

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА КОНКУРЕНЦИИ

Методическая разработка:
к.э.н., доцент Грозова О.С.,
к.э.н., доцент Руденко С.А.

Одним из важнейших факторов эффективности рыночной экономики является **конкуренция**, которая в современной экономической науке определяется как состязательность организаций.

Стремление не отстать, обойти конкурента создает мощный стимул экономического прогресса, что ведет к снижению издержек производства, стремлению предложить потребителям новые продукты по более низким ценам. Постоянная угроза выбытия из гонки за экономическое благополучие действует на предпринимателей весьма эффективно.

Постоянное изменение позиции фирмы в отрасли есть проявление конкурентной борьбы.

Значительные изменения в конкурентной борьбе влекут за собой изменения структуры отрасли и изменения позиций фирмы в самой отрасли. М. Портер сформулировал суть конкуренции как пять сил, которые определяют конкуренцию:

- угроза появления новых конкурентов;
- угроза появления товаров-заменителей;
- способность поставщиков торговаться;
- способность покупателей торговаться;
- соперничество между имеющимися конкурентами.

Пять сил конкуренции оказывают решающее влияние на три фактора прибыльности фирмы:

- цены;
- расходы;
- инвестиции.

Фирма может иметь две формы конкурентного преимущества:

- сокращение издержек (разработка, производство и продажа аналогичных товаров с меньшими издержками и соответственно с большей прибылью);
- дифференциация товаров (предложение покупателю уникальной продукции, продукции, обладающей особыми свойствами, послепродажного сопровождения по значительно более высоким ценам, что опять дает большую по сравнению с конкурентами прибыль).

Конкуренция лишает участников рынка власти над ценой, и чем больше будет на рынке продавцов, тем сложнее им вступить в ценовой сговор. Противоположностью конкуренции является **монополизм** — такая рыночная ситуация, когда одна или несколько организаций производят и продают подавляющую массу товара на соответствующем рынке. ***Монополизм проявляется в трех формах:***

- контроль за ценами;
- контроль за объемом производства товара;
- контроль за продажами товара.

На практике существует несколько рыночных структур, характеризующиеся разным взаимодействием между производителями и потребителями, степенью власти над ценами, объемами производства, контролем над продажами.

Характеристика структуры

Модель рынка	Число фирм	Характер продукции	Условия вступления в отрасль	Контроль над ценой	Доступ к информации
Совершенная конкуренция	Очень большое число	Однородная	Очень легкие	Отсутствует	Равный
Монополистическая конкуренция	Много	Разнородная	Сравнительно легкие	Ограниченны й	Некоторые ограничения
Олигополия	Несколько	Однородная или разнородная	Возможны препятствия	Ограниченны й взаимной зависимо стью	Ограниченный
Монополия	Одна	Уникальная	Блокировано	Полный	Отсутствует

Совершенная конкуренция — это рыночная структура, для которой характерны:

- множество организаций, производящих однородную продукцию,
- множество покупателей,
- свобода входа и выхода из рынка,
- доступность информации о состоянии дел с продажей товаров для всех субъектов рынка.

Ценообразование на товар складывается на основе спроса и предложения, механизм продаж достаточно прост и не вызывает противодействия. Повышение цены на товар одним производителем приводит к резкому снижению спроса у этого субъекта рынка.

Монополистическая конкуренция — это рыночная структура, занимающая промежуточное положение между совершенной конкуренцией и чистой монополией, содержащая элементы конкуренции и монопольной власти.

- на рынке действует множество организаций, выпускающих похожую, но не идентичную продукцию, поэтому организация монополизирует не весь рынок, а его часть и имеет ограниченный контроль над рыночной ценой;
- имеются ограничения в получении информации;
- вход на рынок достаточно свободный.

Наличие довольно большого числа субъектов рынка не позволяет им достичь договоренности в области объема производимой продукции и политики цен. Реакцию конкурентов в этих условиях можно не учитывать, так как их много и действия каждой отдельной фирмы не могут быть значительными.

Независимость каждой организации определяется также дифференциацией продукта, поскольку они изготавливают не аналоги, а разновидности продукта, различающиеся качеством, объемом услуг при продаже товаров.

Олигополия характерна для рынка, на котором действует небольшое число фирм, производящих однородную или разнородную продукцию. Вхождение на рынок затруднено, есть ограничения в областях получения информации и в ценообразовании.

