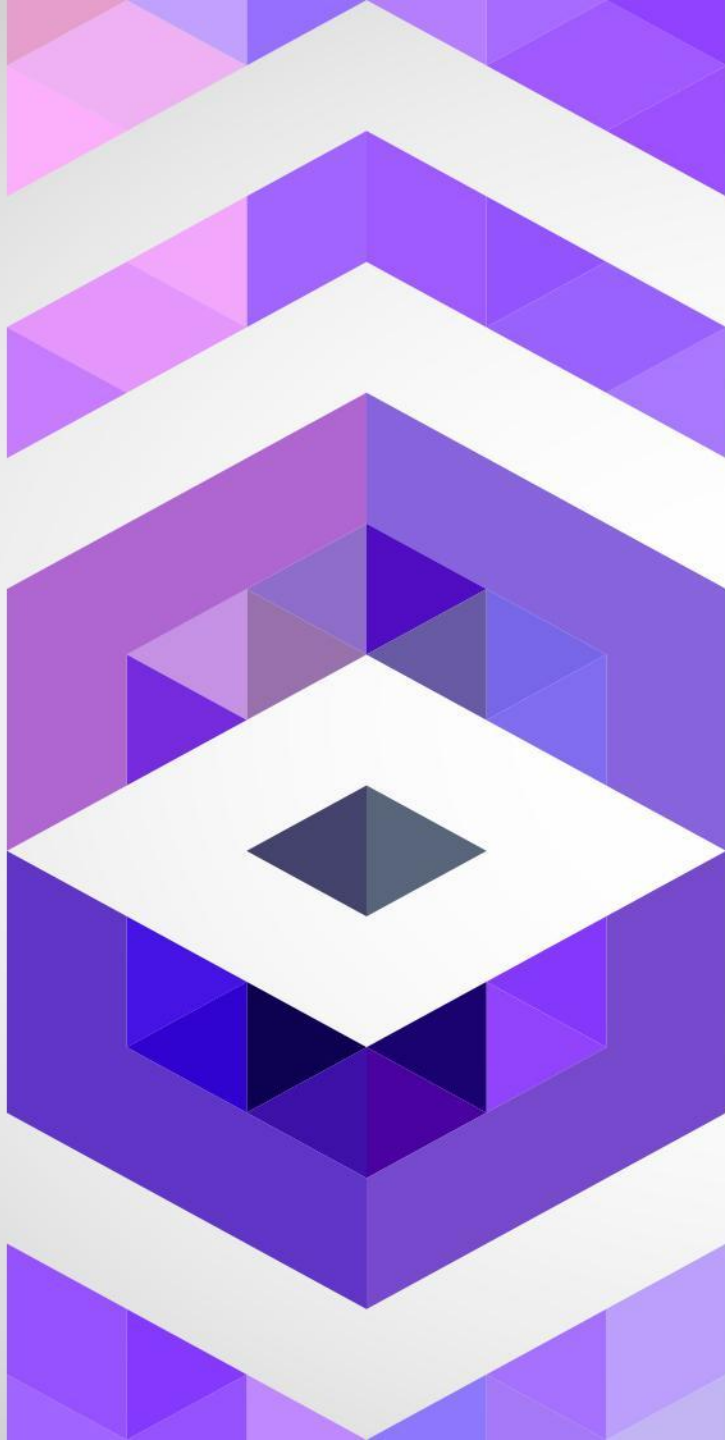




Тема №9. Антимонополюн ая политика

Антимонопольная политика

Антимонопольная политика – политика государства, направленная на развитие конкурентных отношений и пресечение монополистических злоупотреблений на рынках.

Задача государства состоит в том, чтобы ввести конкуренцию в цивилизованные рамки, пресечь опасные проявления монополизма, исключить недобросовестные методы борьбы, определить те сферы, где необходимо государственное регулирование.

