

Особенности монополизации в России

Оглавление

Введение

Глава 1. Сущность монополий

1.1 Понятие монополии. Виды монополии и их характеристика

1.2 Характерные черты монополии

1.3 Потери от несовершенной конкуренции

Глава 2. Особенности монополизации в России

2.1 Истоки монополизации российского рынка

2.2 Особенности монополизации в России при переходе к рынку

Глава 3. Антимонопольное регулирование в России

Заключение

Источники и литература

Введение

Одной из важнейших предпосылок политического, экономического и социального развития является наличие свободной конкуренции в обществе. Конкуренция стимулирует технический прогресс, способствует развитию экономики и, в конечном счете, улучшает жизненные условия населения.

Масштабность трансформации российской политической системы в конце XX - начале XXI вв. привела к смене политического режима, правящих элит, формированию многопартийной системы и определению новых направлений и приоритетов государственной политики. Одним из таких направлений стала политика содействия конкуренции и антимонопольного регулирования хозяйственных процессов, которая вошла в число приоритетных направлений экономической политики государства.

Антимонопольная политика в России стала предметом исследований А. Агеева, А. Евстигнеева, В.И. Якунина, А.С. Сулакшина, И.Р. Ахметзяновой, В.Л. Римского, А. Городецкого, Ю. Павленко, А. Френкель, П. Жошкова, Р. Шмалензе и Н. Цукановой, Ю.О. Леонтьевой и ряда других исследователей.

Объектом исследования стали особенность монополизация России и государственная антимонопольная политика.

Предмет исследования - характерные черты российских монополий, деятельность Российского государства и его антимонопольных органов, направленная на развитие конкуренции и ограничение монополистической деятельности

Цель работы - выявить особенности монополизма в экономике России, проанализировать проводимую в нашей стране политику антимонопольного регулирования.

Задачи работы:

1. Раскрыть понятие "монополия". Охарактеризовать её виды.
2. Рассмотреть характерные черты монополии.
3. Выяснить, есть ли потери на рынке несовершенной конкуренции.

4. Охарактеризовать истоки и особенности монополизации в России.

5. Проанализировать особенности антимонопольной политики в России.

При написании работы использовались антимонопольные законы РФ [1,2], Указы Президента РФ [3] и Постановления Правительства [4]; учебные пособия [6,8, 20]; исследования по теме [12,14]; опубликованные в открытом доступе материалы сети Интернет по данной проблеме [7,11,13], в т. ч. сайты крупнейших естественных монополий России [15,16,17].

Структура работы. Данная работа состоит из введения, в котором рассматривается актуальность темы, определяется объект, предмет, цель и задачи данной работы; трех глав, в которых раскрывается содержание темы, заключения, в котором даны выводы; списка источников и литературы, которые были использованы при написании работы.

Глава 1. Сущность монополий

1.1 Понятие монополии. Виды монополии и их характеристика

Термин "монополия" происходит от греческого *monos* - "один" и *poleo* - "продаю" [5; 579]. Монополия - это исключительное право на осуществление определенных действий производственного процесса, предоставляется это право, как правило, государством, за исключением временной монополии. Однако при анализе монополии важно учитывать неоднозначность термина "монополия", так как в реальности практически невозможно найти ситуацию, когда на рынке действовал бы один - единственный производитель товаров, не имеющих субституттов. В использовании термина "монополия" всегда присутствует известная доля условности [14, с.176]. Монополию можно рассматривать как тип фирмы. Она представляет собой крупную корпорацию, которая занимает ведущее положение в определённой сфере национального хозяйства.

Но есть и другая трактовка понятия "монополия" - это экономическое поведение фирмы. На рынке возможна ситуация, когда покупателям противостоит предприниматель - монополист, производящий основную массу продукции определённого вида. В этом случае монополистом может оказаться небольшое по размерам предприятие.

Наибольшей степени монополизации рынок достигает в условиях абсолютной или чистой монополии, являющейся полярной противоположностью совершенной конкуренции [10; 249].

Под монополией можно понимать исключительное право распоряжаться производственными ресурсами, как в сфере производства, так и обращении. Другое определение предполагает право оказания определяющего влияния на те или иные сферы общественной жизни, базирующиеся на различных предпосылках - экономических, юридических, политических. Монополией называют и крупное объединение, возникшее на основе концентрации производства и сбыта определённой продукции с целью получения максимальной прибыли.

Монополия, таким образом, предполагает единственного производителя, что дает ему право распоряжения всеми видами ресурсов в сфере производства и обращения и определяющего влияния на все сферы общественной жизни.