- Число организаций в отрасли мало, и каждая из них при формировании своей ценовой политики должна учитывать реакцию конкурентов из-за высокой степени концентрации продаж.
- Для олигополии характерен эффект масштаба, который достигается за счет слияния нескольких конкурирующих организаций в одну более мощную с целью увеличения рыночной доли продукта, достижения большего эффекта масштаба, проведения собственной ценовой политики, усиления власти на рынке.

Чистая монополия — это рыночная структура, где:

- одна организация производит товар, заменители которого отсутствуют;
- входение на рынок заблокировано,
- ценообразование полностью контролируется монополией.

Существование чистой монополии во многом предопределено наличием **барьеров** для вступления в отрасль.

Существуют отрасли, являющиеся естественными монополиями, — электроснабжение, железнодорожный транспорт, газоснабжение.

Существующие барьеры можно обойти путем разработки нового товара, который отличался бы от уже существующего. Периодически возникают ситуации, когда монополии становятся тормозом развития экономики, и тогда в силу вступает **антимонопольное законодательство**.

Усиление роли монополий приводит к потерям в экономике в целом для общества, что проявляется в следующих процессах:

- рост цен;
- ограничение роста выпуска продукции;
- ограничение внедрения достижений НТП в производство.

Для недопущения таких негативных процессов государственное **антимонопольное регулирование** осуществляется в двух направлениях:

- формирование **антимонопольного законодательства**;
- создание системы **антимонопольных органов**, призванных осуществлять регулирование и контроль монополистической деятельности.

В настоящее время антимонопольное законодательство основывается на Конституции РФ, Гражданском кодексе и состоит из Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ **«О защите конкуренции»**, иных федеральных законов, регулирующих отношения в сфере защиты конкуренции.

Закон «О защите конкуренции» определяет организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения:

- монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции,
- недопущения, ограничения, устранения конкуренции органами власти (в т. ч. органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации).

Целями ФЗ «О защите конкуренции» являются:

- обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации,
- защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков.

В Законе **конкуренция** определяется как соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Законом «О защите конкуренции» установлены следующие основные понятия:

- **дискриминационные условия** - условия доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара, при которых хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами;

Законом «О защите конкуренции» установлены следующие основные понятия:

- **дискриминационные условия** - условия доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара, при которых хозяйствующий субъект поставлен в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом;
- **недобросовестная конкуренция** - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам либо могут нанести вред их деловой репутации:

Формы проявления недобросовестной конкуренции:

- распространение ложных, неточных или искаженных сведений, способных причинить убытки другому хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации;
- введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества и количества товара или его изготовителей;
- некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами других хозяйствующих субъектов;

- продажа, обмен или иное введение в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполнения работ, услуг;
- получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную тайну и охраняемую законом тайну.

- **МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ** - злоупотребление хозяйствующим субъектом, группой лиц своим доминирующим положением, соглашения или согласованные действия, запрещенные антимонопольным законодательством, а также иные действия (бездействие), признанные в соответствии с федеральными законами монополистической деятельностью;
- **систематическое осуществление монополистической деятельности** - осуществление хозяйствующим субъектом монополистической деятельности, выявленное более двух раз в течение трех лет.

Доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту или таким хозяйствующим субъектам возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на рынке, или устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, или затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации):

1) доля которого на рынке определенного товара превышает 50 %, если только не будет установлено, что, несмотря на превышение указанной величины, положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке не является доминирующим;

- 2) доля которого на рынке определенного товара составляет менее чем 50 %, если доминирующее положение такого хозяйствующего субъекта установлено антимонопольным органом исходя из неизменной или подверженной малозначительным изменениям доли данного хозяйствующего субъекта на товарном рынке, относительного размера долей конкурентов на этом товарном рынке, возможности доступа на этот товарный рынок новых конкурентов либо исходя из иных критериев, характеризующих товарный рынок.

Не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара не превышает 35 %, за исключением отдельных случаев.

Проявления злоупотреблений доминирующим положением на рынке, которые запрещаются и должны пресекаться:

- изъятие товаров из обращения, целью или результатом которого является создание или поддержание дефицита на рынке либо повышение цен;
- навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (необоснованные требования передачи финансовых средств, иного имущества контрагента, согласие заключить договор лишь при условии внесения в него положений о товарах, в которых контрагент не заинтересован, и др.);

- создание дискриминационных условий;
- создание препятствий доступу на рынок (выходу с рынка) другим хозяйствующим субъектам;
- нарушение установленного нормативными актами порядка ценообразования;
- установление, поддержание монопольно высоких (низких) цен;
- сокращение или прекращение производства товаров, на которые имеются спрос или заказы потребителей, при наличии безубыточной возможности их производства;
- необоснованный отказ от заключения договора с отдельными покупателями (заказчиками) при наличии возможности производства или поставки соответствующего товара.

