

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

Конкуренцию можно назвать основным двигателем экономического прогресса. Эффективность функционирования рынка тем выше, чем активнее конкуренция в нем. Если нет конкуренции, то одно предприятие может бесконечно повышать цену и снижать качество, что отрицательно влияет на всеобщее благо. Данный процесс приводит к созданию монополий.

Хотя основная идея термина монополии противоположна конкуренции, но именно монополия в рыночных экономиках является последствием конкуренции, в результате которой плохо работающие предприятия вытесняются из рынка, а производство концентрируется на больших предприятиях. Действительно, отсутствие конкуренции может привести к полной остановке научно-технического прогресса, ведь ни один монополист не заинтересован в развитии новых технологий, которые в будущем могут угрожать его лидирующим позициям в отрасли.

Помимо этого, монополисты в состоянии понижать качество своего товара с целью экономии своих средств. Достигнутое за счет экономии средств уменьшение издержек позволяет получать максимальную прибыль для предприятия. В то время как при совершенной конкуренции предприятие очень редко может применять подобную политику, ведь клиенты могут отвернуться от них.

Преобладание различных монополий на рынке сводится к общепризнанному единому следствию – самостоятельному установлению рыночной цены. При этом законы, которые выражают зависимость стоимости от спроса и предложения, используются своеобразно.

В развитых странах мира борьбу с монополизмом ведет государство. Причем основной задачей регулирования антимонополии считается защита конкуренции от подавлений монополистов и ограничение власти фирм-монополистов, которые диктуют потребителям собственные уровни цен.

На сегодняшний день в РФ доминирующие фирмы могут относиться к трем категориям, таким, как временные, разрешенные и естественные монополии.

Актуальность темы исследования заключается в том, что монополии, в отличие от других хозяйственных единиц, занимают особое место в системе экономических отношений.

Цель курсовой работы – исследовать процесс монополизации рынка.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить понятие, виды и особенности монополии;
- изучить структуру и отраслевую направленность монополий в российской экономике;
- изучить сущность и особенности монополистического рынка;
- рассмотреть понятие и выявить основные принципы антимонопольной политики и антимонопольного законодательства;
- провести анализ монополистического рынка в России;
- проанализировать стратегические меры антимонопольного регулирования и развития конкуренции в российской экономике;
- исследовать направления стратегического развития антимонопольной политики государства.

Объектом исследования данной работы является монополистический рынок.

Предмет исследования – регулирование монополизации рынка в Российской экономике.

Теоретическую и научно-методологическую основу работы составляют работы отечественных и зарубежных ученых, основные их выводы и положения, нормативно – правовые акты Российского законодательства, периодические издания, интернет- ресурсы.

В работе будут использованы следующие основные методы исследования:

- системный подход;
- экспертно-аналитический метод;
- методы экономического анализа.

Курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка используемой литературы.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОНОПОЛИЗАЦИИ РЫНКА

1.1 Понятие, особенности и виды монополии

Под монополией понимается такая структура рынка, при которой существует всего один продавец, контролирующий всю отрасль, и реализуемый им продукт не имеет субститутов в других отраслях.

Монополия – противоположность конкурентному рынку, где действует большое количество продавцов. Соперничество на конкурентном рынке заставляет продавцов снижать цены – при монополии же продавец может устанавливать любую цену на свою продукцию [7, с. 121].

Основными причинами, по которым образуются монополии, считаются следующие:

- Стремление получить прибыль выше средней – монополистическую прибыль. Считается, что, если компания имеет более 65% всей прибыли отрасли, значит, отрасль монополистична. Достичь такой прибыли можно, только если лишить потребителя возможности выбора;
- Законодательные барьеры. Вход в рынок может быть доступен только фирмам, имеющим специальный сертификат или лицензию;
- Внешняя политика. Монополия может быть образована из-за желания государства защитить отечественного производителя. С этой целью государство ставит барьеры для зарубежных игроков, например, ограничение импорта;
- Поглощения и слияния;
- Запугивание. На руководство конкурирующей фирмы может оказываться давление с целью добиться ухода этого предприятия из отрасли [15, с. 99].

Существует несколько классификаций монополий – наиболее распространенная предлагает делить их на следующие типы:

1. Открытая монополия – это временная ситуация, обусловленная тем, что конкуренты пока не освоили производство продукта. Чаще всего возникает при появлении новой технологии.

2. Закрытая монополия создается с помощью законодательных барьеров.

3. Естественная монополия – ситуация, при которой предприятия отрасли объединены одной организацией. Естественная монополия существует, если в отсутствии конкуренции удовлетворять потребности населения проще и выгоднее (за счет снижения издержек на единицу товара). К отраслям естественной монополии в России относят железнодорожный транспорт, линии электропередач, водоснабжение и канализацию. Естественная монополия характеризуется большим количеством барьеров входа в отрасль. Прежде всего потенциальных конкурентов отпугивает внушительный размер капитала, необходимый для входа [5, с. 116].

Естественные монополии имеют ряд плюсов, в числе которых:

- Возможность использовать значительные финансовые ресурсы для поддержания или модернизации производства;
- Установление единых стандартов, которым должна соответствовать продукция (что упрощает контроль качества);
- Возможность использовать современные достижения НТП.

Однако существуют и минусы:

- Соблазн переложить максимум издержек на потребителя, который не в состоянии оказать обратное влияние на производителя (например, отказаться от его услуг);
- Вероятность снижения качества предоставляемых услуг (компания идет на это, чтобы снизить издержки);
- Вероятность «застоя» в техническом прогрессе (у производителя нет побудительных мотивов к совершенствованию услуг).

Чистая монополия – ситуация, когда на рынке присутствует всего один производитель [7, с.122]. Явление чистой монополии считается теоретическим – на данный момент встретить чистую монополию, образованную естественным способом (без поддержки государства), проблематично.