Антимонопольная политика

При отсутствии конкуренции:

- ☐ завышенные цены;
- ☐ недопроизводство;
- ☐ неэффективное производство;
- ☐ плохое качество продукции;
- ☐ отсутствие сервиса;
- ☐ пропадает стимул обновлять технологию и

Антимонопольная политика

Действия, составляющие недобросовестную конкуренцию:

- ☐ смешение с конкурентом, его товарами или деятельностью;
- ☐ распространение не соответствующих действительности сведений, дискредитирующих конкурента;
- ☐ прямой обман потребителей относительно характеристик товара;

Антимонопольное законодательство

- **ФЗ «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 года**
- **ФЗ «О естественных монополиях» №147-ФЗ от 17 августа 1995 года**
- **ФЗ «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006 года**
- **ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 N 44-ФЗ**

ФЗ «О защите конкуренции»

- Глава 1. Общие положения
 - Статья 1. Предмет и цели настоящего Федерального закона
 - Статья 2. Антимонопольное законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты о защите конкуренции
 - Статья 3. Сфера применения настоящего Федерального закона
 - Статья 4. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе
 - Статья 5. Доминирующее положение
 - Статья 6. Монопольно высокая цена товара
 - Статья 7. Монопольно низкая цена товара
 - Статья 8. Согласованные действия хозяйствующих субъектов
 - Статья 9. Группа лиц
- Глава 2. Монополистическая деятельность
 - Статья 10. Запрет на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением
 - Статья 11. Запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения хозяйствующих субъектов
 - Статья 11.1. Запрет на согласованные действия хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию
 - Статья 12. Допустимость "вертикальных" соглашений
 - Статья 13. Допустимость действий (бездействия), соглашений, согласованных действий, сделок, иных действий
 - Статья 14. Утратила силу
- Глава 2.1. Недобросовестная конкуренция
 - Статья 14.1. Запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации
 - Статья 14.2. Запрет на недобросовестную конкуренцию путем введения в заблуждение
 - Статья 14.3. Запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения
 - Статья 14.4. Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг
 - Статья 14.5. Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с использованием результатов интеллектуальной деятельности
 - Статья 14.6. Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с созданием смешения
 - Статья 14.7. Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну
 - Статья 14.8. Запрет на иные формы недобросовестной конкуренции

ФЗ «О естественных монополиях»

Естественная монополия – состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на данном рынке эффективнее в отсутствии конкуренции в силу технических особенностей производства этих товаров и услуг и иных установленных законом причин.

Государственное регулирование:

- ценовое регулирование, осуществляемое посредством определения (установления) цен (тарифов) или их предельного уровня;
- определение потребителей, подлежащих обязательному обслуживанию, и (или) установление минимального уровня их обеспечения в случае невозможности удовлетворения в полном объеме потребностей в товаре.

ФЗ «О естественных монополиях»

Сферы естественных монополий:

1. транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам;
2. транспортировка газа по трубопроводам;
3. железнодорожные перевозки;
4. услуги в транспортных терминалах, портах и аэропортах;
5. услуги общедоступной электросвязи и общедоступной почтовой связи;
6. услуги по передаче электрической энергии;
7. услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике;
8. услуги по передаче тепловой энергии;
9. услуги по использованию инфраструктуры внутренних водных путей;
10. захоронение радиоактивных отходов;
11. водоснабжение и водоотведение с использованием централизованных системы, систем коммунальной

ФЗ «О рекламе»

Недобросовестной признается реклама, которая:

1. содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
2. порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, конкурента;
3. представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте;
4. осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен.

ФЗ «О рекламе»

Реклама не должна:

1. побуждать к совершению противоправных действий;
2. призывать к насилию и жестокости;
3. иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;
4. формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;
5. содержать информацию порнографического характера.

ФЗ «О рекламе»

В рекламе не допускаются:

1. использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;
2. указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления;
3. демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции;
4. использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка;

Методы антимонопольной политики

1) Изучение рынков, выявление среди них монопольных и конкурентных.

Степень монополизма изучается с помощью специальных показателей.