Отсутствие конкурентов, которое характеризует монополию, в значительной степени объяснимо с точки зрения барьеров для вступления в отрасль. В случае монополии барьеры для вступления в отрасль достаточно высоки, чтобы полностью блокировать всю потенциальную конкуренцию. К реальным барьерам, препятствующим вступлению в отрасль относятся:

§ эффект масштаба. Высокоэффективное производство с низкими издержками достигается в условиях крупного производства, обусловленного монополизацией рынка. Доминирующая фирма, имея более низкие издержки производства, в состоянии на некоторое время снизить цену продукции, чтобы уничтожить конкурентов;

§ исключительные права. В ряде стран мира правительство предоставляет фирмам статус единственного продавца. Но взамен на эти привилегии правительство сохраняет за собой право регулировать действия таких монополий;

§ патенты и лицензии. Правительство гарантирует патентную защиту новых продуктов и производственных технологий, что на определённый промежуток времени обеспечивает фирмам монопольные позиции на рынке и гарантирует их исключительные права;

§ собственность на важнейшие виды сырья. Некоторые компании являются монополистами, благодаря безраздельному владению источниками производственного ресурса, необходимого для производства монопольного продукта [11].

Можно выделить конкретные виды монополий, сгруппировав их по определённому классификационному признаку. Например, в зависимости от масштаба воздействия на экономику страны бывает абсолютная и чистая монополия. Последняя предполагает наличие крупного предприятия, которое концентрируется на определённой отрасли. В данном случае появление конкурентов на рынке практически невозможно, а монополист полностью контролирует движение производимого продукта на рынке и уровня цен на него. Для абсолютной монополии характерно государственное регулирование, все процессы, происходящие на рынке, находятся во власти государственных органов, которые устанавливают основные принципы деятельности.

Можно выделить некоторые виды монополий, основываясь на критериях причин их появления. К таковым следует отнести искусственные и естественные, а также легальные монополии. Последние обладают "говорящим" названием и формируются под влиянием действующего законодательства. Среди них широкое распространение получила патентная система - присвоение автору какого-либо изобретения прав владения либо выдача разрешения на осуществление определенного вида деятельности. К легальной монополии относится разработка и регистрация определенного торгового знака, который впоследствии становится известным во всем мире и является неким гарантом качества продукта.

Естественными монополистами считаются те предприятия и организации, которые в своей производственной деятельности используют либо редкие материалы, недоступные для других промышленников, либо особые технологии. В нашей стране

имеется всего около полутысячи таких предприятий среди четырех тысяч разнообразных монополистов. Можно выделить такие виды естественных монополий, как:

§ компании, задействовавшие в производственном процессе редкие типы металлов, особые сорта винограда и другие элементы, не являющиеся легкой добычей для производителей;

монополизация монополия антимонопольный россия

§ фирмы и организации, заручившиеся поддержкой правительства, например, занимающиеся производством военной техники, строительством дорог и жилых комплексов.

Естественные монополисты оказывают огромное влияние на экономику страны, так как они руководят процессом ценообразования на рынке. Благодаря большому объему производства сокращаются расходы на сырьевую продукцию, что позволяет снизить ее себестоимость. А это создает серьезные проблемы для фирм, занимающихся выпуском аналогичных товаров, но в меньших объемах, ведь им приходится изыскивать пути снижения цен, дабы удержать свои позиции на рынке [7].

Существуют компании, которые стремятся охватить большую часть рынка, целенаправленно расширяют масштабы производства и захватывают определенную область. Такие виды монополий именуется искусственными и предполагают достижение конкретных целей и получение преимуществ путем реализации разработанных мероприятий. Они делают все, чтобы завоевать большую часть рынка и контролировать деятельность конкурентов. С этой целью создаются особые монополистические объединения, участники которых обладают привилегированными правами входа на рынок и осуществления бытовой деятельности. Все остальные компании не получают такой возможности. Искусственные монополисты прилагают максимум усилий для развития собственной техники и технологий, поэтому их продукция пользуется большим спросом и получает только положительные отзывы потребительской группы. Вывод: Описав, что такое монополия и ее виды можно сказать о двойственном характере её влияния, так как с одной стороны монополии способствуют совершенствованию производственной деятельности, а с другой полное отсутствие конкуренции на рынке негативно сказывается на ценообразовании. Кроме того, молодым предпринимателям бывает крайне сложно начать свое дело и занять собственную нишу на рынке.

1.2 Характерные черты монополии

Характерными чертами монополии являются следующие - рис.1:

Рисунок 1. Черты монополии [13]

§ Одному продавцу противостоит большое количество покупателей, т.к. отрасль состоит из одной фирмы, которая является единственным производителем данного продукта или поставщиком услуги.

§ Отсутствие совершенных заменителей товара. Монополист выступает единственным производителем уникальной продукции. Иначе говоря, перекрестная

эластичность спроса между продуктами монополиста и любым другим товаром либо равна нулю, либо пренебрежимо мала:
 $=0$.