Монопольно высокой ценой товара является цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, если эта цена превышает:

- 1) сумму необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли
- 2) цену, которая сформировалась в условиях конкуренции на товарном рынке, сопоставимом по составу покупателей или продавцов товара, условиям обращения товара, условиям доступа на товарный рынок, государственному регулированию, включая налогообложение и таможенно-тарифное регулирование (сопоставимом товарном рынке).

В том числе монопольно высокая цена – цена, установленная:

1) путем повышения ранее установленной цены товара, если при этом выполняются в совокупности следующие условия:

- а) расходы, необходимые для производства и реализации товара, остались неизменными или их изменение не соответствует изменению цены товара;
- б) состав продавцов или покупателей товара остался неизменным либо изменение состава продавцов или покупателей товара является незначительным;
- в) условия обращения товара на товарном рынке, в том числе обусловленные мерами государственного регулирования, включая налогообложение, тарифное регулирование, остались неизменными или их изменение несоразмерно изменению цены товара;

2) путем поддержания или неснижения ранее установленной цены товара, если при этом выполняются в совокупности следующие условия:

- а) расходы, необходимые для производства и реализации товара, существенно снизились;
- б) состав продавцов или покупателей товара обуславливает возможность изменения цены товара в сторону уменьшения;
- в) условия обращения товара на товарном рынке, в том числе обусловленные мерами государственного регулирования, включая налогообложение, тарифное регулирование, обеспечивают возможность изменения цены товара в сторону уменьшения.

Не признается монопольно высокой цена товара, являющегося результатом инновационной деятельности, то есть деятельности, приводящей к созданию нового невзаимозаменяемого товара или нового взаимозаменяемого товара при снижении расходов на его производство и (или) улучшение его качества.

Цена товара не признается монопольно высокой, если она установлена субъектом естественной монополии в пределах тарифа на такой товар, определенного в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Цена товара не признается монопольно высокой в случае непревышения цены, которая сформировалась в условиях конкуренции на сопоставимом товарном рынке, а также в ряде других случаев.

Монопольно низкой ценой товара является цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, если эта цена:

- ниже суммы необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли
- и ниже цены, которая сформировалась в условиях конкуренции на сопоставимом товарном рынке, в том числе установленная:

1) путем снижения ранее установленной цены товара, если при этом выполняются в совокупности следующие условия:

- а) расходы, необходимые для производства и реализации товара, остались неизменными или их изменение не соответствует изменению цены товара;
- б) состав продавцов или покупателей товара остался неизменным либо изменение состава продавцов или покупателей товара является незначительным;
- в) условия обращения товара на товарном рынке, в том числе обусловленные мерами государственного регулирования (налогообложение, тарифное регулирование), остались неизменными или их изменение несоразмерно изменению цены товара;

2) путем поддержания или неповышения ранее установленной цены товара, если при этом выполняются в совокупности следующие условия:

- а) расходы, необходимые для производства и реализации товара, существенно возросли;
- б) состав продавцов или покупателей товара обуславливает возможность изменения цены товара в сторону увеличения;
- в) условия обращения товара на товарном рынке, в том числе обусловленные мерами государственного регулирования, включая налогообложение, тарифное регулирование, обеспечивают возможность изменения цены товара в сторону увеличения.

Не признается монопольно низкой цена товара в случае, если:

- 1) она установлена субъектом естественной монополии в пределах тарифа на такой товар, определенного в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- 2) она не ниже цены, которая сформировалась в условиях конкуренции на сопоставимом товарном рынке;
- 3) ее установление продавцом товара не повлекло или не могло повлечь за собой ограничение конкуренции в связи с сокращением числа не входящих с продавцами или покупателями товара в одну группу лиц хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке.

- Согласованные действия хозяйствующих субъектов - это действия этих субъектов на товарном рынке при отсутствии соглашения, удовлетворяющие совокупности следующих условий:
- 1) результат таких действий соответствует интересам каждого из указанных хозяйствующих субъектов;
- 2) действия заранее известны каждому из участвующих в них субъектов (в связи с публичным заявлением одного из них)
- 3) действия каждого из указанных субъектов вызваны действиями иных хозяйствующих субъектов, участвующих в согласованных действиях, и не являются следствием обстоятельств, в равной мере влияющих на все хозяйствующие субъекты на рынке. Такими обстоятельствами могут быть изменение регулируемых тарифов, изменение цен на сырье, изменение цен на товар на мировых рынках, существенное изменение спроса на товар в течение не менее чем один год).

