Введение

Действие рыночной конкуренции, свободного рынка неизбежно порождает монополию, которая меняет условия конкурентной борьбы, под удар ставятся механизмы функционирования рыночной системы. Антимонопольная политика, безусловно, очень важна для экономики. Хорошо продуманные меры по регулированию монополий способствуют развитию конкуренции, стабилизации рынка и совершенствованию экономики в целом. Проблемы монополизации хозяйственной жизни, конкуренция на товарных рынках привлекают сегодня пристальное внимание не только специалистов, но и широких слоев населения. Именно по причине важности этого вопроса для современной экономики я выбрала его темой своей курсовой работы.

В своей работе я постаралась рассмотреть понятие антимонопольной политики, цели и методы демонополизации экономики, её особенности в условиях рыночной экономики, а также осветить процесс становления антимонопольной политики в России, действующее в России антимонопольное законодательство и перспективы его усовершенствования.

Во время работы над этой курсовой я научилась лучше систематизировать информацию, выделять наиболее важные вопросы, сопоставлять сведения из разных источников и, несомненно, получила новые знания по проблеме антимонопольной политики.

1 Демонополизация, её цели, способы и механизмы

* 1. Понятие антимонопольной политики

Конкуренция может оказаться под угрозой, если власть и рычаги эко­номического воздействия на рынок будут сконцентрированы в руках не­большого количества его участников. Любые ограничения соревнования в условиях рыночной системы препятствуют свободному действию рыноч­ных механизмов, ведут к диспропорции спроса и предложения, нерацио­нальному использованию производственных мощностей и факторов раз­вития и, как результат, к снижению эффективности рыночной системы.

Эффективность функционирования общества достигается за счет ре­зультативности отдельных отраслей и уровня правительственной поли­тики. Виды инструментов государственной политики, направленной на корректирование экономического поведения и структуры рынка, разно­образны, мы же уделим наибольшее внимание государственной антимо­нопольной (конкурентной) политике, призванной обеспечивать такие условия функционирования рынка, при которых не возникает избира­тельного ущемления интересов конкурентов или нарушения прав потре­бителей.

Антимонопольная политика - комплекс мер, направленных на де­монополизацию экономики, контроль и наблюдение за процессами кон­центрации на рынках, пресечение монополистических действий и недо­бросовестной конкуренции, устранение административных барьеров и обеспечение условий для развития конкуренции на рынке, а также про­паганда и распространение знаний, способствующих созданию равных условий для всех участников рынка и формированию общественного со­знания в пользу развития рыночных сил.

Конкурентная политика - более широкое явление, предполагающее комплекс пропагандистских и разъяснительных мероприятий по ин­формированию субъектов рынка об их правах и обязанностях перед об­ществом и рынком. В европейской практике эта политика получила на­звание «адвокатирование конкуренции».

Рассматривая содержательную сущность антимонопольной полити­ки любого государства, исповедующего рыночные начала в экономике, в том числе Российской Федерации, следует иметь в виду два уровня по­нимания этой политики.

В узком смысле антимонопольную политику принято сводить к ме­роприятиям антимонопольных органов и органов по регулированию деятельности субъектов временных и естественных монополий в части осуществления государственного контроля за соблюдением законов и иных нормативно-правовых актов, относящихся к системе конкурент­ного права.

В широком смысле государственная антимонопольная (конкурентная) политика охватывает почти весь круг решений, направленных на развитие экономики, повышение конкурентоспособности продукции и услуг национальных производителей, обеспечение эффективной занятости. В этом смысле политика антимонопольного регулирования предопределяет ши­рокое участие антимонопольных органов в выработке экономической по­литики государства в целом или, по крайней мере, тех ее направлений, ко­торые могут непосредственно повлиять на конкурентную структуру рын­ка, деловую практику и хозяйственную деятельность его субъектов.

Государство обязано выполнять важные экономические, организаци­онные, координирующие, информационные функции для обеспечения рыночных условий предпринимательской деятельности, развития частно­го сектора. Стратегическая задача государственной антимонопольной по­литики по отношению к отдельным рынкам (отраслям) состоит в сохране­нии баланса конкурентных и монопольно-регулирующих сил в рамках рабочей конкуренции (олигополии или монополистической конкуренции).

* 1. Основные цели антимонопольной политики

Можно выделить следующие основные цели, достижение которых позволяет идентифицировать эффективность рыночной системы:

1. Рациональное использование ресурсов для выпуска продукции и ее соответствия количественным и качественным требованиям потребителей.
2. Деятельность субъектов рынка, относящихся к любой стадии вос­производственного цикла, должна быть прогрессивной и оптимальной, должна использовать преимущества науки и техники.
3. Распределение доходов должно быть справедливым и не должно пре­вышать уровня, необходимого для возмещения затрат.
4. Достижение социальной и экономической стабильности в обще­стве.