**индекс Херфиндаля –
Хиршмана**

$$I_{hh} = (X_1)^2 + (X_2)^2 + \dots + (X_n)^2$$

рынок считается безопасным с точки зрения монополизации, когда $I_{hh} < 1000$

Методы антимонопольной политики

Анализ конкурентной среды на рынке сотовой связи (2012 год)

Доля крупнейших операторов на

Оператор	Доля рынка, %
ОАО «МТС»	31
«Мегафон»	27
«Вымпелком»	24
«Tele2 Россия»	10
Ростелеком	5
Другие	8



$$I_{hh} = 31^2 + 27^2 + 24^2 + 10^2 + 5^2 + \dots = 961 + 729 + 576 + 100 + 25 + \dots = \underline{2391}$$

Методы антимонопольной политики

Коэффициент

Сумма долей (в %) четырех (CR-4) или восьми (CR-8) крупнейших компаний на рынке данного товара.

1. Высококонцентрированные олигополии:

$$CR-4 > 65\% \text{ и } CR-8 > 85\%$$

2. Умеренно концентрированные олигополии:

$$50\% < CR-4 < 65\% \text{ и } 70\% < CR-8 < 85\%$$

3. Низкоконцентрированные олигополии:

$$35\% < CR-4 < 50\% \text{ и } 45\% < CR-8 < 70\%$$

4. Неконцентрированный рынок:

$$CR-4 < 35\% \text{ и } CR-8 < 45\%$$

Методы антимонопольной политики

- 2) Дифференцированный подход к рынкам;
- 3) Выделение зоны естественных монополий;
- 4) Выявление производителей, против которых необходимо проводить жесткую антимонопольную политику;
- 5) Контроль за слиянием корпораций;
- 6) Предупреждение монопольного сговора товаропроизводителей с целью ограничения доступа на рынок конкурентов, установления монопольных цен;
- 7) постоянный контроль за деятельностью товаропроизводителей, доминирующих в данном секторе

Методы антимонопольной политики

- 2) Дифференцированный подход к рынкам;
- 3) Выделение зоны естественных монополий;
- 4) Выявление производителей, против которых необходимо проводить жесткую антимонопольную политику;
- 5) Контроль за слиянием корпораций;
- 6) Предупреждение монопольного сговора товаропроизводителей с целью ограничения доступа на рынок конкурентов, установления монопольных цен;
- 7) постоянный контроль за деятельностью товаропроизводителей, доминирующих в данном секторе

Антимонопольная политика

- 9) предупредительные меры (предписания по устранению нарушений на рынках, запрет слияний крупных фирм),
- 10) крупные штрафы за ненадлежащее поведение на рынке (до 15% от годовой оборота компании),
- 11) прямая демонополизация, т.е. принудительное раздробление монополиста на несколько независимых фирм.



Федеральная Антимонопольная Служба

Функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства в сферах:

1. конкуренции на товарных рынках;
2. защиты конкуренции на рынке финансовых услуг;
3. деятельности субъектов естественных монополий;
4. рекламы;
5. закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд;
6. государственного оборонного заказа.



Федеральная Антимонопольная Служба

Антимонопольные органы обладают правами: доступа к любым необходимым им документам фирм; право проведения обследований и направления дела в суд.

В случае нарушения антимонопольного законодательства ФАС:

- ☐ выдает предписание с требованием восстановить первоначальное положение дел,
- ☐ перечислить в федеральный бюджет незаконно полученную прибыль,
- ☐ провести реорганизацию в связи с решением антимонопольного органа.

В случае невыполнения предписаний решение принимает
Арбитражный суд.