Чистая монополия характеризуется следующими чертами:

- Реализуемый товар не имеет субститутов, то есть продуктов-заменителей. Это тоже абстракция – сейчас практически любой продукт заменяем, поэтому у потребителя всегда есть возможность выбора;

- Ценовой диктат. Цена устанавливается фирмой, а не рынком. Реализация этой особенности тоже невозможна – диктата не допускает государство;
- Компания не имеет стратегии, так как необходимость бороться за потребителя отсутствует [7, с. 124].

К основным методам борьбы с монополией относятся:

- Устранение всяких барьеров и создание благоприятных условий для образования в отрасли фирм-конкурентов.
- Устранение препятствий для зарубежных производителей.
- Принудительное разделение большой организации на несколько мелких.
- Государственный надзор за процессами слияния и поглощения, которые приближают отрасль к монополии, а также установление высоких требований к фирме-«поглотителю» [10, с.15].
- Прямой контроль. Государство самостоятельно определяет заработную плату сотрудников и цену продукции предприятий, являющихся естественными монополистами.

1.2 Монополии в российской экономике: структуры, отраслевая направленность

Вопросы монополизма в экономике интерес вызывает в течение практически всего двадцатого столетия. Данная тематика была и будет актуальной, пока будут существовать мировые экономические гиганты, которые прочно занимают в производстве монополистическое место.

Корнями история монополии уходит в глубокую древность. В разнообразных формах и в различной степени монополистические объединения проявлялись на всех стадиях развития рыночных процессов. Взаимосвязь таких явлений, как кризис и монополия, отображает один из факторов монополизации, в частности: попытку ряда компаний найти избавление от кризисных потрясений именно в монополистической практике. Так что вполне обоснованно монополии в экономической литературе именовались «детьми кризиса» [8, с. 136].

Сегодня в экономике основные формы монополистических объединений – это трест, синдикат, концерн и картель. Более подробное описание каждой из форм представлены в таблице 1.

Таблица 1.1

Формы монополистических объединений. [\[1\]](#)

Форма объединения	Характеристика такого союза
Трест	Предпринимателями объединяется производство, финансы, сбыт, управление, при этом собственники отдельных предприятий в соответствии с суммой вложенного капитала получают акции треста, дающие им право на участие в управлении трестом.
Картель	Участниками данного объединения вступают в длительные соглашения в отношении единого ценообразования, а также деление покупателей или рынков.
Концерн	Одна из наиболее «жестких» форм объединений. Формируется головная компания-холдинг, в которой формально зависимые предприятия входят путем установления над ними финансового контроля.
Синдикат	Объединение, подразумевающее, что права собственности на средства производства сохранены за участниками этого соглашения, в то время как изготовленная продукция представляет собой собственность всего синдиката.

Необходимо заметить, что существуют разные виды монополий, из которых можно выделить три основных: естественная, экономическая и административная.

Естественная монополия формируется, если спрос на конкретный товар в большей степени удовлетворяют одна или несколько фирм. Она базируется на особенностях технологий производства или обслуживания покупателей. В этом случае конкуренция нежелательна или невозможна. Таким примером могут быть энергообеспечение, связь, телефонные услуги и т.п. В данных отраслях имеется ограниченное количество участников или единственное национальное

предприятие, а потому, естественно, им принадлежит на рынке монопольное положение. Естественные монополии бывают двух типов:

1. природные. Возникновение этих монополий происходит благодаря барьерам для конкуренции, созданных самой природой. Так, монополистом может стать компания, исследователи которой нашли уникальное месторождение полезных ископаемых, купившая права на участок земли, на котором расположено данное месторождение. В этом случае уже никто другой не сможет использовать данное месторождение.
2. технико-экономические. Такое условное название можно дать монополиям, возникновение которых продиктовано причинами экономическими либо техническими, которые связаны с проявлением эффекта масштаба. К примеру, технически практически невозможно (и невыгодно) создание в одном городе двух или более сетей канализации, подвода электроэнергии или газа в дома и квартиры [6, с. 29].

Административная монополия возникает как следствие прямого влияния, оказываемого на рынок государственными или, в случае более локальных рынков, муниципальными органами власти. Такой вид монополии представляет собой разновидность закрытых монополий, потому что соответствующие политические институты могут создавать административные барьеры к входу новых компаний на рынок. Сюда относятся т.н. организационные структуры для государственных предприятий, если они объединяются и подчиняются разным ассоциациям и министерствам.

Экономическая монополия наиболее распространена. Появление ее обуславливается экономическими причинами, формируется она на базе закономерностей хозяйственного развития. Таковыми являются предприниматели, сумевшие завоевать на своем рынке монопольное положение. Существуют два пути для этого: первый – успешное развитие компании, постоянное увеличение ее масштабов при помощи концентрации капитала; второй основан на процессе централизации капиталов, т.е. на добровольном объединении либо поглощении банкротов победителями. Одним из двух путей, либо или при помощи обоих одновременно, компания достигает таких размеров и масштабов, при которых способна доминировать на рынке.

На сегодняшний день монополистические тенденции определяются некоторыми факторами. Прежде всего, к ним можно отнести научно-техническую революцию (НТР), которая начала набирать обороты в государствах с развитой

промышленностью во второй половине XX века [8, с. 139].

НТР, способствуя совершенствованию всей системы производительных сил, обуславливает существенное уменьшение капиталоемкости, энергоемкости, материалоемкости продуктов, снижение в некоторых отраслях масштабов высокоэффективных предприятий. Это все стало причиной того, что к разряду рентабельных высокоэффективных предприятий стали причисляться не исключительно монополистические объединения, но также средние и даже малые предприятия.

Российским антимонопольным законодательством определение понятию «монополия» не дается, так как чистых монополий в реальности не существует. Однако имеются предприятия, обладающие главным признаком монополии – значительной долей на рынке конкретного товара. К «реальным монополиям» относятся хозяйствующие субъекты, доля которых на рынке конкретного товара равняется 65% или более. В такой ситуации говорят, что компания занимает «доминирующее положение». Также доминирующей признают позицию хозяйствующего субъекта, у которого доля на рынке какого-либо товара находится в диапазоне 35%-65%, в случае, когда это установлено соответствующими антимонопольными органами [16].