§ То, что не существует близких заменителей монополизированного продукта, имеет большое значение для рекламы. Монополисту часто нет нужды использовать широко рекламу. И покупатели, и единственный поставщик обладают совершенным знанием о ценах, физических характеристиках благ, других параметрах рынка. Допущение совершенной информированности имеет для монополиста едва ли не большее значение, чем для совершенно конкурентного предприятия. Последний является ценополучателем, а значит, ему вовсе не обязательно знать отраслевую или рыночную кривую спроса. Для него рыночная цена является экзогенным параметром, а его индивидуальная кривая спроса представляется прямой, параллельной оси выпуска. Чтобы максимизировать при данной рыночной цене свою прибыль, ему достаточно знать свою функцию затрат [8; 74].

§ Отсутствие свободы выхода на рынок. Входные барьеры многочисленны и разнообразны. Эти барьеры могут быть экономическими, техническими или юридическими, и они удерживают новых конкурентов от вступления в отрасль. Монополия может быть оправдана с точки зрения экономической эффективности, когда экономия от масштаба производства настолько велика, что единственная фирма может обеспечить продукцией весь рынок при меньших издержках, чем несколько открыто конкурирующих фирм. Речь здесь идет о "естественной монополии". Благоприятность рыночных условий для естественной монополии требует государственного регулирования [14; 117].

Для экономики опасно то, что монополия полностью блокирует механизмы саморегуляции рынка. В условиях конкуренции недобросовестный производитель либо меняет свое отношение к делу, либо вытесняется с рынка конкурентами. Всевластие же монополиста ничего не грозит в связи с непреодолимыми барьерами на пути в отрасль. Самостоятельно рынок не в силах разрешить эту проблему. В этих условиях улучшить ситуацию может лишь государство, проводя сознательную антимонопольную политику.

Итак, подведем итоги, перечислив все вышеупомянутые характерные черты чистой монополии и добавив некоторые новые.

1. Монополист - единственный продавец продукции.
2. Продукция - уникальна, т.е. не имеет близких заменителей.
3. Монополист устанавливает цену.
4. Цена в рамках монополии всегда выше предельного дохода.
5. Существуют непреодолимые барьеры для вступления в отрасль.

Легальные барьеры:

§ экономия осуществляется с помощью эффекта масштаба производства

§ собственность на важнейшие виды сырья

§ патенты и лицензии

§ исключительные права, полученные от государства (часто в качестве такого монополиста может выступать само государство)

Нелегальные барьеры:

§ ценовая политика

§ давление на поставщиков

1.3 Потери от несовершенной конкуренции

Конкуренция - основная отличительная черта рыночных отношений. В зависимости от способов ее осуществления различают совершенную и несовершенную конкуренцию. Существует три основные структуры (модели) рынка несовершенной конкуренции: чистая монополия; олигополия; монополистическая конкуренция - табл.1. Степень влияния отдельного продавца (покупателя) на рыночную цену характеризует совершенную или несовершенную конкуренцию.

Таблица 1. Рыночные структуры [14; 120].

Характерные черты

Совершенная конкуренция

Монополистическая конкуренция

Олигополия

Монополия

Количество и размеры фирм

Множество мелких фирм

Множество
мелких фирм

Несколько фирм

Одна фирма

Тип продукта

Стандартизированный

Дифференцированный

Стандартизированный или дифференцированный

Уникальный, нет близких заменителей

Контроль над ценой

Отсутствует

Некоторый, но в узких рамках

Ограниченный взаимозависимостью. значительный при тайном сговоре

Значительный

Условия входа и выхода из отрасли

Никаких затруднений

Никаких затруднений

Возможны отдельные препятствия при входе

Непреодолимые препятствия при входе

Доступность информации

Равный доступ ко всем видам информации

Некоторые ограничения

Некоторые ограничения

Некоторые ограничения

Неценовая конкуренция

Отсутствует

Значительный упор на рекламу

Очень типична

Главным образом реклама связи фирмы с общественными организациями

Примеры

Сельское хозяйство

Розничная торговля, производство одежды

Производство стали, автомобилей, бытовых приборов

Предприятия общественного пользования (метро)

Модель рынка совершенной конкуренции предполагает наиболее рациональное использование всех ресурсов общества, минимизацию общественных затрат на производство продукции.

Рынок несовершенной конкуренции, по сути, предполагает отклонение от состояния

равновесия, сложившегося в условиях совершенной конкуренции. Следовательно, общество несет определенные потери в связи с монополизацией (степень ее может быть большей или меньшей) хозяйственной жизни. В конечном счете, проблема монополии сводится к вопросу о власти над ценой, этим рыночным феноменом, не зависящим от воли и сознания отдельного товаропроизводителя в условиях совершенной конкуренции.

Потери от несовершенной конкуренции можно проиллюстрировать и графически - рис.1. [20; 191].