Федеральная Антимонопольная Служба

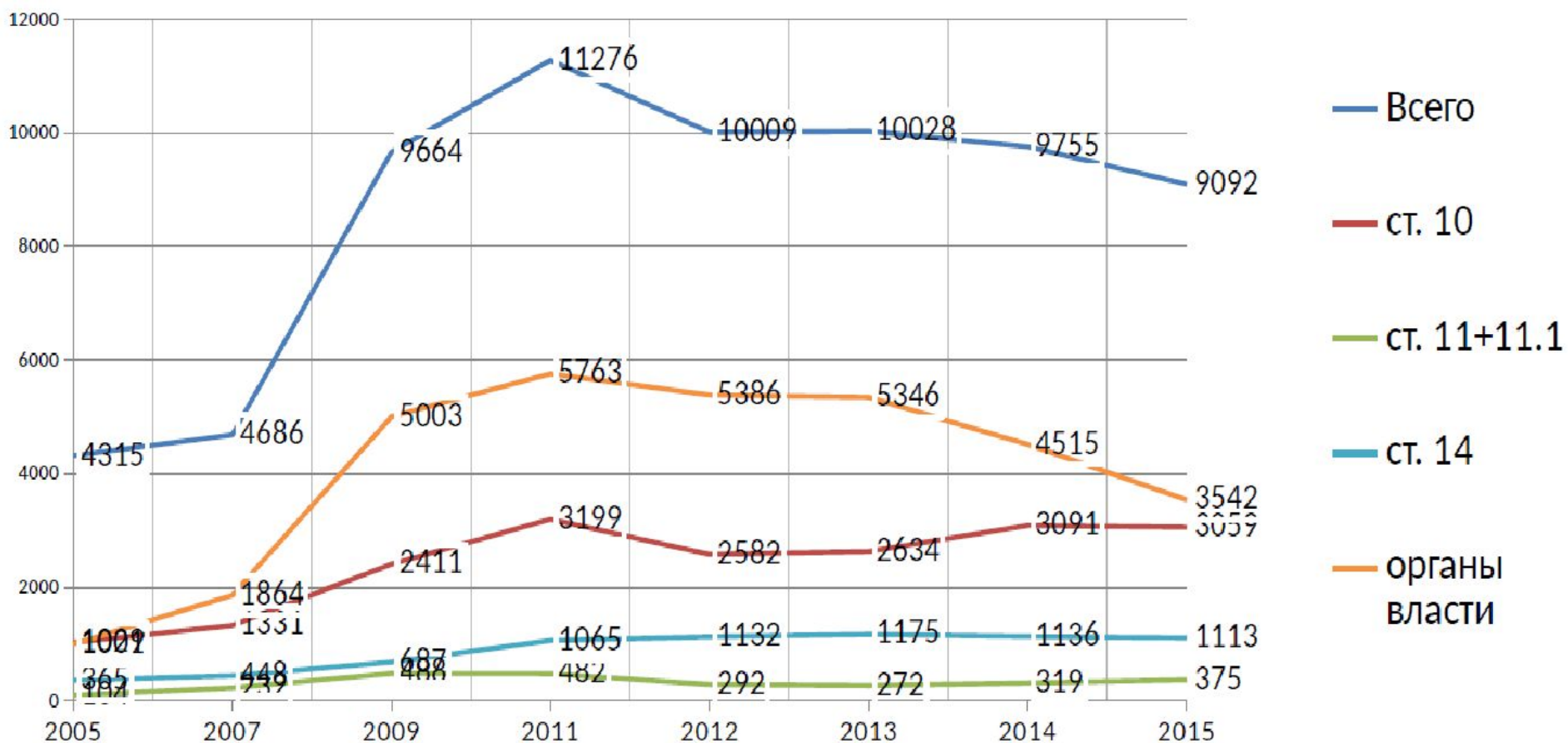
Выявленные нарушения антимонопольного законодательства