Каждое предприятие, которое имеет на рынке какого-либо товара долю, превышающую 35%, фиксируется в специальном реестре (по региональному и федеральному рынку). Значение реестра заключается в формировании информационной базы данных по крупнейшим субъектам рынка с целью проведения государственного контроля соблюдения такими компаниями антимонопольных законов.

Отдельное и значимое место в российской экономике принадлежит естественным монополиям. Естественная монополия представляет собой монополию, при которой формирование конкурентной среды на рынке при нынешнем уровне научно-технического прогресса экономически неэффективно или невозможно вне зависимости от уровня спроса.

В России можно назвать три или четыре естественных монополиста, это:

- ПАО «ЕЭС» (генерация электроэнергии, последующая передача ее по высоковольтным линиям электропередачи);
- ПАО «ГАЗПРОМ» (реализация природного газа, транспортирование газа по трубопроводам);

- ОАО «РЖД» (осуществление железнодорожных перевозок);

По отношению к российской нефтеперерабатывающей и нефтедобывающей промышленности тоже можно говорить про монополизацию производства. Добычей нефти в государстве занимается больше 240 нефтегазодобывающих компаний, однако 11 нефтедобывающими холдингами обеспечивается больше 95% от общего объема добычи [22].

Наиболее крупные торговые сети России также находятся на положении монополистов. На долю X5 Retail Group приходится 45%, доля ПАО «Магнит» составляет 40%. Эти компании – лидеры по числу магазинов, по объемам оборота денежных средств, по размерам торговых площадей.

Каждая из таких компаний, вне зависимости от того, является ли предприятие естественным монополистом или искусственным, обладает монопольной властью, т.е. возможностью регулировать цены на предлагаемый товар посредством ограничения предложения. Довольно часто монополисты такой властью злоупотребляют, стараясь ограничить конкуренцию, и нанося таким образом ущерб потребителям. Данное явление носит название монополистической деятельности, проявляется такая деятельность в виде ценовых злоупотреблений.

С целью преодоления высокого уровня монополизации экономики в России, а также с целью развития конкуренции разработаны были специализированные государственные программы. Главная задача этих программ – снижение концентрации производства, формирование благоприятных условий развития конкуренции на российских рынках в отношении приоритетных групп товаров, диверсификация производства, повышение выпуска конкурентоспособных продуктов.

1.3 Сущность и особенности монополистической конкуренции

Монополистическая конкуренция – это один из видов структуры рынка, в котором большое количество предприятий выпускают дифференцированные товары. Основная особенность этой структуры — в продукции существующих предприятий [7, с. 128]. Она очень схожа, однако, не абсолютно взаимозаменяема. Эта рыночная структура получила такое название из-за того, что каждое предприятие становится маленьким монополистом, который выпускает свой особый вариант продукта, а

также из-за множества конкурирующих фирм, выпускающих аналогичную продукцию.

Главные особенности монополистической конкуренции

- Дифференцированные товары и большое количество конкурентов;
- Высокая степень соперничества обеспечивает ценовую, а также жесткую неценовую конкуренцию (рекламирование товаров, выгодные условия продажи);
- Отсутствие зависимости между компаниями практически полностью исключает возможность тайных договоренностей;
- Свободная возможность входа и выхода с рынка для любого предприятия;
- Убывающая кривая спроса, заставляющая постоянно пересматривать ценовую политику.

1. В краткосрочном периоде

В условиях данной структуры до определенного момента спрос является достаточно эластичным по отношению к цене, однако, расчет оптимального уровня производства, позволяющего максимизировать доход, похож на монополистический.

Линия спроса на некий товар DSR, обладает более крутым наклоном. Оптимальный объем изготовления продукции QSR, позволяющий получить максимальный доход, находится в точке пересечения маржинального дохода и затрат. Оптимальный уровень цены PSR, соответствует заданному объему изготовления продукции, отражает спрос DSR, поскольку эта цена покрывает средние издержки, а также обеспечивает определенную прибыль.

В случае если стоимость ниже средних затрат, предприятию необходимо минимизировать свои убытки. Для того чтобы понять стоит ли выпускать продукцию, необходимо определить превышает ли цена продукции переменные затраты. Если рыночная стоимость выше переменных затрат, то предпринимателю следует произвести оптимальный объём продукции, поскольку она позволит покрыть не только переменные, но и часть постоянных затрат. Если же рыночная стоимость ниже переменных затрат, то с выпуском продукции следует повременить.

1. В долгосрочном периоде

В долгосрочной перспективе на размер прибыли начинают влиять другие компании, вступившие на рынок. Это приводит к тому, что совокупный покупательный спрос распределяется между всеми компаниями, количество товаров-субститутов возрастает и спрос на продукцию конкретной фирмы снижается. В попытке увеличить уровень продаж существующие компании расходуют средства на рекламу, продвижение, улучшения качества товаров и т. п., а, следовательно, возрастают и издержки.

Такая рыночная ситуация продлится до того момента пока не исчезнет потенциальная прибыль, привлекающая новые компании. В результате фирма остается как без убытков, так и без дохода.

Рынок монополистической конкуренции является самым благоприятным вариантом для покупателей.

Дифференциация товаров предоставляет огромный выбор товаров и услуг для населения, а уровень цен определяется потребительским спросом, а не предприятием.

Равновесная цена в монополистической конкуренции выше маржинальных издержек, в отличие от уровня цен на продукцию, которые устанавливаются на конкурентном рынке. То есть цена, которую заплатят потребители дополнительных товаров превысит затраты на их изготовление.

Основным недостатком монополистической конкуренции является размер существующих предприятий. Быстрое возникновение убытков от увеличения масштабов производства значительно ограничивает размер фирм. А это обеспечивает нестабильность и неопределенность рыночных условий и развития малого бизнеса.

В случае незначительного спроса фирмы могут понести значительные финансовые потери и обанкротится. А ограниченные финансовые ресурсы не позволяют предприятиям задействовать инновационные технологии.