Рис. 1. Потери общества от монопольной власти

На рис.1 EE_1E_2 потери общества от монопольной власти, где CE_1E_2 потери потребителей, ECE_1 потери производителя.

Если бы цена устанавливалась на уровне точки E_1 (точки пересечения кривой MC и кривой спроса), т.е. цена P_1 соответствовала бы условиям совершенной конкуренции $MC = P$, то потребительский избыток (потребительская рента) был бы равен площади треугольника $P_1E_1P_0$.

В условиях несовершенной конкуренции цена устанавливается на уровне точки E_2 (эта точка лежит на одной вертикали с точкой E - пересечением MC и MR). При такой же цене - на уровне Q_2 объем предложения фирмы равен Q_2 , следовательно, он меньше того объема, который был бы при совершенной конкуренции: $Q_2 < Q_1$.

Потребительская рента теперь уменьшилась до площади треугольника $P_2E_2P_0$, монопольная прибыль соответствует площади заштрихованного прямоугольника $P_1CE_2P_2$, но самое важное - виден графически чистый убыток (чистые потери) для общества: это треугольник EE_1E_2 . Таким образом, монополия как бы "рвет на части" потребительскую ренту (потребительский излишек) и ренту производителя: часть достается (заштрихованный прямоугольник) самой монополии, а другая часть этой ренты потребителя в виде CE_1E_2 вообще теряется обществом, не достается никому. Также не достается никому часть ренты производителя (треугольник ECE_1), это недополученное, а точнее, разрушенное богатство общества [20; 172].

Вывод: Потери от несовершенной конкуренции серьезны, это:

§ неоправданный рост цен

§ увеличение издержек производства и обращения

§ замедление научно-технического прогресса

§ снижение конкурентоспособности на мировых рынках

§ падение эффективности экономики.

Глава 2. Особенности монополизации в России

2.1 Истоки монополизации российского рынка

Главная особенность монополизации российского рынка состоит в том, что она сложилась как "наследница" государственного монополизма социалистической экономики.

Но первые монополии возникли в России ещё в начале 80-х годов XIX - го века среди предприятий, обслуживающих железнодорожное строительство ("Союз рельсовых фабрикантов" - в 1882-м году, а также объединения заводов, изготовлявших конструкции для мостов, рельсовые крепления и т.п.). Тогда же оформилась

конвенция предпринимателей по производству гвоздей, проволоки, картель сахарозаводчиков, позднее - экспортный синдикат бакинских керосиновозаводчиков. В условиях промышленного подъема 1890-х годов наиболее крупные банки страны (Петербургский международный, Русский для внешней торговли и другие) приступили к активному финансированию промышленности. Принципиально не отличаясь от капитализма более развитых стран, российский монополистический капитализм имел некоторую специфику. Государственное вмешательство в экономическую жизнь привело к раннему возникновению в России государственно-монополистических тенденций. Они выражались также в прямом сращивании банковских монополий с Кредитной канцелярией Министерства финансов и Госбанком и в государственном контроле через эти учреждения частных предприятий и банков. Советское государство частично использовало учетные и распределительные органы монополий при создании органов управления народным хозяйством.

Социалистическая экономика представляла собой единый народнохозяйственный комплекс, в котором каждое предприятие не было вполне автономно, а являлось составной частью общегосударственной суперструктуры. При этом удовлетворение потребности всей страны в том или ином виде продукта часто поручалось всего одному-двум заводам.

Причин для такой концентрации выпуска продукции было несколько. Большое значение имело стремление использовать положительный эффект масштаба. Из-за искусственной заниженности цен на энергию, сырье и транспорт, вполне рентабельными выглядели проекты даже нерационально крупных заводов. Сырье для них нередко привозилось за тысячи километров, а готовая продукция развозилась по всему Союзу.

Другая причина была связана с удобством централизованного управления крупными предприятиями. Когда все важнейшие решения по развитию экономики страны принимаются общенациональными плановыми органами, управляемость хозяйства тем выше, чем меньше производственных единиц. В итоге народное хозяйство страны в буквальном смысле напоминало единый организм. В конце 1980-х годов более 1100 предприятий были полными монополистами в производстве своей продукции. Еще чаще встречалась ситуация, когда число производителей по всей гигантской стране не превышало 2-3 заводов. Всего из 327 товарных групп, выпускавшихся промышленностью страны, 290 (89%) было подвержено сильной монополизации [12; 369].

Монополистов советской эпохи, однако, не следует отождествлять с предприятиями - монополистами рыночной экономики. Прежде всего, не имея самостоятельности ни в выборе объема выпуска, ни в установлении цен (ими то и другое определялось планом), они не имели возможности осуществлять монополистические злоупотребления. Другими словами, их деятельность не вызывала характерные последствия монополизации:

§ не наблюдалось недопроизводство товаров;

§ отсутствовало завышение цен;

§ предприятия не получили монопольных прибылей.