Запрещенные формы согласованных действий хозяйствующих субъектов, ограничивающих конкуренцию:

- установление (поддержание) цен (тарифов), скидок, надбавок (доплат), наценок;
- повышение, снижение или поддержание цен на аукционах и торгах;
- раздел рынка по территориальному принципу, объему продаж или закупок, ассортименту реализуемых товаров либо по кругу продавцов или покупателей (заказчиков);
- ограничение доступа на рынок или устранение с него других хозяйствующих субъектов в качестве продавцов определенных товаров или их покупателей (заказчиков);
- отказ от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями (заказчиками).

Формы проявления ограничения конкуренции со стороны органов государственной власти в отношении хозяйствующих субъектов, которые запрещены антимонопольным законодательством:

- введение ограничений на создание новых хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере деятельности, установление запретов на осуществление отдельных видов деятельности;
- необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере;
- установление запретов на продажу (покупку, обмен, приобретение) товаров из одного региона РФ в другой или иное ограничение права хозяйствующих субъектов на продажу (приобретение, покупку, обмен) товаров;

- дача хозяйствующим субъектам указания о первоочередной поставке товаров (выполнении работ, оказании услуг) определенному кругу покупателей (заказчиков) или о приоритетном заключении договоров без учета установленных законодательными или иными нормативными актами приоритетов;
- необоснованное препятствование созданию новых хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере деятельности;
- необоснованное предоставление отдельному хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам льгот, ставящих их в преимущественное положение по отношению к другим хозяйствующим субъектам.

Естественными монополиями в России определены следующие сферы предпринимательской деятельности:

- транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам;
- транспортировка газа по трубопроводам;
- железнодорожные перевозки;
- услуги транспортных терминалов, портов, аэропортов;
- услуги общедоступной электрической и почтовой связи;
- услуги по передаче электрической энергии;
- услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике;
- услуги по передаче тепловой энергии.

- Основные **методы государственного регулирования** деятельности субъектов естественных монополий:
- ценовое регулирование посредством определения (установления) цен (тарифов) или их предельного уровня;
- определение потребителей, подлежащих обязательному обслуживанию, и (или) установление минимального уровня их обеспечения в случае невозможности удовлетворения в полном объеме потребностей в товаре, производимом (реализуемом) субъектом естественной монополии, с учетом необходимости защиты прав и законных интересов граждан, обеспечения безопасности государства, охраны природы и культурных ценностей.

При нарушениях законодательства антимонопольные органы могут обязать субъекты естественных монополий:

- прекратить нарушения законодательства и устранить их последствия;
- восстановить первоначальное положение или совершить иные действия, указанные в решении (предписании);
- отменить или изменить акт, не соответствующий законодательству;
- заключить договор с потребителем, подлежащим обязательному обслуживанию;
- внести изменения в договор с потребителем;
- уплатить штраф;
- возместить причиненные убытки.

Федеральная антимонопольная служба является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим следующие функции по:

- принятию нормативных правовых актов,
- контролю и надзору за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг,
- контролю деятельности субъектов естественных монополий и рекламы,
- контролю за соблюдением законодательства о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд,
- контролю за осуществлением иностранных инвестиций в Российской Федерации.

Статьей 178 УК РФ предусмотрено, что недопущение, ограничение или устранение конкуренции путем установления или поддержания монопольно высоких или монопольно низких цен, раздела рынка, ограничения доступа на рынок, устранения с него других субъектов экономической деятельности, установления или поддержания единых цен, если эти деяния повлекли причинение крупного ущерба (более 1 млн руб.), наказываются штрафом в размере до 200 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 18 месяцев, либо арестом на срок от четырех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до двух лет.

Те же деяния, совершенные лицом с использованием своего служебного положения либо группой лиц по предварительному сговору наказываются штрафом в размере от 100 тыс. до 300 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до двух лет либо лишением свободы на срок до пяти лет.

Лекционный материал:
«Государственная поддержка конкуренции»

Поволжский государственный технологический
университет

Кафедра менеджмента и бизнеса

68-60-79

к.э.н., доцент Грозова Ольга Сергеевна

к.э.н., доцент Руденко Светлана Алексеевна