1.4 Антимонопольная политика и антимонопольное законодательство: понятие и основные принципы

Для динамичного развития российской экономики очень важна антимонопольная политика, проводимая современным правительством. Так, должным образом продуманные меры по регулированию монополий будут всячески способствовать достижению таких целей:

- Будет стабилизирован рынок
- Будет усовершенствована экономика в целом
- Будет развиваться конкуренция [14, с. 80].

На данный момент различают две разновидности антимонопольной политики:

- В отношении искусственным монополиям
- В отношении естественных монополий.

На самом деле, антимонопольная политика РФ, созданная в государстве, преследует несколько глобальных целей:

- Развить конкурентные начала;
- Стимулировать частное предпринимательство [14, с. 83].

Антимонопольное же регулирование представлено в России в двух методах:

1. Косвенный метод – финансово-кредитное регулирование, направленное на преодоление монополий в экономике;
2. Простой метод – регулирование, которое предупреждает или устраняет монопольное положение субъектов рынка [5, с. 122].

Основная суть проводимой правительством антимонопольной политики – с выгодой использовать крупномасштабную экономику и, при этом, нейтрализовать ее побочные последствия, которые возникают по причине ослабления конкуренции на рынках страны.

Из-за возможности потерять всеобщее благосостояние зародилось антимонопольное регулирование. Стоит отметить, что значительно осложняются условия осуществления данной деятельности с развитием представлений о конкуренции. Противодействовать появлению новых крупных торговцев и контролировать их поведение – задача намного проще, чем обеспечивать равный доступ участникам рынка к ресурсам, содействовать динамической конкуренции и т.д.

В свою очередь, отечественное законодательство, регулирующее вопросы конкуренции разрабатывалось только при формировании рыночных отношений и при очень серьезных существующих монополиях. Антимонопольная политика преследует несколько важных целей:

- Ограничение монополизма,
- Ограничение злоупотребления доминирующим положением,
- Исполнение правил конкуренции,
- Наказание за нарушение правил,
- Создание конкурентной среды [14, с.86].

Наиболее действенной мерой в России по сей день является ограничительная мера, предусмотренная «законом «О защите конкуренции»[2] Строгие запреты на недобросовестную конкуренцию, монополистическую деятельность, а также действия органов власти, впрочем, могут оказать негативное влияние на развитие конкуренции.

Современные запреты на монополистическую деятельность разделены на несколько видов:

- Запрет развития ограничивающих конкуренцию соглашений
- Запрет предприятиям злоупотреблять доминирующим положением [11, с. 108].

Как показывает практика, именно такие злоупотребления составляют больше 60% нарушения антимонопольного законодательства.

Современное законодательство также накладывает запрет на установление монопольно низких и монопольно высоких цен, создание дефицита путем изъятия товара из обращения и навязывание контрагентам условий, который невыгодны для них.

Современная антимонопольная политика стремится запретить соглашения, которые ограничивают конкуренцию. В частности, речь идет про:

- Отказы контрагентов от заключения договоров с определенными покупателями или продавцами;
- Соглашения, которые препятствуют выходу на рынок других предприятий;
- Соглашения между предприятиями о разделе рынка по ассортименту продукции или территориальному принципу;
- Другие ценовые соглашения.

Так, по действующему законодательству РФ - "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках", в случае, если предприятие достигло определенного порога по заданному объему операций, возникает необходимость получения согласия антимонопольного органа на собственные действия (это называется предварительный контроль), а также последующего уведомления про них (речь идет о последующем контроле).

Антимонопольные службы контролируют:

- Ликвидацию и разделение унитарных муниципальных предприятий
- Присоединение и слияние коммерческих объединений, организаций, ассоциаций и союзов [9, с. 46].

Современное антимонопольное законодательство РФ также не разрешает сделки и действия, по итогам которых устанавливаются или расширяется рыночная власть коммерческой организации в случае, если негативные последствия для конкуренции не будут компенсированы повышением конкурентоспособности на международном и внутренних рынках. Таким образом, существующая форма контроля не мешает отечественным предприятиям интегрироваться для успешной конкуренции с зарубежными производителями.

Сегодня в РФ очень широко используют реестр в качестве инструмента антимонопольного контроля. По итогам анализа состояния товарного рынка, а также доли предприятий-участников они могут быть внесены или исключены из государственного реестра.

К сожалению, РФ подверглась негативному воздействию отраслей, которые являются естественными монополистами на рынке. На данном этапе работают более четырех тысяч монополистов (естественных монополистов – 500), продукция их составляет 7% от общего количества выпускаемых товаров.

По мере сокращения темпов производства в РФ спрос на услуги и продукты, что производятся естественными монополиями, быстро снижается. Приведенные выше отрасли очень капиталоемкие, а издержки у монополистов возникают постоянно.

Не так давно монополисты финансированы инвестиции, прежде всего, за счет своих внутренних источников (это стабилизационные и инвестиционные фонды, которые были сформированы за счет прибыли и себестоимости) – как следствие, это создало огромную нагрузку на тарифы для конечного потребителя.

Современный процесс формирования органов регулирования носит

продолжительный и очень болезненный характер – профильные министерства очень неохотно отдают соответствующие полномочия. Основные проблемы:

- Острая проблема финансирования;
- Сложность в привлечении квалифицированных кадров;
- Сложность в разработке методов регулирования;
- Необходимость улучшения нормативной базы.

Тем не менее, в случае создания эффективной системы регулирования РФ сумеет сформировать управляемую и компактную сферу регулирования монополистов на рынке.

2. АНАЛИЗ УРОВНЯ МОНОПОЛИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО РЫНКА

2.1 Анализ монополистического рынка в России

Важнейшее место в системе крупнейших предпринимательских структур в российской экономике принадлежит компаниям, которые функционируют в системе монополий. К крупнейшим компаниям относятся: ПАО «Газпром», ОАО «РЖД», и бывшее ПАО «ЕЭС». На данный момент только одна из названных компаний – ПАО «ЕЭС» - претерпела глубокую реструктуризацию - был создан комплекс межрегиональных распределительных сетевых компаний; оптовых генерирующих компаний и территориальных генерирующих компаний. Доли национального рынка для крупнейших, по состоянию на 2017 год, естественных монополий России, представлены на рисунке 2.1.