Но при этом говорить об эффективности социалистических монополий не приходится: об этом свидетельствуют завышенные издержки (в частности, энерго- и материалоемкость, существенно превышавшие мировой уровень), низкое качество продукции и замедленный темп обновления. Особенно большому размаху социалистической х-неэффективности, кроме обычных для всех монополистов причин, способствовали следующие обстоятельства:

§ Стоимостные показатели, такие, как уровень издержек и даже прибыль, никогда не были главными для советских предприятий. Если завод выполнял план, его руководство могло быть спокойным за свою судьбу, каковы бы ни были издержки. План любой ценой! - обычный лозунг того времени;

§ Позиции монополистов укрепляла общая дефицитность экономики.

§ Советская экономика была значительно более изолированной от внешнего мира, чем большинство рыночных, т.е. монопольные позиции производителей были защищены и от иностранной конкуренции. От этого особенно страдало качество продукции и её новизна.

Вывод: Монополистическая структура экономики России складывалась под воздействием следующих основных факторов:

§ Наличием в СССР административно-командной системы управления, что проявлялось в директивном управлении, в централизованном перераспределении большой доли дохода, в назначении "сверху" хозяйственных руководителей.

§ Концентрации и специализации производства.

2.2 Особенности монополизации в России при переходе к рынку

Начало рыночных реформ в нашей стране привело к усилению монополистических тенденций. Отчасти это было связано с распадом СССР и ослаблением экономических связей между бывшими союзными республиками. К прежним монополистам добавились новые, а именно предприятия, не являвшиеся единственными производителями в рамках всего Союза, но ставшие таковыми на сократившейся территории.

Однако гораздо большее значение имело изменение условий хозяйствования. Превращение российских заводов в частные предприятия создало мощный стимул для получения монопольных прибылей. А свобода установления цен и выбора объемов производства дали в руки фирм средства достижения этой цели. Все три важнейших последствия монополизации (занижение производства, завышение цен, получение монопольных сверхприбылей), сдерживавшиеся социалистическим государством, вырвались наружу. При этом старый порок советских монопольных производителей - х-неэффективность сохранился везде, где осталась монополия. Усиление проявлений монополизма, в свою очередь, негативно повлияло на общий ход реформ в стране.

Положение единственного производителя (или одного из немногих производителей) определенного вида товаров открыло перед предприятиями порочный с точки зрения всей экономики, но весьма выгодный для них самих путь адаптации к рыночным условиям (см. рис.2).

Исходное равновесное состояние рынка соответствовало некой точке O на пересечении кривых спроса D и предложения S . Когда обедневшее население снизило объем своего спроса на товары и услуги (кривая спроса D на графике сменилась кривой $D1$), монополисты не отреагировали на это снижением цен (до уровня P_c) в соответствии с новой точкой равновесия O_c (пересечение кривой предложения S с новой линией спроса $D1$). Кстати именно на такое развитие событий (умеренное падение производства $Q_c < Q_0$ при полном прекращении инфляции $P_0 > P_c$) рассчитывали отечественные реформаторы [12; 371].

Рис. 2. Адаптация предприятий монополистов к снижению спроса в переходной экономике

Реакция монополистов оказалась иной. Пользуясь своей монопольной властью, они резко ограничили предложение. Возникла новая кривая предложения $S1$. Реально установившаяся на рынке точка равновесия O_m отразила монополистический рецепт решения проблемы упавшего спроса: не снижение, а повышение цен ($P_m > P_0 > P_c$) за счет сверхрезкого снижения выпуска продукции ($Q_m < Q_c < Q_0$).

Сознательное уменьшение выпуска продукции в сочетании с повышением цен российскими предприятиями-монополистами явились важнейшей микроэкономической причиной особой глубины кризиса трансформации в России. Современная экономика России характеризуется сосуществованием, переплетением конкуренции и монополии.

В российской экономике очень распространено такое явление как "локальный" монополизм. Вследствие ненасыщенности рынка отдельные предприятия в регионах невольно оказываются в положении монополистов. Такие предприятия занимаются переработкой сельскохозяйственной продукции, торговлей и бытовым обслуживанием в малонаселенных отдаленных пунктах. Предприятия жилищно-коммунального хозяйства - также локальные монополии.

Особое и значительное место в экономике России занимают естественные монополии. Естественная монополия - это монополия, при которой создание конкурентной среды на товарном рынке независимо от уровня спроса невозможно или экономически неэффективно при существующем уровне научно-технического прогресса.

Главные естественные монополисты России:

§ РАО "ЕЭС" (производство электроэнергии, услуги по передаче электроэнергии по высоковольтным линиям передач). До 2007 года в структуре капитала РАО "ЕЭС России" государству принадлежало 52,6% акций, на долю иностранных инвесторов приходилось 30,7%.