В связи с этим основными экономическими целями антимонополь­ной политики являются действия, направленные на оптимизацию ры­ночной структуры, нейтрализацию монополистической власти и различ­ных методов ее проявления, корректировку невыгодных для общества экономических результатов для решения двух задач: повышения каче­ства жизни и обеспечения конкурентоспособности российской эконо­мики (рис. 1).

Достижение этих целей предполагает:

1. проведение мероприятий по демонополизации высокомонополи­зированных рынков и поддержке предпринимательства;
2. обеспечение «прозрачности» создания, слияния и присоединения коммерческих организаций, процедур, предусматривающих кон­центрацию активов и рыночной власти;
3. снижение барьеров входа на рынки новых экономических струк­тур и обеспечение эффективного контроля за поведением доми­нирующих хозяйствующих субъектов;
4. активизацию работы по профилактике и пресечению недобросовестной конкуренции на товарных рынках;
5. упорядочение оказания государственной помощи;
6. организацию антимонопольного контроля за поведением субъек­тов естественных монополий;
7. пропаганду основных требований и норм антимонопольного за­конодательства разработку мероприятий, направленных на адво­катирование конкуренции.

Экономические цели

антимонопольной политики

Корректировка экономических результатов

Воздействие на экономическое поведение субъектов: предупреждение и пресечение

Оптимизация экономической структуры рынка

Поддержка малого предпринимательства и формирование конкурентной среды

Контроль за процессами концентрации

Проведение политики демонополизации производства и обращения

Злоупотреблений доминирующим положением

Недобросовестной конкуренции

Запрет на ограничивающие конкуренцию акты и действия органов власти

Контроль за государственной и муниципальной помощью

Горизонтальных и вертикальных соглашений

Устранение административных, межрегиональных, организационных барьеров

Рисунок 1 – Экономические цели антимонопольной политики

* 1. Направления антимонопольной политики

Практика антимонопольной деятель­ности осу­ществляется в значительной мере по четырем важнейшим, традиционным направлениям:

1. ограничение монополизации рын­ка;
2. запрещение слияния конкурирующих компаний;
3. запрещение установления монопольных цен;
4. сохранение и поддержание конкуренции в ее циви­лизованных формах.

Современная практика ориентируется на развитие двух важнейших форм совершенной и несовершенной конку­ренции:

1. Монополистическая конкуренция с дифферен­циацией продукта, которая предполагает разделение раз­личных видов продукции и услуг на их подвиды, произ­водством и реализацией которых занимаются разные ком­пании. Она позволяет учитывать как особенности различ­ных производственных структур, так и различие условий реализации продукции. Это своеобразная достаточно эф­фективная форма сочетания совершенной и несовершен­ной конкуренции.
2. Достаточно эффективной формой сочетания совер­шенной и несовершенной конкуренции является олигополия, базирующаяся на господстве небольшого числа круп­нейших фирм в производстве и на рынке. Например, круп­нейшие автомобильные гиганты США - "Дженерал моторс", "Форд" и "Крайслер", с одной стороны, монополизировали рынок автомобилей в США, с другой - ориентируют по­требителей на качество, предпочтительность каждой тор­говой марки. При этом "возможности кошелька" позволяют наиболее состоятельным покупателям приобретать уникаль­ные, порой произведенные в единственном экземпляре то­вары высокого качества по высоким рыночным ценам.

При установлении такого рода высоких цен монополии ориентируются не на ценовую, а на неценовую конкуренцию. Соперничество ведется на базе технического nревосход­ства, высокого качества, надёжности изделий.

Относительно слабые компании, не выдерживающие конкуренции, теряют позиции на рынке, как правило, по­глощаются крупным бизнесом, или могут сотрудничать с ним в качестве вспомогательных структур.

Важным аспектом антимонопольного законодательства является запрещение слияния конкурирующих компаний. При этом правительства многих стран контролируют и про­тиводействуют не только открытым, но и "тайным" объе­динениям и сговорам. Отмеченное обстоятельство явилось основной причиной "антикартельной" политики, поскольку многие картельные объединения по мере развития все бо­лее переходили от открытых к тайным "джентльменским" соглашениям, что также противоречит антимонопольной политике.

Чрезвычайно важное направление антимонопольной политики - цены. Обеспечивавший длительное время мо­нопольно высокие прибыли механизм монопольных цен, ма­неврировавший монопольно высокими и монопольно низ­кими ценами, корректируется антимонопольным законода­тельством.

С помощью антимонопольного законодательства правительства многих стран проводят активную "антидемпинго­вую" политику, направленную против устранения круп­ным бизнесом более слабых соперников, запрещая сниже­ние цен реализации товаров ниже издержек их производ­ства, тем самым стимулируют жизнедеятельность более слабых конкурирующих структур.