Рис. 2.1. Доли национального рынка для крупнейших, по состоянию на 2017 год, естественных монополий России, %[\[2\]](#)



1. ПАО «Газпром» – представляет собой крупнейшую газовую компанию в мире. Основными направлениями деятельности компании являются – геологоразведка, добыча, транспортировка газа. Государство - собственник контрольного пакета

акций Газпрома. Ему принадлежит 50,002%. Государство видит миссию ПАО «Газпром» в эффективном и сбалансированном газоснабжении российским потребителями и выполнении международных обязательств .

Ключевой целью является позиционирование ПАО «Газпром» как лидера среди глобальных энергетических компаний, за счет освоения новых рынков, обеспечения диверсификации видов деятельности, надежности поставок газа.

Газпром имеет наиболее богатые в мире запасы природного газа. Доля ПАО «Газпром» в мировых запасах газа - 17%, в российских запасах газа - 60%.

На монополиста по данным на 2017 год приходится около 20% мировой и около 85% российской добычи газа. ПАО «Газпром» является владельцем крупнейшей в мире системы передачи газа – Единой системы газоснабжения РФ. Протяженность этой системы составляет 156,9 тыс. км. ПАО «Газпром» и дочерние предприятия обслуживают 514,2 тыс. км (80%) распределительных газопроводов России.

«Газпром» в 2017 году экспортировал в дальнее зарубежье 193,9 млрд куб. м газа после 179,3 млрд куб. м в 2016 году.

2017 год стал годом новых экспортных рекордов "Газпрома". В январе компания достигла максимального показателя поставок за месяц - 19,1 млрд куб. м газа. 19 декабря был обновлен пиковый результат суточных поставок - 640 млн куб. м газа. Установлен новый рекорд экспорта за год. По оперативным данным, в 2017 году компания поставила в дальнее зарубежье 193,9 млрд куб. м газа. Это на 14,6 млрд куб. м (на 8,1%) превышает предыдущий максимум, достигнутый в 2016 году (179,3 млрд куб. м).

Итоги 2017: Европа проиграла борьбу за независимость от российского газа.

В 2017 году импорт российского газа, в частности, увеличили страны Северо-Западной и Центральной Европы - целевого региона для проекта "Северный поток - 2", который "Газпром" реализует при поддержке ведущих энергетических компаний Европы.

Так, максимальный исторический объем - 53,4 млрд куб. м газа - "Газпром" поставил на крупнейший экспортный рынок компании - в Германию. Рост - на 3,6 млрд куб. м (на 7,1%) по сравнению с 2016 годом, когда было зафиксировано предыдущее пиковое значение (49,8 млрд куб. м). На новый исторический уровень вышли поставки российского газа в Австрию - они составили 8,5 млрд куб. м (на

25% больше, чем в рекордном для республики 2005 году, и на 40% - чем в 2016 году) и в Нидерланды - 4,6 млрд куб. м (на 4,5% (к рекордному 2007 году) и на 9,7% соответственно)

Вырос спрос на российский газ во Франции - поставки достигли 12,3 млрд куб. м (увеличение на 6,8%), в Чехии - 5,8 млрд куб. м (на 28%), в Словакии - 4,6 млрд куб. м (на 24,5%), - заключил глава "Газпрома". - Кроме того, рекордный объем российского газа был поставлен в Данию - 1,75 млрд куб. м (на 1,9% больше, чем в 2016 году, когда был установлен предыдущий максимальный показатель).

Расширение нефтяного бизнеса и конкурентное присутствие в сфере электроэнергетики - перспективные задачи Газпрома в процессе становления как глобальной энергетической компании. Таким образом, электроэнергетика является одним из профильных направлений деятельности ПАО «Газпром». При соединении электроэнергетики и газовой сферы бизнеса может быть получен значительный синергетический эффект.

2. По данным за 2017 год межрегиональные распределительные сетевые компании, оптовые генерирующие компании и территориальные генерирующие компании, сформированные на базе ПАО «ЕЭС России» обеспечивают 70% электроэнергии и около 1/3 производимой тепловой энергии в России, обеспечивают контроль 72% генерирующих мощностей и 96% общей длины магистральных ЛЭП страны. На указанных предприятиях создано свыше 400 тыс. рабочих мест. По данным за 2017 год межрегиональными распределительными сетевыми компаниями, оптовыми генерирующими компаниями и территориальными генерирующими компаниями, сформированными на базе ПАО «ЕЭС России» перечислено за год в бюджеты разных уровней налогов на сумму свыше 100 млрд. руб.

3. ОАО «РЖД». Функционирование компании "Российские железные дороги" является жизненно важным для развития экономики России. Работа компании затрагивает жизнь фактически всего населения РФ. От качественной работы железной дороги напрямую зависит уровень развития не только РЖД, но и всего государства в целом. В связи с этим одной из ключевых задач ОАО "РЖД" является формирование эффективной системы организации и оплаты труда, системы эффективной социальной защиты работников компании.

Реализация стратегического плана развития ОАО «РЖД» в настоящий момент сведена к привлечению инвестиций для дальнейшего развития железнодорожного

транспорта на территории РФ за счет реализации пакетов акций дочерних обществ компании.

Главные цели деятельности ОАО «РЖД» - обеспечение государственных потребностей в железнодорожных перевозках, работах и услугах, оказываемых железнодорожным транспортом, а также получение прибыли. На конец 2017 года, занимая всего 4% рабочих и служащих, три монополии (газовая - ПАО «Газпром», железнодорожная - ОАО «РЖД» и комплекс энергопредприятий на базе реформированного ПАО «ЕЭС России») дают 13,5% ВВП, 20,6% инвестиций, 16,2% прибыли, 18,6% налоговых доходов консолидированного бюджета РФ.

2.2 Анализ специфики деятельности естественных монополий

Рассмотрим специфику деятельности естественных монополий на примере ПАО «Газпром». Газпром – крупнейшая газовая компания в мире. Основные направления деятельности – геологоразведка, добыча, транспортировка, хранение, переработка и реализация газа и других углеводородов. Для России характерно огромное расстояние между местами добычи газа и центрами его потребления. Это привело к тому, что ПАО "Газпром" сконцентрировало в своих руках всю газотранспортную сеть. Ее протяженность составляет 156,9 тыс. км.

