

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОГО
ГОСУДАРСТВА
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

студент 5 курса 561 гр. направления 38.03.01 Экономика
профиля «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Старцева Анатолия Александровича

Научный руководитель:
Старший преподаватель

Т.Б.Оберт

Заведующий кафедрой

доцент, к.э.н., доцент

Е.В. Огурцова

Саратов, 2024

Введение. Современное российское антимонопольное регулирование имеет отличительные признаки по сравнению с западными странами. Для защиты конкуренции и реализации антимонопольной политики в России работает Федеральная антимонопольная служба РФ. При этом антимонопольная политика может как положительно, так и отрицательно влиять на участников всего рынка, потому что санкции за нарушение антимонопольного законодательства могут быть разными для всех участников рынка.

Исследование антимонопольной политики в современной России показало, что для решения поставленных задач существуют научные предпосылки. В экономике на сегодняшний день создана значительная теоретическая основа для изучения и анализа антимонопольного регулирования. Исследования антимонопольной политики современной России в отечественной литературе часто имеет больше теоретический характер, а использование зарубежного опыта часто неприемлемо, т.к. не всё можно адаптировать к российским условиям. Активное изучение экономических и правовых вопросов конкуренции и монополии началось в России на рубеже XIX–XX вв.

Целью выпускной квалификационной работы является анализ и характеристика антимонопольной политики в стране и условий хозяйственной деятельности всех производителей. В соответствии с целью исследования поставлены следующие задачи:

- рассмотреть необходимость и значение антимонопольной политики в современной экономике;
- провести анализ современного антимонопольного регулирования;
- выявить основные направления антимонопольного регулирования в России;
- показать реализацию антимонопольного регулирования на примере маркетплейсов;

- проанализировать необходимость совершенствования государственной антимонопольной политики в России

Отдельные антимонопольные механизмы были известны еще во времена Средневековья и Нового времени. Применялись они и в царской России. Большая часть работ, проведенных в России на рубеже XIX–XX вв. и посвященных проблемам конкуренции и монополии, приходится на долю российских экономистов. Эти проблемы получили отражение в трудах представителей немарксистского направления отечественной экономической мысли, в частности, в работах Д.И. Пихно, И.И. Янжула, А.Н. Гурьева, М.А. Курчинского, В.Я. Железнова, М.И. Туган-Барановского, А.А. Исаева, И.М. Гольдштейна, П.Б. Струве, П.А. Тверского, Вл. Бирюковича и др. Отдельно следует отметить зарубежную литературу по вопросам исследования монополистических и конкурентных рынков, а именно работы Ж. Тироля, Р. Барра, М. Портера, Й. Шумпетера, Ф. Котлера. Также научный интерес в контексте рассматриваемой темы представляют работы Э. Чемберлина и Дж. Стиглица, содержащие основные трактовки теории монополистической конкуренции в современной экономике.

Предметом данного исследования являются экономические отношения, складывающиеся в результате развития антимонопольной политики в современной России. Объект исследования - российская экономика и в частности рынок маркетплейсов. Информационной базой работы послужили научные труды отечественных ученых-экономистов, статистиков, специалистов в области изучения антимонопольного регулирования, проблем его реализации в современных российских условиях.

В качестве основных методов в работе были использованы: эмпирический метод, анализ и синтез, индукция и дедукция, исторический метод, статистический. В работе использовались статистические и аналитические материалы Федеральной службы государственной статистики, Федеральной антимонопольной службы, Федеральной службы по тарифам,

данные, опубликованные в журналах, периодических изданиях. Работа состоит из 2 глав и 6 параграфов.

Основное содержание работы. К основным целям антимонопольной политики относят: предотвращение неблагоприятных изменений структуры рынка, т.е. предотвращение монополизации рынка; предотвращение действий крупных компаний, которые ограничивают конкуренцию. Предотвращение происходит на основе антимонопольного законодательства; поддержка малого и среднего бизнеса; контроль и предотвращение горизонтальных и вертикальных соглашений; предотвращение недобросовестной конкуренции; снижение барьеров для входа на рынок; создание антимонопольного законодательства и также контроль за его соблюдением; контроль действий антимонопольных органов и результатов этих действий.