* 1. Методы и тенденции антимонопольной политики

В целях развития конкуренции используются различ­ные подходы и методы ценообразования. Главное – не дать возможности задушить конкурентов, воспрепятствовать исключения их из производственного процесса.

По отношению к крупным монополистическим структу­рам проводится довольно жесткая политика контроля над ценами, не позволяющая утаивать прибыли от налогообло­жения.

Очень жесткий порядок ценообразования в области естественных монополий. Достаточно широкое распрост­ранение в современной западной экономике получили сле­дующие три, во многом не либеральные метода ценообра­зования в этой сфере:

1. метод предельных издержек - отражает необхо­димость установления монопольных цен на уровне предель­ных издержек. С одной стороны, это важный антизатратный фактор, с другой - такая ориентация очень часто ве­дет к убыткам, необходимости субсидирования монополий за государственный счет;
2. метод средних издержек предполагает, что вся прибыль монополиста, за исключением "нормальной", изы­мается государством. Как и первый, этот метод отвечает интересам государства, общества, вместе с тем достаточно часто не отвечает корпоративным интересам, не создает заинтересованности в минимизации издержек;
3. метод установления потолка цен - важен с позиций национальных интересов, вместе с тем не стимули­рует развитие производства, обычно приводит к дефициту продукции.

С учетом особенностей страны и требуемых объемов продукции государства выбирают наиболее предпочтитель­ные, отвечающие специфике страны методы ценообразо­вания (рис.2).

Методы ценообразования

Метод средних издержек

Метод установления потолка цен

Метод предельных издержек

Рисунок 2 – Методы ценообразования

Представленные механизмы позитивно характеризуют государственную политику цен в области естественных мо­нополий, как отвечающую интересам общества, национальной экономики. Если монополистические структуры не по­лучат достаточной прибыли, возможно, как отмечалось, их субсидирование за государственный счет.

Современные подходы к установлению эффективного "уровня" цен в области естественных монополий в нашей стране, представляется, также требуют ориентации на сни­жение затрат. Это явится основой и для соответствую­щей, отвечающей интересам национальной экономики по­литики, проводимой на следующем этапе: "снижение зат­рат" - "снижение цен". Такая диалектика и такой прин­цип - необходимая основа перехода от "затратной" к "антизатратной" экономике.

Современная практи­ка и современное антимонопольное законодательство не ис­ключают развития крупного производства, основанного на достижениях научно-технического прогресса, которое не под силу мелкому, а иногда и крупному бизнесу, в осо­бых случаях требует государственного участия.

Вместе с тем прослеживается тенденция к развитию конкуренции на разных уровнях товарных рынков:

1. среди немонополизированных предприятий;
2. внутри монополий - между входящими в них пред­приятиями;
3. между монополиями.

Тенденции конкуренции и монополии на современном этапе:

1. проявляется необходимость в круп­ных монополистических образованиях, поскольку целый ряд процессов, связанных, например, с развитием научно-тех­нического прогресса и др., требуют мощи национальных го­сударств;
2. усиливается значимость и позитивные проявления внутримонополистической конкуренции;
3. незначительна роль в конкуренции мелких, разроз­ненных самостоятельных собственников, которым не под силу использование достижений научно-технической рево­люции и которые по отношению к крупному капиталу вы­полняют в основном вспомогательную роль.

Наряду с ориентацией на национальные механизмы в условиях интернационализации экономики проявилась не­обходимость формирования подходов, сориентированных на новый уровень отношений, в том числе межнационального законодательства по антимонопольной политике, посколь­ку интернационализация экономических связей и производ­ства требует правового урегулирования.

Таким образом, особенности современного развития, с одной стороны, вносят коррективы, с другой - упорядочи­вают механизмы совершенной и несовершенной конкуренции, как в отдельных странах, так и в глобальной экономике. Очевидна необходимость учета их при формировании ры­ночных механизмов и развитии рыночной экономики в конк­ретных странах, на разных уровнях

2 Демонополизация в условиях рыночной экономики

Во многих странах антимонопольное законодательство дополняется более широкой системой правового регулиро­вания рыночной экономики, направленного на разработку и реализацию механизмов деятельности хозяйствующих структур в интересах не только бизнеса, но и общества в целом. При этом разрабатываются и законодательно зак­репляются требования к качеству продукции, проверяется его соответствие установленным параметрам, определяются социально-этические подходы к рекламе и другим направ­лениям деятельности.

Все это является основой для формирования "органи­зованного", "регулируемого" рынка.

Основными "регулирующими" и "контролирующими» рыночный механизм структурами выступают:

1. правовая система;
2. учреждения по санитарному, экологическому и эпидемиологическому контролю;
3. налоговая система;
4. органы финансовой, денежно-кредитной политики.