Предприятия Группы Газпром обслуживают также 514,2 тыс. км (80%) распределительных газопроводов страны и обеспечили в 2017 году поставку 60% населения страны. Владея также 80% газовых месторождений, огромный концерн фактически сохранил структуру советского газового министерства. Пользуясь своим положением, "Газпром" полностью контролирует доступ независимых газодобывающих компаний к газопроводу, следовательно и к продаже газа. Это приводит к почти полной монополии "Газпрома" внутри России. Кроме этого, концерн является главным экспортером газа, не давая независимым компаниям возможности получить прибыль на главном для этой отрасли рынке. Газпром экспортирует газ в 32 страны ближнего и дальнего зарубежья, продолжает укреплять свои позиции на традиционных зарубежных рынках. В работе рассмотрен следующий период анализа с 2015-2017 гг. Объемы выручки ПАО «Газпром» и ВВП России представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Динамика объема выручки ПАО «Газпром» и объема ВВП [\[3\]](#)

Год	ВВП, млрд руб.	Выручка ПАО "Газпром" от продаж газа, млрд. руб.
-----	-------------------	--

2015	79199,7	2985
------	---------	------

2016	83232,6	3427
------	---------	------

2017	86043,6	3302
------	---------	------

Далее на рисунке 2.2 рассмотрим выручку от продаж Газпрома.

Рисунок 2.2



Выручка от продаж Газпром, 2015–2017 гг., млрд руб [\[4\]](#).

Из рисунка 2.2 видно, что выручка от продаж (за вычетом акциза, НДС и таможенных пошлин) выросла на 37 733 млн руб., или на 1 %, за 2017 год, по сравнению с 2016 годом и составила 6 111 051 млн руб. Увеличение выручки от продаж в основном вызвано ростом продаж сырой нефти и газового конденсата на 151350 млн. руб., или на 58%, по сравнению с 2015 годом за счет роста цен и увеличения продаж. Однако, прибыль от продаж в 2017 году уменьшилась на 41% и составила 725 580 млн руб. Это связано с увеличением амортизации, расходов на покупку товаров для перепродажи, прочих операционных расходов и НДС. Доля чистой выручки от продажи газа составляет приблизительно $\frac{1}{2}$ часть общего объема чистой выручки от продаж (в 2017 г. 54%) К уменьшению чистой выручки от продаж газа на 124 487 млн руб. (4 %) привело снижение средних цен продаж газа в Европу и СББ на 20%, а также снижение объемов продаж в СББ.

Основными макроэкономическими факторами, влияющими на

Результаты деятельности компании являются:

- изменение рыночных цен на нефть и нефтепродукты;
- изменение курса российского рубля к доллару США и инфляция;
- налогообложение;
- изменение тарифов на транспортировку нефти и нефтепродуктов.

Рассмотрим также уровень расходов (см. рис.2.3)

Рисунок 2.3

Структура расходов группы Газпром в 2017 г., в % [5].



Из рисунка 2.3 видно, что основную часть занимают расходы на покупку нефти и газа, а также прочие расходы, включающие в себя расходы на электроэнергию и аренду, затраты на материалы и товары для перепродажи, а также ремонт, эксплуатацию, техническое обслуживание оборудования. 819 327 млн руб. за аналогичный период прошлого года. В 2017 г. Компания реализовала на внутреннем рынке 6,14 млн т нефти, что на 2,18 млн т больше, чем в 2016 г. Реализация нефтепродуктов на внутреннем рынке в натуральном выражении незначительно снизилась на 0,1 %, в стоимостном – выросла на 3,4 %.

Таблица 2.2

Динамика реализации нефти в России и на внешнем рынке с 2015 по 2017г. [6]

2015 2016 2017

Реализация нефти на внутреннем рынке 1,86 3,96 6,14

Реализация нефти в страны дальнего зарубежья 8,03 8,36 9,58

Реализация нефти в СНГ 5,09 2,34 2,45

Из таблицы 2.2 видно, что реализация нефти на Российском рынке в 2017г. увеличилась на 55% по сравнению с 2016г., а объем экспорта увеличился на 13%. Это связано с ростом добычи нефти с арктических проектов компании.

3. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ МЕРЫ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

3.1 Направления стратегического развития антимонопольной политики государства

За последнее десятилетие в Российской Федерации проведена масштабная реформа антимонопольного законодательства. Регулярно осуществляются меры по его совершенствованию, а также по совершенствованию правоприменительной практики в указанной сфере. Созданы условия обеспечения субъектами естественных монополий недискриминационного доступа на товарные рынки, поддерживается международно-правовое сотрудничество по вопросам развития конкуренции с зарубежными антимонопольными органами в рамках Евразийского экономического союза, БРИКС, Организации Объединенных Наций, Содружества Независимых Государств.

Усиление антимонопольного регулирования и эффективная деятельность Федеральной антимонопольной службы содействовали улучшению конкурентной рыночной среды.

Вместе с тем в результате изменения политических и экономических условий возник ряд проблем в действующем антимонопольном законодательстве и

проведении государственной антимонопольной политики.

Отрицательным фактором, влияющим на развитие конкуренции, является увеличение доли государства в российской экономике.

Очевидно, что необходимо принятие мер, направленных на снижение уровня участия государства в экономике с сохранением его регулирующей роли.

Практика функционирования контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд выявила проблемы, связанные с реализацией Федерального закона «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». В их числе: увеличение объемов закупок у единственного поставщика, повышение значимости субъективных критериев оценки при проведении конкурса, одностороннее расторжение контрактов по инициативе заказчика, недостаточно эффективная система поддержки субъектов малого предпринимательства, снижение прозрачности проведения торгов.