На практике же ведение антимонопольного регулирования сталкивается с определенными трудностями, такими как: отсутствие знания точных последствий поведения предприятий; неясность того, на что же негативно повлияет монополизация рынка. Существуют явные негативные последствия сговора крупных фирм: получение сверхвысоких доходов за счет необоснованного завышения рентабельности и вытеснения конкурентов; причинение экономического ущерба недоминирующим субъектам, в результате монопольной власти доминирующих субъектов, и конечным потребителям, в результате необоснованного изменения цен и объемов продаж [7, С.185].

На сегодня миссией ФАС России является обеспечение свободы конкуренции и ограничения монополистической деятельности в рамках единого экономического пространства Российской Федерации.

Стратегическими целями ФАС России являются:

1. Создание условий для развития конкуренции посредством предупреждения и пресечения антиконкурентных действий.

2. Обеспечение равного доступа к товарам (услугам), производимым субъектами естественных монополий и развитие конкуренции в их потенциально конкурентных видах деятельности.

Деятельность ФАС России должна способствовать достижению следующих результатов:

- обеспечению субъектам рынка равноправного доступа к потребителям и ресурсам;
- сокращению доли монопольных секторов в экономике;
- сокращению доли не и вне правовых способов регулирования деятельности субъектов рынка;
- сокращению возможностей административного регулирования деятельности субъектов рынка;
- росту количества новых эффективных субъектов экономики;
- повышению внешней и внутренней конкурентоспособности российских предприятий;
- развитию потенциала транспортной, торговой, энергетической и государственных закупок, закупок компаний с.

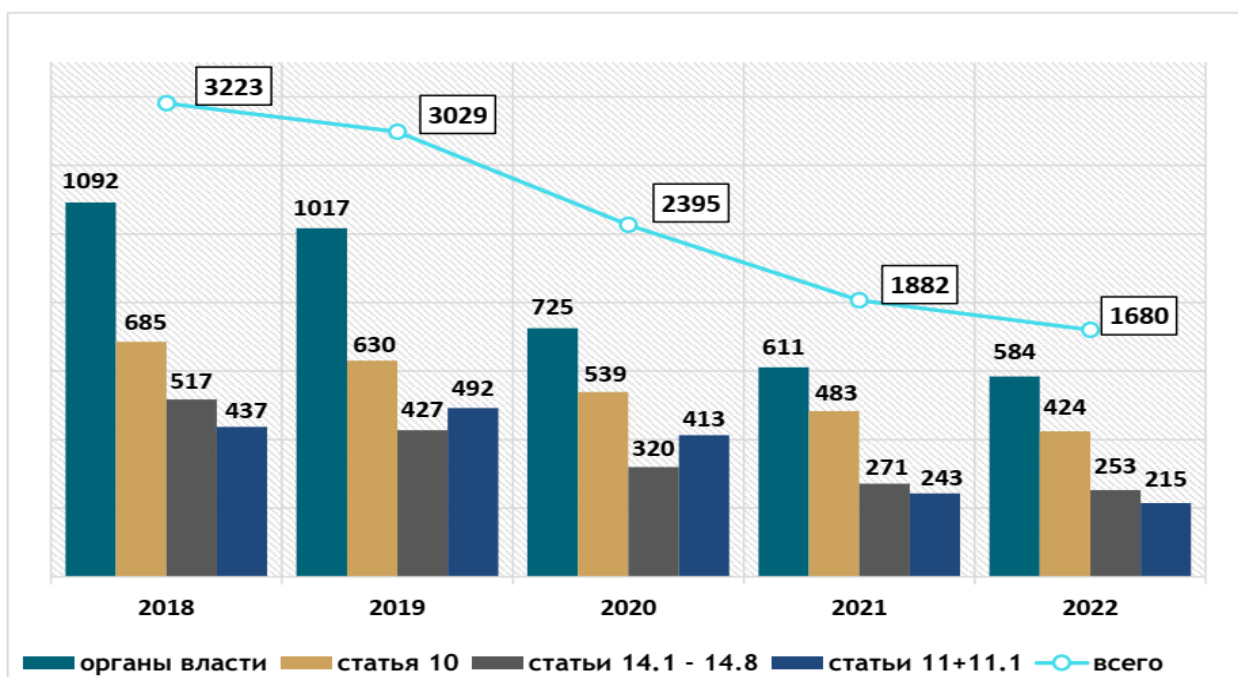


Рисунок 2- Количество возбужденных дел о нарушении антимонопольного законодательства [43]

- телекоммуникационной инфраструктуры.