Таким образом, государство и право устанавливают на рынке правила игры. Про­водимая ими деятельность "'направляет" и "организует" рыночную систему. Такой акцент очень важен, поскольку ориентирует на структуры и механизмы, обеспечиваю­щие в национальной экономике развитие то ли стихийного, то ли регулируемого рынка.

Некоторые исследователи связывают организованный рынок с деятельностью монополий, которые реализуют ос­новную массу товаров или производят значительную часть продукции по предварительным заказам. Видимо, это со­ответствует действительности и не вызывает спора. Круп­ные монополии не производят продукт на неизвестный ры­нок. Вместе с тем представляется важным подчеркнуть спо­собность монополии определенным образом "организовать" рынок только конкретных продуктов. Между тем она не может, не в состоянии "организовать" национальный рынок Ее деятельность, напротив, может способствовать обостре­нию противоречий между отдельными "организованными мо­нополией" и "не организованными ею" рынками.

В условиях антимонопольного законодательства монополия сама не свободна от государственного регулирования, не может независимо от него устанавливать "правила игры". Следовательно, "организованный" в рамках национальной экономики рынок является продуктом государственного регулирования, проводимой правительством экономической политики, а не результатом деятельности отдельных, даже очень крупных хозяйствующих структур.

Вместе с тем характеризуемые подходы, определяю­щие важную роль госрегулирования в становлении "орга­низованного" рынка, ни в коем случае не посягают на базо­вые основы рыночной экономики - инициативную деятель­ность предпринимательских структур.

Регулирующая роль государства должна состоять в том, чтобы, исходя из экономической необходимости и экономи­ческой целесообразности, определить наиболее предпочтительные для национальной экономики направления деятельности, размеры и организационные формы предпринимательских структур, эффективные в конкретных условиях, механизмы финансовой, денежно-кредитной, ценовой политики, закрепить их в правовых и иных актах. Их реализация в условиях предпринимательской свободы и будет формой государственного регулирования и контроля в национальной экономике, сориентированной на сочетание различных форм госрегулирования с предпринимательской инициативой.

Предлагаемые "механизмы" не предполагают жёстко централизованного управления из единого народно­хозяйственного центра товарными потоками, это доста­точно мобильные методы регулирования, сочетающие пре­имущества рыночного и государственного механизмов.

В настоящее время во многих странах сформировалась особая "рыночная инфраструктура", которая непосред­ственно занимается проблемами взаимоотношений контр­агентов рынка. К ней относятся: ассоциации, союзы потре­бителей, профсоюзы, торговые предприятия, товарные и фондовые биржи, банки и т.д., имеющие в различных стра­нах специфические формы.

Они определяют и контролируют поведение участников рынка, эффективность работы рыночных механизмов.

Итак, в современных экономических системах, основан­ных на сочетании крупного, среднего и малого бизнеса, с одной стороны, усиливаются горизонтальные связи меж­ду рыночными структурами. Значительную часть продук­ции крупные и средние предприниматели производят по заказам в соответствии с договорами, контрактами, что ис­ключает в значительной мере производство продукции на неизвестного потребителя. На неизвестного потребителя производят лишь весьма небольшую часть продукции, как правило, мелкие производители.

С другой стороны, наряду с горизонтальными весьма активно развиваются вертикальные связи внутри хозяйствующих субъектов, а также связи, идущие от государ­ства к хозяйствующим субъектам и в необходимых преде­лах регулирующие их поведение.

Таким образом, в условиях достаточно развитых эко­номических и правовых систем сочетаются "организован­ные" и конкурирующие структуры, взаимодействуют ме­ханизмы монополии и конкуренции.

В настоящее время в западных странах практически отсутствует свободный, никем не регулируемый ры­нок. Имеет место регулируемый рынок.

3 Демонополизация российской экономики

3.1 Приоритетные задачи антимонопольной политики

Последовательное проведение государством антимонопольной поли­тики - важное условие формирования и функционирования рынка, а практика применения антимонопольного законодательства имеет боль­шое значение для современной России. В качестве приоритетных задач антимонопольной политики на 2004-2008 гг. выделяются:

1. антимонопольное сопровождение реформ естественных монопо­лий, жилищно-коммунального хозяйства и инфраструктурных от­раслей;
2. модернизация законодательств о защите и развитии конкуренции, о естественных монополиях и о рекламе;
3. контроль за концентрацией прав собственности на ограниченные природные ресурсы и предотвращение негативных последствий такой концентрации для конкуренции на товарных рынках;
4. содействие повышению прозрачности российской экономики, выявление реальных собственников и групп лиц, контролиру­ющих компании, имеющие рыночную и монопольную власть;
5. защита и развитие конкуренции на строительном рынке, на рынке услуг по инженерной подготовке земельных участков под застройку;
6. расширение инструментария политики защиты и развития конкуренции на товарных и финансовых рынках;
7. интегрирование российского антимонопольного законодатель­ства в европейское;
8. разработка механизмов активного адвокатирования конкурентной политики в России;
9. усиление превентивных функций Федеральной антимонопольной службы, повышение ее прогнозных и аналитических возможно­стей.