Федеральная Антимонопольная Служба

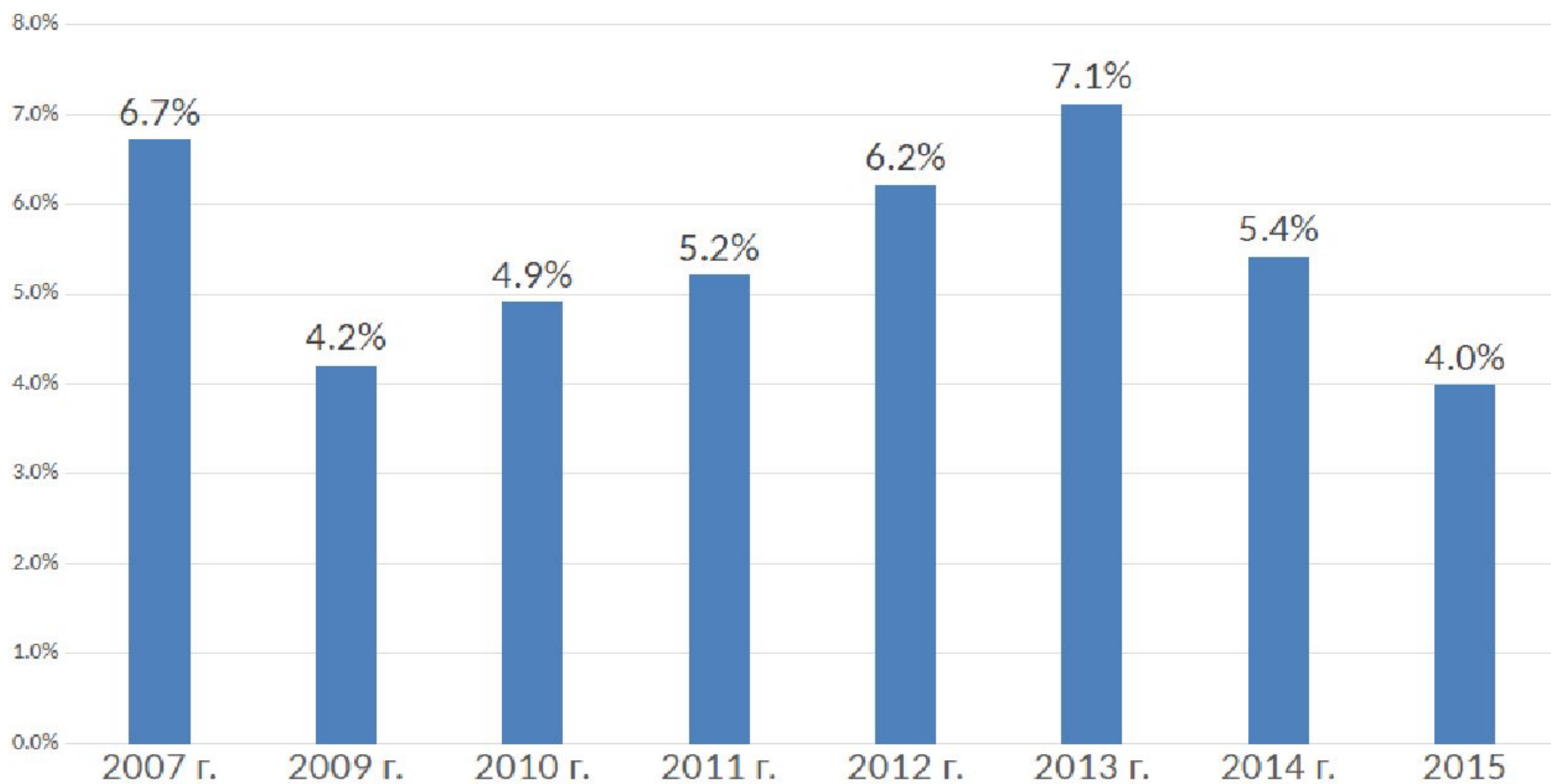
Динамика количества возбужденных дел





Федеральная Антимонопольная Служба

Доля отменённых решений в количестве принятых, %





Федеральная Антимонопольная Служба

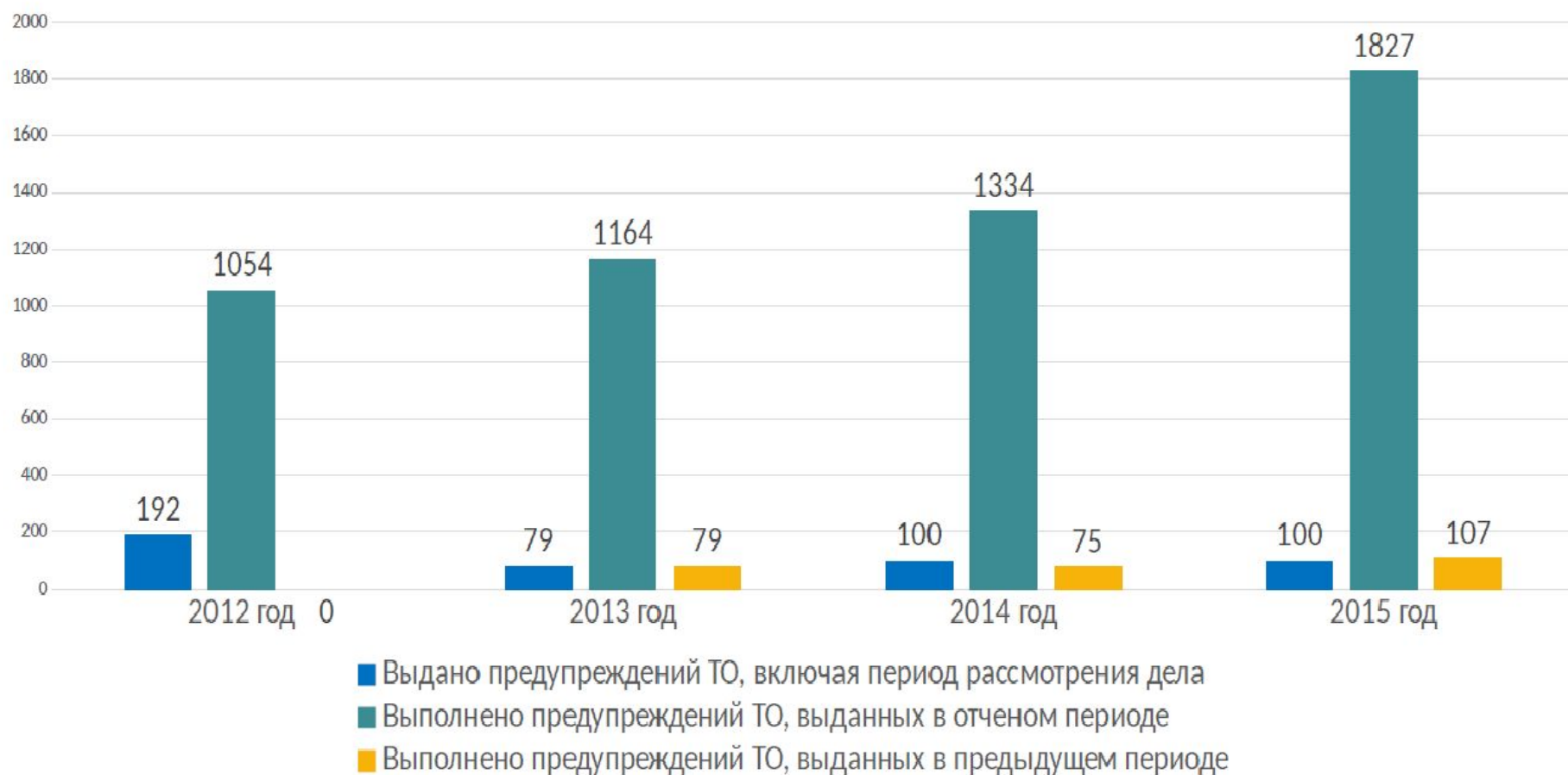
Динамика сумм наложенных штрафов (в млрд. рублей)





Федеральная Антимонопольная Служба

Выполненные предупреждения ТО





Федеральная Антимонопольная Служба

Рейтинг субъектов Российской Федерации по степени интенсивности конкуренции и состоянию конкурентной среды в 2014 году

