных затрат на производство продукции. Рынок несовершенной конкуренции обеспечивает менее эффективное использование ресурсов, в связи с чем общество несёт определённые потери.

Механизм формирования потерь общества в результате монополизации рынка представлен на рисунке 2.

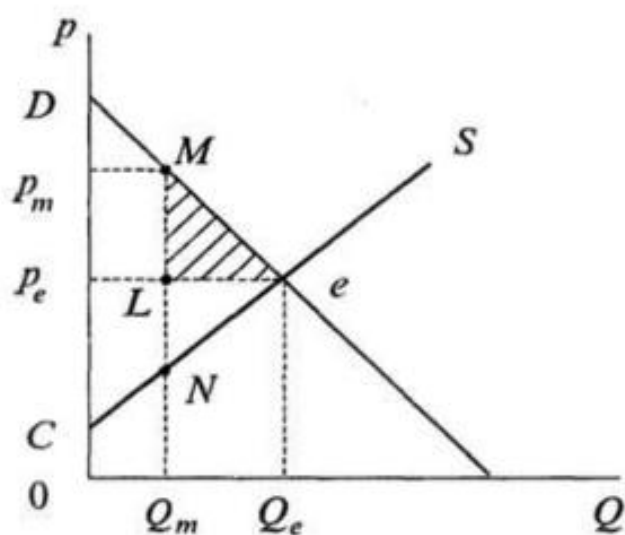


Рисунок 2 – Последствия монополизации рынка [9]

В условиях совершенной конкуренции потребитель покупает, а производитель продаёт продукцию в объёме  $Q_e$  по цене  $p_e$ . Выручка продавца от реализации продукции составляет площадь прямоугольника  $0 p_e e Q_e$ . Поскольку кривая предложения совпадает с кривой издержек производства, то затраты на производство продукции в объёме  $Q_e$  составляет площадь фигуры  $0 C e Q_e$ , в прибыль (разность между выручкой реализации и издержками производства), соответственно, площадь треугольника  $p_e C e$ . Эффект (излишек) потребителя

равен площади треугольника  $p_e e D$ . Отсюда суммарный эффект потребителя и производителя равен сумме прибыли, полученной производителем, и излишка потребителя, то есть площади треугольника  $C e D$ . [9]

Следовательно, в условиях монополизации рынка цена повышается до уровня  $p_m$ , а объём продукции сокращается до  $Q_m$ . В результате потребитель теряет часть своего потребительского эффекта ( $p_e p_m Me$ ) – он вынужден покупать продукции меньше ( $Q_m$ ) и по более высокой цене ( $p_m$ ). Часть утеряннного излишка потребителя присваивает монополия ( $p_e p_m ML$ ), другая же часть потребительского эффекта ( $LMe$ ) просто теряется (он не достаётся никому) и представляет собой чистые потери общества.

Таким образом, монополии стимулируют научно – технический прогресс, повышают эффективность производства, разрабатывают новые виды продукции, несмотря на отсутствие конкуренции, вносят в экономическую жизнь элементы стабильности и планомерности. Также фирма – монополист в меньшей степени зависит от конъюнктурных эффектов экономики. К отрицательным же последствиям монополий относят: производство меньшего объёма товаров по наиболее высокой цене, нарушение оптимальности распределения ресурсов между отраслями производства, игнорирование интересов покупателей, монополизация власти. Монополии представляют существенную опасность для общества и с экономической, и с социальной, и с политической точки зрения. Это объясняет важность и актуальность государственного антимонопольного регулирования.

## **2.2 Проблемы антимонопольного регулирования в РФ**

Антимонопольное законодательство представляет собой комплекс правовых актов, направленных на поддержание конкурентной среды, является главным инструментом, ограничивающим монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию. Созданию полноценной конкурентной

борьбы в России, развитию рыночной экономики, продвижению отечественных товаров на мировой рынок, мешает существование монополий и несовершенство антимонопольного законодательства.

Государство в борьбе с монополиями использует меры экономического и административного характера.

Экономические меры поддержание конкуренции и борьбы с монополией:

- поощрение создания товаров-заменителей;
- поддержка новых фирм, среднего и малого бизнеса (налоговые льготы, предоставление субсидий, кредитов, предоставление государственных заказов);
- привлечение иностранных инвестиций, учреждение совместных предприятий, зон свободной торговли;
- финансирование мероприятий по расширению выпуска дефицитных товаров с целью устранения доминирующего положения на рынке отдельных хозяйствующих субъектов;
- государственное финансирование НИОКР.