В соответствии с решениями совета директоров ОАО РАО "ЕЭС России" от 28 июля, 30 августа, 22 сентября и 27 октября 2006 г., от 2 марта 2007 г., реорганизация Общества проведена в два этапа:

Первый этап, в рамках которого из ОАО "РАО "ЕЭС России" были выделены ОАО "ОГК-5" и ОАО "ТГК-5", завершён 3 сентября 2007 года. Эти компании были выбраны для обособления в ходе первого этапа реорганизации, поскольку были в максимальной степени готовы к полноценному самостоятельному функционированию, реализации

перспективных инвестиционных проектов, успешно провели эмиссии дополнительных акций и привлекли в акционерный капитал стратегических инвесторов и инвестиции в развитие. Доля Российской Федерации в уставном капитале ОАО "ОГК-5" по завершении первого этапа реорганизации составила 26,43%, в капитале ОАО "ТГК-5" - 25,09%.

В ходе второго этапа (к 1 июля 2008 г.) завершились структурные преобразования активов энергохолдинга, произошло обособление от ОАО РАО "ЕЭС России" всех компаний целевой структуры отрасли (ФСК, ОГК, ТГК и др.) и прекращена деятельность головного общества ОАО РАО "ЕЭС России" [17] /

§ ОАО "Газпром" (транспортировка газа по трубопроводам, реализация природного газа). "Газпром" располагает самыми богатыми в мире запасами природного газа. Его доля в мировых запасах газа составляет 18%, в российских - 70%. На "Газпром" приходится 15% мировой и 78% российской добычи газа. В настоящее время компания активно реализует масштабные проекты по освоению газовых ресурсов полуострова Ямал, арктического шельфа, Восточной Сибири и Дальнего Востока, а также ряд проектов по разведке и добыче углеводородов за рубежом [16].

§ ОАО "Российские железные дороги" (железнодорожные перевозки). Открытое акционерное общество "Российские железные дороги" входит в мировую тройку лидеров железнодорожных компаний. Это определяют следующие факторы:

§ огромные объемы грузовых и пассажирских перевозок;

§ высокие финансовые рейтинги;

§ квалифицированные специалисты во всех областях железнодорожного транспорта;

§ большая научно-техническая база;

§ проектные и строительные мощности;

§ значительный опыт международного сотрудничества.

ОАО "РЖД" было учреждено постановлением Правительства РФ от 18 сентября 2003 года № 585 [15] /

§ "Ростелеком" (услуги междугородной и международной электрической связи).

"Ростелеком" является безусловным лидером рынка телекоммуникационных услуг для российских органов государственной власти и корпоративных пользователей всех уровней. Компания - признанный технологический лидер в инновационных решениях в области электронного правительства, облачных вычислений, здравоохранения, образования, безопасности, жилищно-коммунальных услуг.

§ ФГУП "Почта России". Федеральное государственное унитарное предприятие ФГУП "Почта России" создано распоряжением Правительства от 5 сентября 2002 года.

Сегодня Почта России включает в себя 86 филиалов, около 42 000 объектов почтовой связи, оказывающих услуги почтовой связи на всей территории Российской Федерации, включая все города и сельские населенные пункты. Один из самых больших трудовых коллективов почтовых работников - около 380 000 сотрудников. Ежегодно почтовые работники России принимают, обрабатывают и доставляют более 1,5 млрд. писем, 48 млн. посылок и 113 млн. ед. денежных переводов [9].

Наиболее монополизированы такие отрасли, как черная металлургия, машиностроение и цветная металлургия, добыча нефти.

Характерны для экономики страны и другие модели:

§ локальный монополизм в масштабах региональных товарных рынков. Примером могут служить предприятия по переработке сельскохозяйственной продукции или по обслуживанию населения в отдельных районах страны, которые занимают монопольное положение;

§ олигополия - наличие в производстве и на товарном рынке нескольких крупных предприятий, занимающих доминирующее положение (например, рынок нефтепродуктов);

§ децентрализованные отрасли (например, розничная торговля) и рынки (например, рынки банковских, страховых услуг, рынки бытовой и офисной мебели и др.).

Отсутствие конкурентной среды - одна из причин нарушения взаимозависимости рыночного спроса и предложения. Монопольное поведение проявляется в том, что реакцией на низкий потребительский спрос является не снижение цен, а сокращение предложения на отечественном рынке.

Вывод: Приватизация в России должна развиваться таким образом, чтобы была достигнута демонополизация и возрождена конкуренция. В преодолении монополизации большую роль играет развитие мелкого и среднего предпринимательства. Поэтому становление рынка и конкуренции требует осуществления комплекса мер и в том числе активизации "антитрестовской" деятельности государства. Однако сами рынок и конкуренция порождают тенденцию к монополизации. И здесь важнейшей задачей государства является противодействие такой тенденции.