	Рейтинг «Макро»	Рейтинг «Заявления»	Рейтинг «Рынки»	Рейтинг «Опросы»	Итоговый Рейтинг
Новосибирская область	3	13	14	17	1
г. Москва	1	5	5	44	2
Рязанская область	24	3	9	18	2
г. Санкт-Петербург	2	14	1	47	4
Смоленская область	27	2	10	37	5
Воронежская область	20	26	14	20	6
Республика Татарстан	10	18	1	59	7
Республика Саха (Якутия)	33	17	14	27	8
Приморский край	9	10	35	42	9
Самарская область	6	9	18	64	10
Краснодарский край	34	3	24	38	10
Республика Карелия	16	70	35	68	67



Федеральная Антимонопольная Служба

Работа по выявлению и пресечению антиконкурентных соглашений на рынках медицинских изделий и медикаментов в разрезе по субъектам Российской Федерации.



Легенда:

-  - субъекты РФ, на территории которых выявлены признаки нарушения АМЗ
-  - субъекты РФ, на территории которых возбуждены дела о нарушении АМЗ
-  - субъекты РФ, на территории которых вынесены решения о нарушении АМЗ



Федеральная Антимонопольная Служба

Проконкурентная реформа

5 октября 2015 года Президент РФ подписал «четвертый антимонопольный пакет».

Смысл этой проконкурентной реформы:

- Повысить эффективность работы регулятора;
- Ослабить административное давление на бизнес.



Федеральная Антимонопольная Служба

Доминирование на рынке

Уточнения в статье 10 Закона о защите конкуренции

Запрещается злоупотребление доминирующим положением, если

результатом является или может являться недопущение, ограничение устранения конкуренции

результатом является или может ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности

результатом является или может являться ущемление интересов неопределенного круга потребителей



Федеральная Антимонопольная Служба

Расширение действия института предупреждения





Федеральная Антимонопольная Служба

Дополнение оснований и условий смягчения ответственности за соглашения, согласованные действия

Административный штраф в минимальном размере налагается на юридические лица, выполнившие вторым и третьим следующие условия в совокупности:

Об участии в правонарушении сообщило несколько лиц, участвующих в нем

- ❖ Субъекты признали факт совершения правонарушения;
- ❖ Лица отказались от участия, в том числе дальнейшего, в соглашении;
- ❖ Представленные ими сведения и документы достаточны для установления события административного правонарушения



ВВ!: данный механизм не действует в отношении организатора картеля



Федеральная Антимонопольная Служба

Ответственность за ограничение конкуренции органами власти, органами местного самоуправления

Если такие должностные лица были ранее подвергнуты административному наказанию за аналогичное правонарушение

на должностных лиц налагается **административный штраф** в размере от **пятнадцати до пятидесяти тысяч рублей** должностные лица **подлежат дисквалификации на срок до трех лет**

(часть 1 статьи 14.9 КоАП)

(часть 2 статьи 14.9 КоАП)



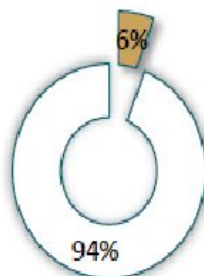


Федеральная Антимонопольная Служба

2013



2014



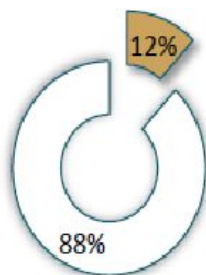
2015



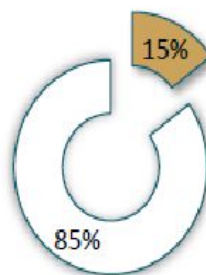
2016



2017



2018



К 2018 г. довести до 15 % долю закупок (в стоимостном выражении) товаров, работ, услуг у субъектов малого предпринимательства в общем ежегодном объёме закупок (в стоимостном выражении), произведённых государственными и муниципальными заказчиками



Федеральная Антимонопольная Служба

Снижение издержек госкомпаний

- Отказ от политики поддержки «национальных чемпионов»;
- Тариф должен стимулировать госкомпании снижать собственные издержки;
- Монополии получают тариф в обмен на эффективность.