Административные меры направлены на демонополизацию рынков, опираются на соответствующее антимонопольное (антитрестовское) законодательство. Во всех странах рыночной экономики имеются законы:

- запрещающие тайный сговор, направленный на поддержание монопольных цен;
- не разрешающие слияния, которые ведут к установлению контроля над предложением;
- предусматривающие принудительную демонополизацию (дробление).

Антимонопольная деятельность государства в России

История антимонопольной политики в России начинается 22 марта 1991 года, когда был принят первый закон, ограничивающий деятельность монополий и направленный на развитие конкуренции. Это был Закон РСФСР «О

конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». А также в целях проведения государственной политики по ограничению монополистической деятельности был создан Государственный комитет по антимонополистической политике – Антимонопольное министерство.

Российские антимонопольные законы не определяют понятие «монополия», потому что в действительности нет чистых монополий. Но есть предприятия, которым присуща главная особенность монополии – значительная часть на рынке определенного товара. «Реальной монополией» считается хозяйствующий субъект, доля рынка которого для данного продукта составляет 65% или более. В этом случае говорят, что фирма занимает «доминирующее положение». Доминирующим также является положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара составляет от 35% до 65%, если это установлено антимонопольным органом.

Все предприятия с долей рынка более 35% по конкретному продукту заносятся в отдельный реестр (региональный и федеральный рынок). Назначение реестра состоит в подготовке информационной базы данных о крупнейших субъектах рынка для осуществления государственного контроля за соблюдением ими антимонопольного законодательства. Всего в реестр включено более 6500 предприятий. Компании, включенные в реестр, распределены по отраслевому принципу следующим образом: 22% – жилищно-коммунальные услуги, 13% – промышленные и технические товары, 28% – продукты питания, 5% – товары народного потребления, 21% – определенные виды работ и услуги, 11% – хозяйствующие субъекты, относящиеся к сфере деятельности естественных монополий (для естественных транспортных монополий, в сфере связи и энергетики сложен их регистры). Из 6500 предприятий, включенных в реестр, около 450 предприятий имеют долю более 35% на товарных рынках Российской Федерации

Антимонопольная политика, направленная против монополизации рынков, где эффективна и необходима конкуренция, сочетается с контролем и

регулированием деятельности естественных монополий, которые в определённых условиях предпочтительнее конкуренции. В России регулирование естественных монополий осуществляется на основании принятого 19 июля 1995 года Федерального закона «О естественных монополиях», который «определяет правовые основы федеральной политики в отношении естественных монополий в РФ и направлен на достижение баланса интересов потребителей и субъектов естественных монополий, обеспечивающего доступность реализуемого ими товара для потребителей и эффективное функционирование субъектов естественных монополий».

Новый этап в развитии правового регулирования отношений в сфере защиты конкуренция и недопущения монополистической деятельности связан с принятием Федерального закона от 26 июля 2006 г. №135 – ФЗ «О защите конкуренции» (СЗ РФ. 2006. № 31 (ч.1)). Он стал развитием и продолжением всех предыдущих редакций закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». [20]

Отсутствие конкуренции, монополизация рынков приводит к чистым потерям общества. Выигрыш монополий меньше, чем те потери, которые несёт покупатель. Для России важно не только ограничивать монополизм и злоупотребления доминирующим положением, добиваться соблюдения правил конкуренции, наказывать за их нарушения, но и создавать конкурентную среду, проявляя политическую волю. В отношении искусственных монополий государство проводит антимонопольную политику, используя разнообразные меры экономического и административного воздействия. Деятельность естественных монополий государство контролирует и регулирует. Борьба с монополизацией, поддержка конкуренции-одна из важнейших функций государства.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Монополии ограничивают производство и устанавливают более высокие цены из – за своего монопольного положения на рынке, что приводит к неэффективному распределению ресурсов и увеличению неравенства в доходах. Монополия снижает уровень жизни населения. Монопольные фирмы не всегда используют весь свой потенциал для обеспечения научно-технического прогресса. Монополии не имеют достаточных стимулов для повышения эффективности посредством НТР, так как нет конкуренции. Среди важнейших экономических функций современного государства – разработка и реализация антимонопольной политики. В прошлом веке во многих странах монополия квалифицировалась как экономическое преступление против общества. Соответственно, были приняты и регламентированы специальные законы для предотвращения или смягчения негативных последствий монополизации рынков. Пытаясь компенсировать несовершенства рынка, государство, прибегая к различным методам. Важной задачей является устранение последствий, вызванных несовершенством рынка. В целях предотвращения монополизации рынков и защиты конкуренции государство:

- разрабатывает законы, на основании которых можно выявлять и наказывать компании, находящиеся в монополизации;
- создаёт организации, которые следят за развитием событий на рынках и выявляют случаи их монополизации (такие мероприятия осуществляет Государственный антимонопольный комитет);
- помогает создавать новые фирмы, которые могут противостоять монополизации рынков или разрушать ее (это то, что делает Комитет поддержки малого бизнеса в нашей стране).

