**Антимонопольное законодательство России**

**1. Нормативно-правовая база антимонопольной деятельности**

Система государственного регулирования экономикой, сформированная во всех индустриально развитых странах, в качестве обязательного элемента предусматривает создание благоприятных условий для развития конкурентной среды на рынке товаров и услуг. При этом одним из главных инструментов, ограничивающих монополистическую деятельность, основой, создающей гарантии для существования конкуренции, является антимонопольное законодательство.

Первый в России антимонопольный нормативный акт - Закон "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" был принят 22 марта 1991 года. При его подготовке был воспринят зарубежный опыт антимонопольного регулирования и учтены особенности экономики России: в нем предусмотрено ограничение монополистической деятельности не только хозяйствующих субъектов, но и органов власти и управления.

Закон явился основой для формирования в Российской Федерации антимонопольного законодательства, подготовки и принятия соответствующих нормативных документов.

К таким документам следует отнести Правила рассмотрения дел о нарушении антимонопольного законодательства (утверждены приказом ГКАП России от 12 мая 1994 г. № 53), Закон о дополнении Уголовного кодекса РСФСР и Кодекса РСФСР об административных правонарушениях.

Отдельный блок составляют акты о Государственном Реестре предприятий-монополистов и о специальном регулировании их деятельности. Правовые основы антимонополизма содержатся в Законах о предприятиях и предпринимательской деятельности, об арбитражном суде, арбитражном процессе, в нормативных, документах, регулирующих процесс приватизации.

Для определения предприятия-монополиста важно установить не только его долю на рынке (понятия "предприятие, занимающее доминирующее положение на рынке" и "предприятие, занимающее монопольное положение на рынке" употребляются в законодательстве как синонимы), но и выявить наличие признаков, позволяющих характеризовать поведение предпринимателя как монополиста.

ГКАП России согласно предоставленному Законом праву устанавливать предельную величину доли, достижение которой позволяет считать положение предприятия доминирующим, определил два условия, позволяющие охарактеризовать положение хозяйствующего субъекта как доминирующее: его доля на рынке и способность ограничивать конкуренцию.

Включение предприятия в государственный Реестр объединений и предприятий-монополистов означает признание предприятия монополистом. Составление и утверждение Государственного Реестра возложено на ГКАП России.

При составлении реестра использовался только один из признаков -доля на рынке, в то время как понятие "доминирующее положение" требует установления в каждом конкретном случае наличия некоторых признаков, характеризующих положение предприятия как доминирующего.

Порядок формирования государственного Реестра, виды Реестров, порядок исключения из Реестра определен приказами ГКАП РФ № 60 от 10 октября 1991 г. и №45 от 20 февраля 1992 г. В них предусмотрены порядок уведомления предприятий-монополистов о включении в Реестр, обязательная публикация Реестра в средствах массовой информации ("Экономическая газета", "Финансовая газета", журнал "Законодательство и экономика").

Формирование региональных реестров ГКАП России предоставил своим территориальным управлениям. Включение в Реестр зависит от географического рынка, на котором предприятие занимает доминирующее положение, и не зависит от формы собственности. Реестр содержит три раздела - товары народного потребления, услуги и продукция производственно-технического назначения.

Включение и исключение из Реестра предприятий, признанных монополистами, постоянный контроль за ценами и производством осуществляется ГКАП России, Комитетом по ценам.

Доминирующее положение хозяйствующего субъекта вызывает другие правовые последствия: отнесение имуществе к федеральной собственности, ограничение и особенности приватизации и др. В связи с этим был принят совместный нормативный акт "О порядке взаимодействия Госкомимущества России, комитетов по управлению имуществом и государственных антимонопольных органов России в процессе приватизации государственных предприятий и создании холдинговых компаний" (Письмо Госкомимущества России и ГКАП РФ от 30.04. - 05.05.93 № АЧ4-19/3009 -ЛБ/1869).

Процедура исключения объединений и предприятий из Реестра монополистов предполагает, что в Реестр они были включены правомерно. На практике же оказывается, что в Реестр попали предприятия, доля которых на рынке ниже 35%, либо отсутствует второй признак доминирующего положения предприятия - способность ограничивать конкуренцию. Поэтому многие предприятия оспаривают правильность включения в Реестр. Законодательством предусматривается, что в этом случае предприятие вправе обратиться в арбитражный суд.