Глава 3. Антимонопольное регулирование в России

Основой для формирования антимонопольной политики стал Закон РСФСР "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" от 22 марта 1991 г. с поправками, принятыми к нему в последующие годы [1].

Антимонопольная политика в нашей стране имеет целый набор средств и инструментов для решения проблемы монополизма. Среди них следует, прежде всего, выделить так называемые ограничительные меры. Это запреты на монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию, на действия органов власти и управления, которые могут неблагоприятно сказаться на развитии конкуренции. Они предусмотрены Законом "О конкуренции...". Объектом запретов стали соглашения, ограничивающие конкуренцию и действия предприятий, злоупотребляющих своим доминирующим положением. Такие действия - самое распространенное нарушение антимонопольного законодательства. Запрещается устанавливать монопольно высокие или монопольно низкие цены, изымать товар из обращения с целью создания искусственного дефицита, навязывать контрагенту невыгодные для него условия договора и т.п. [6; 53].

Наряду с запретами осуществляется контроль за экономической концентрацией. Ведь в результате слияний, объединений, сговора между предприятиями может возникнуть фактическая монополия на том или ином сегменте рынка товаров или услуг.

В качестве средства антимонополистического контроля используется Единый государственный реестр юридических лиц. В него включают крупных национальных производителей товарной продукции. В реестр субъектов естественных монополий включаются предприятия, являющиеся единственными производителями отдельных видов продукции. Тем самым формируется информационная база о крупнейших субъектах рынка для контроля соблюдения ими антимонопольного законодательства.

Закон запрещает устанавливать монопольно высокие или монопольно низкие цены, изымать товар из обращения с тем, чтобы создавать или поддерживать дефицит или повышать цену, навязывать контрагенту условия договора, невыгодные для него или не относящиеся к предмету договора, включать в договор дискриминирующие условия, которые ставят контрагента в неравное положение по сравнению с другими предприятиями, препятствовать выходу на рынок (или уходу с него) другим предприятиям, побуждать контрагента отказываться от заключения договоров с отдельными покупателями (заказчиками), несмотря на то, что есть возможность произвести или поставить нужный товар. Федеральная служба по тарифам была создана в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 9 марта 2004 г. № 314 "О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти" [3; 5]. В настоящее время Федеральная служба по тарифам является федеральным органом исполнительной власти по регулированию естественных монополий, осуществляющим государственное регулирование цен (тарифов) в электроэнергетике [4], нефтегазовом комплексе, на железнодорожном и ином транспорте, на услуги в транспортных терминалах, портах, аэропортах, услуги общедоступной электрической и почтовой связи, а также на иные виды товаров (работ, услуг), подлежащих государственному регулированию в соответствии с законодательством Российской Федерации. [19]. В 1990 г. был образован Государственный комитет РСФСР по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур, в 1992 г. было утверждено новое Положение о Государственном комитете Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур. В 2004 г. была образована Федеральная антимонопольная служба, являющейся сегодня главным антимонопольным органом. В области проведения государственной политики развития конкуренции функции и полномочия ФАС России определены Федеральным законом от 26.07.2006 г. №135-ФЗ "О защите конкуренции" [2]. ФАС России осуществляет контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных и финансовых рынках, а также за соблюдением федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления антимонопольного законодательства. Также ФАС России выполняет контроль над деятельностью естественных монополий, эта работа направлена на обеспечение равного доступа к товарам и услугам, которые они производят, а также на развитие конкуренции в тех сегментах, где она возможна [18]. Свою работу ФАС России тесно координирует с Федеральной службой по тарифам. Представитель антимонопольной службы входит в состав Правления ФСТ.

Вывод: ходе реализации антимонопольных мер преследуются следующие основные цели:

1. Обеспечение единства экономического пространства на территории Российской Федерации
2. Обеспечение "прозрачности" процессов, связанных с созданием, слиянием и присоединением коммерческих организаций, приобретением крупных пакетов акций, основных производственных средств и нематериальных активов, а также прав, которые дают возможность определять условия деятельности предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке.
3. Снижение барьеров входа на товарные рынки
4. Создание эффективных правовых механизмов, которые обеспечивают соблюдение запрета на занятие предпринимательской деятельностью представителями органов власти, в том числе через использование государственных и муниципальных унитарных предприятий как инструментов совмещения органами власти хозяйственных и властных полномочий.
5. Активизация работы по профилактике и пресечению недобросовестной конкуренции на товарных рынках.

Достижение поставленных целей реализуется посредством применения сложившихся в мировой практике методов, основными из которых можно выделить следующие: применение ограничительных мер, контроль за усилением экономической концентрации, запрет на недобросовестную конкуренцию, запреты на действия органов власти и управления, которые могут неблагоприятно повлиять на конкуренцию, использование государственного реестра.