Экономическая результативность отдельных отраслей или рынков за­висит от поведения продавцов и покупателей при проведении ценовой политики, товарной и продуктовой стратегии, политики коммуникаций и рекламы, от инвестиций в новое производство, вертикальной и гори­зонтальной интеграции, тактики решения юридических вопросов, ин­тенсивности действия конкурентных сил, прибыльности отрасли. В свя­зи с этим глобальная цель государственной антимонопольной политики за­ключается в создании для равной, добросовестной конкуренции среды, способствующей эффективному размещению ресурсов и устойчивому экономическому развитию.

3.2 Антимонопольное законодательство РФ

Институциональная среда, определяющая условия конкуренции на российских товарных рынках и рынках финансовых услуг и обеспечива­ющая реализацию основных направлений антимонопольной политики, состоит из набора законодательных актов, определяющих правила взаи­модействия субъектов рынка, а также из механизмов, обеспечивающих соблюдение установленных в законодательных актах правил.

То, в какой мере государству удается обеспечить соблюдение установ­ленных правил, определяет процесс становления конкурентных отноше­ний и качественные характеристики конкуренции на товарных и финан­совых рынках. Антимонопольное законодательство действует на всей территории России для большей части рынков товаров и услуг и имеет структуру, показанную на рис. 3.

Становление антимонопольной политики происходило одновременно с либерализацией экономики, приватизацией, формированием рыночных отношений. История антимонопольного регулирования началась 22 мар­та 1991 г., после принятия Закона РСФСР № 948- I «О конкуренции и огра­ничении монополистической деятельности на товарных рынках», в кото­ром в наиболее концентрированном виде были определены основные задачи государственной конкурентной политики: содействие формирова­нию рыночных отношений на основе развития конкуренции и предпри­нимательства; предупреждение, ограничение и пресечение монополисти­ческой деятельности и недобросовестной конкуренции; государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства

Антимонопольное законодательство РФ

Федеральный закон № 88-Ф3 «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации»

Федеральный закон № 38-Ф3 «О рекламе»

Федеральный закон № 147-Ф3 «О естественных монополиях» и № 36-Ф3 «Об особенностях функционирования электроэнергетики в переходный период»

Закон РФ от 20.02.1992 № 2383-I «О товарных биржах и биржевой торговле»

Федеральный закон № 94-Ф3 «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»

Федеральный закон № 135-Ф3 «О защите прав конкуренции»

Рисунок 3 – Антимонопольное законодательство РФ

Становление антимонопольной политики происходило одновременно с либерализацией экономики, приватизацией, формированием рыночных отношений. История антимонопольного регулирования началась 22 мар­та 1991 г., после принятия Закона РСФСР № 948- I «О конкуренции и огра­ничении монополистической деятельности на товарных рынках», в кото­ром в наиболее концентрированном виде были определены основные задачи государственной конкурентной политики: содействие формирова­нию рыночных отношений на основе развития конкуренции и предпри­нимательства; предупреждение, ограничение и пресечение монополисти­ческой деятельности и недобросовестной конкуренции; государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства.

При разработке данного Закона учитывался не только зарубежный опыт антимонопольного регулирования и развития конкуренции, но и особенности правовой системы, а также переходного состояния эко­номики Российской Федерации. При разработке методов борьбы с мо­нополизмом учитывались особая форма высокомонополизированной экономики России и основополагающая концепция запрета не самого монопольного положения, а злоупотребления доминирующим положе­нием на рынке.

Применение Закона на практике показало его неполную приспособ­ленность к реальным процессам, происходящим в экономике России переходного периода и составляющим основной предмет антимонополь­ного регулирования. Именно поэтому за период действия Закон подвер­гался редактированию восемь раз, при этом прежняя концепция остава­лась неизменной, хотя изменениям и дополнениям в большей или меньшей степени подверглись все его статьи.

Принятие Конституции РФ, гарантирующей единство экономиче­ского пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержку конкуренции, свободу экономической деятельности, а также нового Гражданского кодекса РФ и Кодекса РФ об администра­тивных правонарушениях обусловило необходимость внесения изменений и дополнений в Закон «О защите конкуренции».

Одним из инструментов проведения государственной антимонополь­ной политики, направленной на регулирование процессов экономиче­ской концентрации на товарных рынках и деятельности крупных пред­приятий, владеющих влиятельными сегментами рынка, служит ведение Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке определенного то­вара долю более 35% (далее - Реестр).