Федеральная Антимонопольная Служба

14 место
2018 г.

15 место
2017 г.

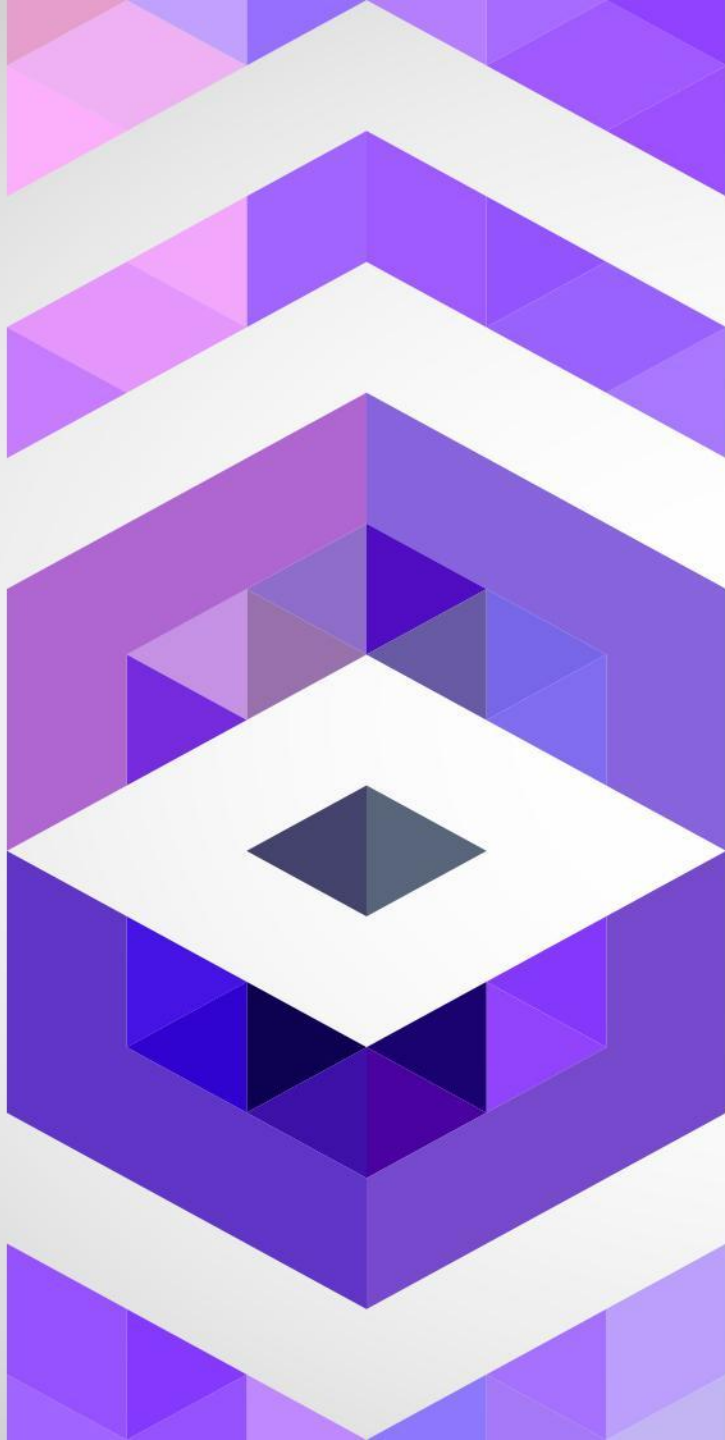
15 место
2016 г.

16 место
2015 г.

16 место
2014 г.

17 место
2013 г.

**К 2018 г. ФАС России планирует занять 14 место
в Рейтинге Эффективности конкурентных ведомств
Всемирного обзора по
конкуренции**



Тема №9. Антимонополюн ая политика