Заключение

Монополия - это исключительное право распоряжаться производственными ресурсами, как в сфере производства, так и обращении. Главным признаком монопольного образования (монополии) является занятие монопольного положения. Последнее определяется как доминирующее положение предпринимателя, которое дает ему возможность самостоятельно или вместе с другими предпринимателями ограничивать конкуренцию на рынке определенного товара.

Монополизм несет ряд отрицательных последствий для экономики. Часто монополии являются источником недопроизводства, завышения цен, неэффективного производства. Еще более опасно то, что монополия полностью блокирует механизмы саморегуляции рынка.

Главная особенность монополизации российского рынка состоит в том, что она сложилась как на основе государственного монополизма социалистической экономики. Если в странах рыночной экономики монополизация обычно проходила путем организационного объединения первоначально независимых компаний, то социалистический монополизм базировался на сознательном создании только одного производителя (или очень узкой группы производителей).

Начало рыночных реформ в нашей стране привело к резкому усилению монополистических тенденций. Отчасти это - было связано с распадом СССР и

ослаблением экономических связей между бывшими союзными республиками. К прежним монополистам добавились новые, а именно предприятия, не являвшиеся единственными производителями в рамках всего Союза, но ставшие таковыми на сократившейся территории. Однако гораздо большее значение имело изменение условий хозяйствования. Благодаря им, резко усилились последствия монополизации и ее влияние на экономику.

Высокий уровень монополизации и его резко негативные последствия делает необходимым проведение в нашей стране антимонопольной политики. Более того, Россия нуждается в демонополизации, т.е. радикальном сокращении числа секторов экономики, где установилась монополия.

Действующее антимонопольное законодательство в России, еще далеко от совершенства и, по сути, только формируется.

В стране с огромным многоотраслевым народнохозяйственным комплексом антимонопольная политика должна быть дифференцированной. Содержание ее должно быть различным для отдельных отраслей и секторов народного хозяйства. Создание и использование совершенного и действенного антимонопольного законодательства в России являются основой для здоровой конкуренции и способствуют повышению эффективности функционирования субъектов рыночной экономики.

Источники и литература

Источники

1. О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках. Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. № 948-1 (с изменениями и дополнениями). - [Электронный ресурс]. Режим доступа
2. О защите конкуренции. Федеральный закон № 135-ФЗ (в редакции от 28.07.2012) - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://docs.cntd.ru/document/901989534>
3. О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти. Указ Президента РФ от 09.03.2004 // Российская газета, № 50 - 12 марта 2004 - С.5
4. О ценообразовании в сфере теплоснабжения. Постановление Правительства РФ от 22.10.2012 № 1075 - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=136932>

Литература

5. Большая книга по экономике / перевод с немецкого/ В. Годфрид, Г. Шенхерр - М.: ТЕРРА, 2007. - 670 с
6. Васильев В.Д. Государственное регулирование экономики. Учебное пособие - М.: Дело и сервис, 2010 - 176 с.
7. Вист А. Основные виды монополий и их характеристика - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://fb.ru/article/40767/osnovnyie-vidyi-monopolii-i-ih-harakteristika>
8. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. В 3 томах. Том 2 - М.: Экономическая школа, 2008 - 512 с.
9. Компания. Официальный сайт ФГУП "Почта России" - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.russianpost.ru/gr/company/ru/home>
10. Курс экономики. /Под ред. Райзберга Б.А. - М.: ИНФРА-М, 2012 - 672 с.

11. Лекция: несовершенная конкуренция - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.novsu.ru/file/950452>
12. Микроэкономика. Теория и российская практика. /Под ред. Грязновой А.Г. и Юданова А.Ю. - М.: КноРус, 2011. - 619 с.
13. Монополия, её характерные черты - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.finekon.ru/monopolija.php>
14. Новикова Е.В. Экономическая теория. - М.: МИЭМП, 2010 - 176 с.
15. ОАО "РЖД" сегодня. Официальный сайт компании - [Электронный ресурс]. Режим доступа http://rzd.ru/static/public/rzd?STRUCTURE_ID=628
16. О "Газпроме". Официальный сайт компании - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.gazprom.ru/about/>
17. Реорганизация ОАО РАО "ЕЭС России". Официальный сайт ОАО РАО "ЕЭС России" - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.rao-ees.ru/ru/reorg/show.cgi?reorg.htm>
18. Федеральная антимонопольная служба. Общие сведения - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.fas.gov.ru/about/overview/>
19. ФСТ России. История создания федерального регулирующего органа в России - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.fstrf.ru/about/activity/17>
<http://base.garant.ru/105108/>
20. Чепурин М.Н. Курс экономической теории: Учебник - М.: АСА, 2011 - 875 с.