Целевое назначение Реестра - подготовка информационной базы о крупнейших субъектах отдельного товарного рынка для осуществле­ния государственного контроля за соблюдением ими антимонопольного законодательства при осуществлении институциональных преобразова­ний в экономике.

За период проведения антимонопольной политики в России существо­вали две разные концепции формирования и ведения Реестра, менявшие свое экономическое и правовое предназначение в зависимости от эко­номических условий.

Государственный Реестр РФ объединений и предприятий-монополи­стов, как инструмент предупреждения и пресечения монополистической деятельности с 1992 до 1995 г, носил жестко при­нудительный характер, формировался на основе приказа ГКАП России и основывался на одновременном наличии двух признаков - доминиру­ющего положения на товарном рынке и факта злоупотребления этим положением. Под государственным регулированием в 1993 г. находилось около 5-6% выпускаемой продукции на федеральном уровне и около 15­-20% - на региональном (рис.4).

Рисунок 4 - Процент регулирования выпускаемой продукции

По мере либерализации внешней торговли при разработке Реестра по­требовалась совершенно новая парадигма его формирования: из инстру­мента, предназначенного для выполнения функции административного, ценового и количественного регулирования, он превратился в перечень крупных хозяйственных субъектов, имеющих значительную долю рынка. Методология функционирования Реестра претерпела кардинальные изме­нения: функция административного контроля сменилась наблюдением за деятельностью субъектов, имеющих существенную долю рынка.

Новая редакция Закона «О конкуренции...» (1995) предложила иной подход к формированию Реестра. Изменение названия этого докумен­та на название «Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рын­ке определенного товара более 35 процентов» указывает на его информа­ционно-справочное назначение. Правовые последствия для включенных в Реестр предприятий определены только при государственном контро­ле за созданием и реорганизацией коммерческих предприятий и приоб­ретением акций в уставном капитале. Соответственно изменилось не толь­ко название, но и форма легитимности Реестра.

Практическая работа по формированию Реестра показала, что с 1997 г. количество включенных в него предприятий увеличилось почти в 1,5 раза, при этом в федеральном разделе наблюдалось как временное увеличение количества субъектов, так и его снижение. По состоянию на 1 ноября 2007 г. в Реестр включено около 7 тыс. хозяйствующих субъектов и около 300 - в федеральный раздел.

В конце 2002 г. была предложена новая редакция Закона «О конку­ренции...», включающая изменения и дополнения действующих поло­жений антимонопольного законодательства.

К 2005 г. стало очевидно, что положения действующего Закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынкам не в должной мере стали отвечать экономическим и правовым реалиям России и современным международным правовым нормам кон­курентного законодательства. В течение двух лет осуществлялась разра­ботка принципиально нового Закона «О защите конкуренции», который был принят в июле 2006 г.

Новый Закон «О защите конкуренции» разработан в целях совершен­ствования законодательства о конкуренции, в том числе путем создания единых правовых основ для развития и защиты конкуренции на товар­ных и финансовых рынках. Претерпела изменения и структура Закона. Особенностью является включение непосредственно в его фабулу порядка рассмотрения антимонопольным органом ходатайств и уведомлений. Появились два новых раздела, включающих антимонопольные требова­ния к торгам и организации государственной и муниципальной помощи.

Кроме того, правила рассмотрения дел также установлены непосредствен­но в законе.

Одной из основных задач при формировании данного Закона стало закрепление в нем комплекса норм, направленных на эффективную реа­лизацию права физических и юридических лиц на получение товаров и услуг по справедливой рыночной цене и права хозяйствующих субъектов на ведение своей деятельности в условиях, стремящихся к справедливой конкуренции.

Закон «О защите конкуренции» предусматривает изменение подхода к ключевым понятиям конкурентного законодательства. Уточняется понятие товара, товарного рынка, группы лиц, критерии отнесения хо­зяйствующих субъектов к определенной группе. Включаются определе­ния таких категорий, как координация деятельности хозяйствующих субъектов третьим лицом, наносящая ущерб конкуренции, а также по­нятие согласованных действий.

В законе существенно модифицировано понятие доминирующего положения хозяйствующего субъекта:

1. Снижено пороговое значение доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке с 65 до 50%, начиная с которого положение та­кого хозяйствующего субъекта на товарном рынке признается до­минирующим (если такой хозяйствующий субъект не докажет об­ратное).
2. Введено понятие коллективного (множественного) доминирования.
3. Предусмотрена возможность установления федеральными зако­нами доминирования компании с долей менее 35%.
4. Введен особый порядок установления антимонопольным органом доминирующего положения финансовой организации

В отношении злоупотребления доминирующим положением, согла­шениями и согласованными действиями, ограничивающими конкурен­цию, установлен перечень допустимости нарушений, т.е. тех, в отношении которых не требуется доказательства их негативного влия­ния на конкуренцию. Искомые критерии допустимости распространя­ются на соглашения, согласованные действия, сделки, злоупотребление доминирующим положением и предполагают выполнение следующих условий:

1. отдельные лица не получают возможности полностью устранить конкуренцию;
2. они не налагают на участников ограничений, избыточных для до­стижения целей соглашений, согласованных действий, сделок, злоупотребления доминирующим положением;
3. способствуют совершенствованию производства, реализации то­варов или стимулированию технического, экономического про­гресса либо повышению конкурентоспособности товаров россий­ского производства на мировом рынке;
4. предполагают получение потребителями преимуществ (выгод), соразмерных преимуществам (выгодам), которые получают уча­стники соглашений, согласованных действий, сделок, злоупот­ребления доминирующим положением.

Одной из существенных новелл закона является введение четких и ясных критериев, на основании которых соглашения и согласованные действия, хотя и приводящие к ограничению конкуренции, но имеющие безусловный общий положительный эффект и не приводящие к недопу­щению и устранению конкуренции, могут быть признаны допустимыми антимонопольным органом.

Особое внимание уделено антимонопольным требованиям к торгам и особенностям отбора финансовых организаций. В решении этих задач антимонопольные органы имеют незначительную по времени практику правоприменения - четыре года. В то же время контроль за проведени­ем конкурсных процедур в рамках осуществления государственных и муниципальных закупок в настоящее время также возложен на антимо­нопольный орган.

Избирательное предоставление льгот и преимуществ отдельным хо­зяйствующим субъектам органами государственной власти и местного самоуправления является одной из основных угроз конкуренции. Запре­ты на ограничивающие конкуренцию акты и действия органов власти и органов местного самоуправления распространены также на акты и дей­ствия государственных внебюджетных фондов. Закон содержит принци­пиально новый подход к контролю предоставления органами государствен­ной власти и местного самоуправления льгот и преимуществ отдельным хозяйствующим субъектам. В него включено понятие государственной помощи, которое устраняет существовавшую ранее неопределенность в подходе к определению понятий ограничивающей конкуренцию государ­ственной помощи и мер государственной поддержки.

Серьезной проблемой является эффективность государственного кон­троля экономической концентрации на товарных и финансовых рынках. В качестве критериев контроля экономической концентрации закон вво­дит новые пороговые значения оборотных показателей хозяйствующих субъектов - участников сделки, подлежащей контролю. В целях повы­шения действенности антимонопольного контроля в законе конкрети­зированы нормы, определяющие обязанность хозяйствующего субъекта раскрывать (декларировать) определенную законом информацию, в том числе о реальных выгодоприобретателях (бенефициариях) и об участву­ющих в сделках оффшорных компаниях.

Действующий в настоящее время подход к определению размера от­ветственности за нарушение антимонопольного законодательства не обеспечивает соблюдения законности в этой сфере. Следовательно, неотъемлемой частью реформирования антимонопольного законодатель­ства должно стать принципиальное изменение подхода к определению размера штрафа за нарушение в данной сфере и порядка его исчисления. Новый порядок должен исходить из концепции определения размера ответственности за нарушение антимонопольного законодательства в за­висимости от состава правонарушения, нанесенного ущерба и размера оборота компании, нарушившей антимонопольные требования или не исполнившей решения и предписания антимонопольных органов.

Политика антимонопольного регулирования России осуществлялась не только за счет совершенствования базового Закона, применяемого для товарных рынков, но и других законодательных актов, достаточно само­стоятельных по своей сущности.

Важное место в антимонопольной практике занимает контроль за дея­тельностью субъектов естественных монополий. Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ «О естественных монополиях» распространялся только на деятельность субъектов естественных монополий, регулиру­емых федеральным законодательством

Круг естественных монополий составляют исключительно отдельные сферы инфраструктурных отраслей. Важно отметить, что в Закон «О за­щите конкуренции» включен ряд положений, непосредственно регули­рующих поведение субъектов естественных монополий.

По мере развития конкуренции на отдельных рынках все большую роль начинала играть реклама. Специфика рекламной деятельности, выража­ющаяся в обслуживании коммерческого оборота, с целью стимулирования сбыта товаров, уже в начале 1990-х гг. показала чрезмерную обобщенность и явную недостаточность норм, направленных против недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращения и пресечения ненад­лежащей рекламы, способной ввести потребителей в заблуждение или нанести им вред. В 1995 г. был принят Федеральный закон от 18.03.1995 № 108-ФЗ «О рекламе», входящий в состав антимонопольного законода­тельства и устанавливающий правила поведения фирм на рынке реклам­ной продукции.