На сегодняшний день антиконкурентные соглашения, включая наиболее опасный их вид – картели – широко распространены в сфере государственным участием и закупок в сфере государственного оборонного заказа, во всех секторах российской экономики, в том числе имеющих стратегическое значение. По данным ФАС РФ количество возбужденных дел о нарушении антимонопольного законодательства с 2018 по 2022 год уменьшалось в связи с повышением эффективности работы комитета и изменениями, принятыми в антимонопольном законодательстве с 2018 года.

Маркетплейсы выступают информационными посредниками в маркетинге в онлайн-среде, которые предлагают клиентам сайт для связи онлайн-пользователей с информацией о продуктах и услугах различных компаний (авиабилеты, кейтеринги, одежда и обувь, другие товары и услуги). Этот метод проще для клиента, так как нет необходимости самому собирать информацию и изучать все предложения в сети, сравнивать цены, рейтинги и другие показатели.

Можно рассчитать объем данного товарного рынка и доли хозяйствующих субъектов. Под продажами в настоящем анализе понимается объем продаж (в рублях) от оказанных услуг (в том числе в виде комиссии, платы, иных платежей, взимаемых за доставку, выдачу и иную логистику товара, платежей, взимаемых за рекламирование, иное продвижение товаров на площадке, и т.д.), связанных с размещением на платформе маркетплейса информации о товарах. Расчеты представлены в Приложение А и Б.

а) Коэффициент рыночной концентрации (CR_n) - сумма долей на товарном рынке (в процентах) определенного числа (n) крупнейших хозяйствующих субъектов, действующих на данном рынке:

$$(CR_n) = \sum_{i=1}^n D_i, \quad (1)$$

где: D_i – выраженная в процентах доля i -го крупнейшего хозяйствующего субъекта, действующего на товарном рынке; n – число

рассматриваемых крупнейших хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке.

б) Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (ННІ) – сумма квадратов долей на товарном рынке (выраженных в процентах):

$$ННІ = \sum_{i=1}^N D_i^2, \quad (2)$$

где: D_i – выраженная в процентах доля i -го хозяйствующего субъекта, действующего на товарном рынке; N – общее количество рассматриваемых хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке.

Таким образом, $CR \geq 70\%$ и $ННІ \geq 2000$. Следовательно, уровень концентрации исследуемого рынка является высоким.

К барьерам входа на товарный рынок относятся экономические ограничения, административные ограничения, вводимые органами государственной власти и местного самоуправления и иными органами и организациями, наделенными правами данных органов (не противоречащие антимонопольному законодательству), стратегия поведения действующих на рынке хозяйствующих субъектов, направленная на создание барьеров входа на рынок, в том числе, наличие среди действующих на рынке хозяйствующих субъектов вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, которое приводит к созданию барьеров входа на рынок, другие ограничения входа на товарный рынок.

На сегодняшний день действующее российское законодательства не вводит каких-либо ограничений или дополнительных требований для осуществления деятельности маркетплейса, в том числе требований по лицензированию.

Установлено, что для входа на рынок маркетплейсов требуется проработка как минимум следующих аспектов:

- разработка сайта и/или мобильного приложения, настройка информационно-технической инфраструктуры;

- разработка и настройка бизнес-процессов для всех участников платформы (в частности, проработка процессов информационного обмена между участниками платформы, процессов приема заказов покупателем, приема денежных средств от покупателя, проведения расчетов с продавцом, логистических процессов и др.);

Вместе с тем, на исследуемом рынке осуществляет деятельность незначительное (16) количество хозяйствующих субъектов, большая часть которых занимает малую или ничтожную рыночную долю, а два крупнейших участника занимают более 80% рынка, несмотря на то, что за последние 10 лет (с 2012 года по 2022 год) объем рынка вырос более чем в 10 раз

Учитывая изложенное, установлено доминирующее положение на исследуемом товарном рынке ООО «Вайлдберриз» и ООО «Интернет Решения» (OZON). Установлено, что барьеры входа на исследуемый рынок представляются экономическими, являются труднопреодолимыми, усиливаются сетевыми эффектами, связанными с логистикой товаров, требуют колоссальных инвестиций, недоступных множеству хозяйствующих субъектов.