Развитие предпринимательских отношений в нашей стране, а также состояние законодательства настоятельно диктуют необходимость закрепления в нормативных актах основ правовой регламентации предпринимательской деятельности.

Реформирование российской экономики с конца 1980 – х гг. дало новый импульс в развитии законодательства о защите конкуренции. С принятием постановления Совета Министров РСФСР от 10 сентября 1990 г. №344 «Вопросы Государственного комитета РСФСР по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур» (СП РСФСР. 1991. № 2.) в качестве антимонопольного органа был создан Государственный комитет РСФСР по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур.

Эффективная антимонопольная политика, крайне необходимая для нашей страны, невозможна без соединения усилий всех ветвей власти государства – законодательной, исполнительной и судебной. Одновременно требуется активная гражданская политика населения, выработка у него не только негативного отношения к монополистам, но и способности к легитимной борьбе за свои права.

Монополизм отечественной экономики-одна из наиболее сложных социально – экономических проблем современной России.

Проведение научно обоснованной последовательной антимонопольной политики – одна из центральных задач нашего государства. Данная политика требует классифицированных кадров для антимонопольных органов, правильного понимания ситуации со стороны всех лиц, связанных с экономической и правовой деятельностью в нашей стране.

Антимонопольное регулирование является важнейшим компонентом государственной экономической политики во всех странах с развитой рыночной экономикой.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Аляутдинова М.С., Толкачева С.В. Государственное антимонопольное регулирование и защита конкуренции // Таврический научный обозреватель, 2016. – №6 (11).
- 2 Барышев А.В. Монополизм и антимонопольная политика // ЭКО, 2014. – № 4.
- 3 Борисов Е.Ф. Экономика – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2016. – 269 с.
- 4 Булатов А.С., Бартенев С.А., Соколова О.В. Микроэкономика. – М.: Юрайт, 2014. – 448 с.
- 5 Булатова А. С. Микроэкономика: учебник для бакалавров. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 439 с.
- 6 Гутерман А.Е. Формирование благоприятной конкурентной среды как цель антимонопольного регулирования // Юрист, 2015. – № 3.
- 7 Доклад об осуществлении государственного контроля (надзора) Федеральной антимонопольной службой в соответствующих сферах деятельности и об эффективности такого контроля (надзора) в 2018 году – URL: <https://fas.gov.ru/documents/685058> (дата обращения 30.04.2019).
- 8 Дубровин О.В. Развитие конкуренции и антимонопольная политика // Предпринимательское право, 2015. – № 1.
- 9 Ефимова Е.Г. Экономика – 4-е изд., стер. – Москва: Издательство «Флинта», 2018. – 392 с.
- 10 Кабанова И.Е. Государственное регулирование и координация экономической деятельности // Юрист, 2015. – № 4.
- 11 Калабеков И.Г. СССР и страны мира в цифрах. Справочное издание. – М.: 2015. – 239 с.
- 12 Конотопов М.В. Экономическая история – 15-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 604 с.



13 Конотопова М.В. Экономическая история мира: в 5 т.; Российская академия наук, Институт стран СНГ – 3-е изд., доп. и дораб. – СПб.: Алетейя, 2018. – Т. 3. Англия: колониальный империализм. Германия: юнкерский капитализм. Франция: ростовщический империализм. Особенности империализма США и Японии. Развитие капитализма в России. Борьба ведущих экономик мира за рынки сбыта накануне Первой мировой войны. – 539 с.

14 Кунцман М.В. Экономическая теория: курс лекций. – М.: МАДИ, 2015. – 208 с.

15 Москвалевич Г.Н. Возникновение монополии и зарождение монополистических отношений в экономике Древнего мира // Вестник – экономист ЗабГУ, 2015. – № 10.

16 Поляк Г.Б. Экономическая история – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 503 с.

17 Родионов С. А. Феномен естественных монополий в российской экономике // Известия СПбУЭФ, 2015. – 256 с.

18 Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леуский П.И. Микроэкономика. – М.: Юрайт, 2016. – 544 с.

19 Толмачева Р.П. Экономическая история – 6-е изд., перераб. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 320 с.

20 Шишкин М. В. Антимонопольное регулирование. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 143 с.