Одиннадцатилетняя практика действия данного закона продемонст­рировала как сильные, так и слабые стороны его применения при ста­новлении и функционировании цивилизованного рынка рекламы в Рос­сии. Однако маркетинговые стратегии компаний, направленные на активизацию продаж и продвижение товаров на рынках, все активнее включают в свою практику новые технологии и инструменты, не подпа­дающие под действие регулятивных механизмов существующего рек­ламного законодательства. Общественное мнение стало настойчиво вы­ступать за ужесточение государственного регулирования рекламной деятельности, что оказало существенное влияние на разработку и при­нятие нового Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Федеральный закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», разработанный МАП России, вступил в силу только 1 января 2000 г. Просуществовав на рынке почти шесть лет, Закон существенно повлиял на деятельность финансовых организаций наравне с Центральным бан­ком России, ФКЦБ России, Минфином России. Вместе с тем ряд поло­жений этого Закона практически полностью дублировали действующий Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельнос­ти на товарных рынках», не совершенствуя, а наоборот, усложняя прак­тику его правоприменения. В связи с этим было принято концептуаль­ное решение о создании единых правовых основ для развития и защиты конкуренции как на товарных, так и финансовых рынках. С 26 октября2006 г. Федеральный закон «О защите конкуренции на рынке финансо­вых услуг» признается утратившим свою силу.

В заключение необходимо отметить, что за последние годы в основном сформированы направления конкурентной политики и система антимо­нопольного законодательства, охватывающего практически все сферы эко­номической деятельности, создан профессиональный антимонопольный орган (Федеральная антимонопольная служба России и ее территориаль­ные управления), который может осуществлять новый комплексный под­ход к реализации антимонопольной и конкурентной политики. Эволю­ция системы антимонопольного законодательства в России доказывает, что антимонопольная политика представляет собой не разовые мероприятия, а постоянно действующие и гибко меняющиеся в зависимости от эконо­мической обстановки меры, осуществляемые государством в области регулирования экономики. Речь идет не о непосредственном вмешательстве государственных органов в экономику предприятий, а о корректировке государством отклонений в саморегулирующихся процессах развития с помощью экономических методов и юридических норм.

Заключение

Итак, подводя итоги, можно сказать, что антимонопольная политика развита ещё не достаточно хорошо, но имеются все тенденции к дальнейшему совершенствованию этой сферы. Причём, я уверена, что антимонопольная политика будет плодотворно развиваться как в отношении монополий закрытого и открытого типа, так и в отношении естественных монополий, что, пожалуй, на данный момент наиболее важно для российской экономики.

В процессе данной работы мне удалось определить то, что:

1. Главной целью всякой антимонопольной политики является пресечение монополистических злоупотреблений;
2. Основной путь борьбы с негативными сторонами естественных монополий состоит в государственном контроле над ценообразованием на естественно-монопольные товары и/или за объемом их производства;
3. В случае искусственного монополизма основным направлением регулирования является противодействие формированию таких монополий, а порой и разрушение уже сложившихся;
4. Основанием для приведения в действие антимонопольной политики является наличие любого из двух основных признаков монополизации рынка, а именно: либо концентрации очень большой доли рынка в руках одной фирмы, либо переплетения ведущей фирмы с конкурентами;
5. Можно выделить три принципиальных возможности понижения степени монополизации в России: прямое разделение монопольных структур; иностранная конкуренция; создание новых предприятий.
6. Главным органом, осуществляющим антимонопольную политику в России, является Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства
7. Основными законами, регулирующими монополии, являются закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и закон «О естественных монополиях».

Есть еще одна проблема, заключающаяся в том, что десятилетиями складывающаяся отраслевая монополия не может быть быстро заменена свободным и самоорганизующимся рынком, ведь утверждение конкурентных отношений — не единовременная моментальная акция, а процесс длительный, сложный, а для немалого же числа предприятий — губительный. Выжить смогут лишь те предприятия, которые обеспечат более высокое качество товара, относительно более низкие цены и быструю сменяемость ассортимента.

Разумное, чёткое и уверенное реформирование антимонопольной политики способно помочь экономике совершенствоваться и улучшаться, в значительной мере используя опыт развитых капиталистических государств. А если будет развиваться экономика, то и жизнь населения, в общем, непременно будет становиться лучше.

Список использованной литературы

1. Океанова З. К. Экономическая теория: Учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и КО», 2003
2. Князева И. В. Антимонопольная политика в России: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Нац. Экономика». - М.: Издательство «Омега – Л», 2007
3. Борисов Е. Ф. Экономическая теория: Учебник. – М.: Юристъ, 1997
4. Гальперин В. М., Игнатьев С.М., Моргунов В. И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1998. Т. 2.
5. Современная экономика. Лекционный курс. Многоуровневое учебное пособие / Под ред. д. э. н. О. Ю. Мамедова – Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2001
6. Сидоров А. Ф. Основы экономической теории. Учебное пособие. – К.: Тип. КубГАУ, 1999