По данным ФАС состояние конкуренции в сфере розничной торговли находится на среднем уровне. При этом конкуренция есть при недостаточном количестве субъектов малого предпринимательства. При оценке существующих барьеров, препятствующих развитию конкуренции, отмечается:

- а) ограничение развития крупных торговых сетей;
- б) неразвитость логистических цепочек и логистических возможностей на удаленных территориях;
- в) наполненность рентабельных (для открытия магазина) территорий действующими торговыми объектами (высокая конкуренция);
- г) санкции и ограничительные меры со стороны иностранных государств и партнеров.

Факторами, ограничивающими конкуренцию в сфере розничной торговли являются:

а) избыточные ограничения в сфере регулирования отношений поставщиков (производителей) и торговых сетей;

б) попытки ужесточения законодательных мер, в том числе введение новых законодательных требований, существенно усложняющих предпринимательскую деятельность или вводящих необходимость несения дополнительных расходов;

в) снижение покупательской способности населения;

г) олигополия производителей товаров;

д) недостаток существующего на рынке предложения качественных товаров по доступной цене, которые будут востребованы потребителями;

е) существующие нормативные ограничения наценок на некоторые товары;

ж) региональный протекционизм.

Для решения проблем предлагаются следующие меры:

а) поддержка развития франчайзинга (коммерческой концессии), создание условий для взаимодействия торговых сетей и субъектов малого предпринимательства на основе совместного использования торговых площадей;

б) поддержка внедрения новых технологий работы, взаимовыгодных для торговых сетей и поставщиков (производителей), путем признания таких действий допустимыми или путем выдачи соответствующих разъяснений о критериях добросовестности хозяйствующих субъектов при осуществлении определенной деятельности;

в) замена законодательных инициатив по усилению административного воздействия на рынок мерами по поддержке саморегулирования, в том числе на уровне федеральных законов.

Заключение. Российское антимонопольное регулирование должно бороться со всеми видами монополизации экономики. Однако, в экономике

присутствует высокая степень государственного монополизма во многих сферах экономики, в частности в сфере оптового рынка табачной продукции.

Необходимо двигаться к созданию конкурентной среды в экономике. Когда будет экономический рост, предприятия смогут создать высокую конкуренцию для монополистов и на рынок придет продукция более высокого качества и технологически более современная. .

В Докладе о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2022 год ФАС России было обращено внимание на то, что в развитии экономики России есть государственно-монополистические тенденции, характеризующиеся увеличением доли государства в экономике.

Установлено, что рынок маркетплейсов в РФ обладает значительными сетевыми эффектами, связанными с логистикой товаров, являются труднопреодолимыми, однако требуют значительных инвестиций, недоступных множеству хозяйствующих субъектов. У участников рынка запрошены сведения об объемах различных показателей относительно непродовольственных товаров и товаров народного потребления. На рисунках далее есть данные показатели и они представлены суммарно по всем маркетплейсам в округленном виде.

На исследуемом рынке осуществляет деятельность незначительное (16) количество хозяйствующих субъектов, большая часть которых занимает малую или ничтожную рыночную долю. Но крупнейшими участниками рынка, являющимися доминирующими хозяйствующими субъектами, являются Wildberries и OZON и рынок является высококонцентрированным.

По мнению ФАС России, необходимо дать поручение органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления обеспечить увеличение не менее, чем в два раза по сравнению с текущим значением количество мест под размещение нестационарных торговых объектов, осуществляющих продажу продовольственных товаров, а также количество проводимых ярмарок.

Совокупность указанных мер не только сможет расширить возможность для субъектов малого и среднего предпринимательства входа на новые товарные рынки, но и позволит оценить существующий подход в осуществлении ими предпринимательской деятельности.

Решение задач по совершенствованию правовых и организационных мер обеспечения, защиты и развития конкуренции, позволяющих противостоять глобальным экономическим вызовам, возможно, во-первых, при условии преодоления существовавших ранее внутренних факторов, сдерживающих экономический рост, а, во-вторых, при своевременной реализации эффективных ответных мер новым экономическим вызовам.

На следующем этапе реализации государственной политики по развитию конкуренции необходимы качественные системные, институциональные и организационные изменения, а также дальнейшие шаги по развитию конкуренции в отраслях национальной экономики.

В рамках своей компетенции антимонопольный орган должен уделять особое внимание вопросам недопущения возможности злоупотребления участниками рынка своей рыночной властью, а также недопущения недобросовестной конкуренции. Эти меры будут способствовать развитию добросовестной конкуренции на различных рынках и будут гарантией развития смежных рынков, а также создадут новые возможности для социально значимых проектов.