Необходимо внести существенные изменения в Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», направленные на расширение возможностей участия юридических и физических лиц в закупках товаров, работ, услуг, развитие добросовестной конкуренции, обеспечение гласности и прозрачности при осуществлении закупок, предотвращение коррупции и других злоупотреблений в этой сфере, снижение объема закупок у единственного поставщика.

Следует установить также общие требования к процедурам закупки, в том числе через электронные площадки.

Рост тарифов естественных монополий является одной из преград для развития бизнеса и непосредственно влияет на конкурентоспособность как отдельных отраслей, так и российской экономики в целом.

В настоящее время недостаточно механизмов, стимулирующих деятельность субъектов естественных монополий к снижению затрат.

Требует совершенствования нормативная правовая база в сфере государственного регулирования цен (тарифов) на товары (услуги). Федеральный закон «О естественных монополиях» [1] не отвечает современным требованиям, а в ряде случаев вступает в противоречие с гражданским и антимонопольным

законодательством.

Проблемой также является отсутствие системности и непротиворечивости законодательства и подзаконных нормативных актов по вопросам тарифного регулирования. Поэтому возникла необходимость принятия федерального закона об основах тарифного регулирования.

Общественно-экономическое развитие обуславливает появление новых направлений антимонопольного регулирования, в частности ограничения исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности.

3.2 Направления совершенствования антимонопольного законодательства

Несмотря на предпринимаемые в России в последнее время меры, направленные на совершенствование антимонопольного регулирования, в этой области предстоит еще много чего сделать.

На наш взгляд, имеет смысл в разумной мере использовать зарубежный опыт осуществления антимонопольной политики.

Сравнение антимонопольного законодательства и факторов, влияющих на конкуренцию в России и за рубежом, представлено в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Сравнительный анализ антимонопольного законодательства и факторов конкуренции в России и за рубежом[7]

Критерий для
сравнения

Развитые страны зарубежья

Российская Федерация

Законодательная направленность	Выражает, в основном, интересы государства, которое недовольно обширной сферой влияния монополистов	Выражает интересы монополий-наследников административно-командной системы, так как не допускает образование новых монополий
Санкции, применяемые к нарушителям	Наложенные Европейской комиссией и министерством юстиции США штрафы являются крупнейшими за всю историю работы зарубежных антимонопольных органов	Сравнительно низкие санкции

Продолжение таблицы 3.1

Критерий для сравнения	Развитые страны зарубежья	Российская Федерация
Поддержка малого и среднего бизнеса	Довольно сильная поддержка малого и среднего бизнеса, следовательно, осуществляется помощь в преодолении административных барьеров	Слабая поддержка малого и среднего бизнеса
Уровень экономической свободы	Довольно высокий уровень экономической свободы	Низкий уровень экономической свободы
Уровень коррумпированности	Низкий уровень коррумпированности	Высокий уровень коррумпированности

Как видно из таблицы 3.1, на Западе антимонопольное законодательство хорошо разработано и весьма действенно. Государство активно способствует созданию

проконкурентной среды, в частности за счет поддержки малого и среднего предпринимательства, развития частной инициативы. Тем не менее, между американским и европейским антимонопольным законодательством существует значительная разница:

1. американское антимонопольное законодательство в большей степени направлено против монополий в лице структурной единицы;
2. европейское антимонопольное законодательство направлено не на устранение самой монополии, а на противодействие негативных последствий рыночной власти монополий.

Что касается малого и среднего бизнеса, то малые и средние фирмы имеют значение для роста экономики и играют значительную роль в обеспечении занятости населения. В частности, если сравнивать малые предприятия с крупным бизнесом, то можно отметить, что крупные фирмы не стремятся к созданию новых рабочих мест, а наоборот сокращают их за счет автоматизации производства. Малые предприятия готовы к созданию новых рабочих мест, предоставления возможности трудоустроиться тем, кто на протяжении долгого периода времени занимается поиском работы. К тому же малые предприятия обычно ориентированы на удовлетворение массового спроса на товары широкого потребления, а значит, именно они способны помочь решению проблемы инфляции, инфляционной неустойчивости российской экономики.

Можно выделить следующие ключевые проблемы, препятствующие развитию малого бизнеса в РФ:

- недостаточно продуманная система налогообложения, медленный процесс формирования инфраструктуры малого бизнеса;
- низкие темпы роста числа малых предприятий;
- плохая кооперация регионов, как с точки зрения обмена информацией и опытом по развитию малого предпринимательства, так и в сфере организации взаимодействия предпринимателей различных регионов между собой в практической плоскости.

С учетом всего вышесказанного, можно выделить следующие ключевые направления совершенствования государственного антимонопольного регулирования в РФ:

1. модернизация корпоративного законодательства и совершенствование системы корпоративного управления, включая развитие механизмов защиты прав собственности акционеров и инвесторов, повышение эффективности организационно-правовых форм юридических лиц, структуры и организации органов управления компании, реорганизацию интегрированных бизнес-структур, совершенствование нормативных правовых актов в сфере законодательства о несостоятельности (банкротстве);
2. улучшение конкурентной среды;
3. совершенствование регулирования субъектов естественных монополий;
4. повышение эффективности особых экономических зон.

В то же время, на наш взгляд, пока в той или иной отрасли естественных монополий не будет до конца освоен механизм рыночного регулирования, не имеет смысла полностью отказываться от государственного регулирования, а иногда даже наоборот, следует усилить его (с последующим ослаблением мер воздействия по мере становления рыночных отношений, создания базы для здоровой конкуренции).

Резюмируя, анализ показывает, что антимонопольное законодательство за рубежом по сравнению с российской практикой является более разработанным. Несмотря на ухудшение политико-экономических отношений РФ с другими странами, в связи с действием санкций со стороны США и ЕС, необходимо изучать лучшие образцы антимонопольного законодательства, переносить на российскую почву, адаптируя под особенности российской специфики и исторических условий, поскольку еще со времен существования СССР для России характерна высокая монополизация рынка.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги работы, необходимо заметить, что цели и задачи, поставленные ранее и сформулированные во введении, были достигнуты. Это позволяет сделать следующие выводы:

1. Под монополией понимается такая структура рынка, при которой существует всего один продавец, контролирующий всю отрасль, и реализуемый им продукт не имеет субститутов в других отраслях. Монополия – противоположность конкурентному рынку, где действует большое количество продавцов.

2. Рыночная форма экономической организации не в состоянии преодолеть действия негативных факторов естественной монополии. Рыночный механизм распределения ресурсов не работает. Разрешить существующие противоречия общество может только регулированием естественной монополии.
3. Последствия действия объективных экономических законов не всегда имеют положительный эффект с точки зрения социально-экономических интересов общества. Поэтому саморегулирование необходимо корректировать и дополнять с целью уменьшения негативных проявлений рыночной стихии при помощи государственного регулирования экономики, одним из видов которого и является антимонопольное регулирование.
4. Система антимонопольного законодательства состоит из законов, подзаконных актов, нормативных правовых актов. Данная система требует упорядочения и проведения границ их действия. Антимонопольная политика может быть малоэффективной, если не выявить границы ее применения.
5. Целью антимонопольной политики является не запрет монопольных образований, а поддержание конкуренции в данной сфере, осуществляющийся установленными способами.
6. Положение дел с государственным регулированием деятельности естественных монополий нельзя признать удовлетворительным. Этот вопрос требует незамедлительного решения, так как российские естественные монополии в настоящее время находятся в процессе реформирования.
7. Главные российские естественные монополии – ПАО «Газпром», ОАО «РЖД» и РАО «ЕЭС» – находятся на уровне лучших мировых стандартов по своим экономическим, техническим и организационным характеристикам. Эти хозяйственные структуры ещё не успели подвергнуться радикальному реформированию, а значит, при разумном к ним отношении они позволят занять российской экономике одно из ведущих мест в мире, вытянут её из сегодняшнего прорыва. Эти инфраструктурные отрасли до сих пор успешно функционируют в тяжелейших условиях. Значительную устойчивость придаёт им то, что они являются наиболее передовыми в техническом и организационном отношении, мощными и вертикально-интегрированными производственно-техническими комплексами.
8. Естественные монополии – это наше национальное достояние, которое во многом не имеет аналогов во всём мире. Новизной данной курсовой работы можно считать

то, что в ходе изучения данной темы была выявлена частичная несостоятельность антимонопольной политики и необходимость ее систематизации и реформирования. Также показана необходимость доработки существующих стратегий и увеличения количества возможных вариантов развития естественных монополий.

9. Международные монополии наносят большой вред национальным экономикам и в целом всей мировой экономике. Она лишает рынок очень важного свойства – это свободная конкуренция. Каждый год государство тратит огромные деньги на борьбу с международными монополиями.

Подводя итоги, делаем вывод, что существование естественной монополии можно считать оправданным и необходимым, но за ее процессами должен осуществляться жесткий контроль со стороны государства по недопущению злоупотребления своим монопольным положением.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 17.08.1995 N 147-ФЗ (ред. от 29.07.2017) "О естественных монополиях"
2. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 29.07.2017) "О защите конкуренции"
3. "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 07.06.2017).
4. Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе [Электронный ресурс]: Постановление правительства РФ от 30.06.2004 N 331 (ред. от 25.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016) // Справочно-правовая система Консультант плюс.
5. Гоман И. В. Конкуренция и государственное регулирование экономики российской Федерации / И. В. Гоман, А. В. Егорова // Вестн. СамГУ. – 2015. – № 2 (124). – С.116-122
6. Дубровин О.В. Развитие конкуренции и антимонопольная политика // Предпринимательское право. - 2015. - № 1. - С. 29 - 46.
7. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика- 1, 2. Мезоэкономика: Учебник / Г.П. Журавлева. - М.: Дашков и К, 2016. - 934 с.
8. Князева И. В. Историко-экономический экскурс: генезис монополизма и конкуренции в экономике России 2016г.

9. Комаров А. В., Пиллюк К. А. Антимонопольная политика РФ на современном этапе: проблемы и пути их разрешения // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. LX междунар. науч.-практ. конф. № 4(58). – Новосибирск: СибАК, 2016. – С. 46-53.
10. Коптин Д. Р. Роль антимонопольного регулирования в развитии конкурентных отношений на естественно-монопольных рынках // Известия. - СПбУЭФ. - 2015. - № 4. - С.15-20.
11. Мартыненко Г.И «Правовая защита конкуренции. Учебное пособие»
Издательство: "Юстицинформ" 2016г.
12. Рубин Ю. Б. Конкурентный статус участников рынка Издатель – Университет, Серия - Современная конкуренция. Научные статьи 2016г.
13. Тьюгендхэт К. Международные монополии; Прогресс - М., 2016. - 296 с.
14. Фитисова Т.В. Антимонопольная политика в России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – №1
15. Цыганова. А.Г. Конкуренция и антимонопольное регулирование. Логос, 2015. - 368с.
16. Зачем нужна конкуренция в экономике? Нетривиальный взгляд на пользу конкуренции. - 2015.: [Электронный ресурс] <http://iqreview.ru/economy/market-competition/>
17. ПАО "ФСК ЕЭС" Официальный сайт [Электронный ресурс] <http://www.fsk-ees.ru>
18. ОАО РЖД Официальный сайт [Электронный ресурс] <http://www.rzd.ru>
19. ПАО Газпром Официальный сайт [Электронный ресурс] <http://www.gazprom.ru>
20. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы России: [Электронный ресурс].: www.fas.gov.ru
21. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» : [Электронный ресурс].: <https://raexpert.ru>
22. Федеральная служба государственной статистики РФ [Электронный ресурс] <http://www.gks.ru>
23. The World's Biggest Public Companies // Forbes [Электронный ресурс].: http://www.forbes.com/global2000/list/#header:revenue_sortreverse:true

1. Составлено автором по:[7, с. 126] [↑](#)

2. Составлено автором по [22] [↑](#)

3. Составлено автором по [19] [↑](#)

4. Составлено автором по [19] [↑](#)

5. Составлено автором по [19] [↑](#)

6. Составлено автором по [22] [↑](#)

7. Составлено автором по [9, с. 47] [↑](#)