Включение предприятия в государственный Реестр вызывает применение к ним специального регулирования деятельности: восстановление сложившихся хозяйственных связей, введение принудительного распределения продукции, государственное регулирование цен и ряд иных жестких мер, вплоть до реорганизации предприятий, злоупотребляющих монопольным положением. Порядок применения этих .мер первоначально был определен Указом президента РФ от 20 февраля 1992 г. "О мерах по стабилизации работы промышленности РФ в 1992 г.". Дальнейшую детализацию он получил в постановлении правительства РФ от 27 февраля 1992 г. № 132, возложившим организацию мер по специальному регулированию хозяйственной деятельности предприятий-монополистов на Комиссию правительства по оперативному регулированию ресурсообеспечения. Этой Комиссии предоставлен целый ряд полномочий: внесение в ГКАП предложений о включении в Реестр и об исключении из него, регулирование поставок продукции. Комиссия вправе направлять поставщикам и покупателям предписания об обязательной поставке продукции в государственный резерв, направлять им документы на поставку продукции. Предписания и документы являются основанием для заключения договоров, а в случае отказа поставщика или его уклонении от заключения договора для обращения в арбитражный суд с заявлением о принуждении к заключению договора.

1 Приказом ГКАП России от 12 мая 1994 г. № 53 утверждены правила рассмотрения дел о нарушениях антимонопольного законодательства, разработанные в соответствии с п. Зет. 27 Закона РСФСР "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" и регламентирующие порядок и сроки рассмотрения дел по фактам нарушения антимонопольного законодательства и принятия по ним решений.

Для предприятий-монополистов, включенных в Реестр, предусмотрено декларирование цен на продукцию и товары, а также государственное регулирование цен, осуществляемое Комитетом по ценообразованию при Министерстве экономики России, установленное в Положении, утвержденном 29 декабря 1991 г. Министерством экономики и финансов Российской Федерации.

Ряд нормативных актов предусматривает меры, касающиеся демонополизации хозяйствующих структур: разделение ассоциаций, концернов, иных объединений предприятий, занимающих доминирующее положение на товарных рынках и нарушающих антимонопольное законодательство, а также создание самостоятельных предприятий с правом юридического лица путем выделения из состава действующих предприятий структурных единиц и иных подразделении

Меры по демонополизации экономики тесно связаны с приватизацией государственных и муниципальных предприятий, создают для ее проведения необходимые условия. На это направлены Указы Президента России от 25 и 29 ноября 1991 г. о коммерциализации торговли, общественного питания и бытового обслуживания.

Инструкция "О порядке контроля за приобретением паев, долей участия товариществ и простых именных акций акционерных обществ и порядке признания лиц, контролирующих имущество друг друга", утвержденная приказом ГКАП РФ от 18 января 1994 г. № 5, определяет порядок контроля за соблюдением антимонопольного законодательства при приобретении инвестором 35 или более процентов акций, паев и долей участия в уставном капитале эмитента или акций, обеспечивающих более 50 процентов голосов акционеров при размещении их среди учредителей акционерного общества, при увеличении размеров первоначального уставного капитала путем выпуска акций или увеличения паев, долей участия, при обращении акций между инвесторами.

Лицами, контролирующими имущество друг друга, признаются: лица, владеющие более 25% акций, паев или долей участия, лицо, владеющее акциями, обеспечивающими более 50% голосов акционеров другого юридического лица, либо наличие не менее 1/4 одних и тех же юридических лиц в выборных органах управления разных юридических лиц.

Контроль за приобретением инвестором 35 или более процентов акций, паев и долей участия осуществляется ГКАП РФ или его территориальными управлениями (в зависимости от величины уставного капитала хозяйствующего субъекта).

Согласие на приобретение заявленных объемов акций, паев или долей участия дается в случае, если их приобретение не приводит эмитента и инвестора, контролирующих имущество друг друга, в совокупности к доминирующему положению на рынке определенного товара (в соответствии с требованиями, изложенными в ст. 17 Закона РСФСР "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках").

Совокупная доля эмитента и инвестора на рынке определенного товара рассчитывается как сумма их индивидуальных долей, а также долей других юридических лиц, контролирующих имущество друг друга, и (или) над имуществом одного из которых инвестор осуществляет непосредственный контроль. Определение доли эмитента и инвестора на товарных рынках осуществляется в соответствии с порядком, определенным ГКАП России при определении границ товарных рынков.

Отсутствие согласия ГКАП России или его территориального управления на приобретение 35 или более процентов акций, долей или паев участия является основанием для признания сделки недействительной.

В ходе приватизации государственных предприятий и создании холдинговых структур ГКАП России и его территориальные органы осуществляют контроль за доминирующим положением предприятия на местном или федеральном рынке товаров, работ и услуг, а также при создании самостоятельного предприятия (предприятий) путем выделения из состава существующего предприятия отдельного подразделения (подразделений), занимающего доминирующее положение на рынке (доля продукций превышает 35% на федеральном или местном рынке товаров, работ, услуг). Основой при этом служит Письмо Госкомимущества и ГКАП России от 30.04.-05.93 № АЧ-19/3009-ЛБ/1869 "О порядке взаимодействия Госкомимущества России, комитетов по управлению имуществом и государственных антимонопольных органов России в процессе приватизации государственных предприятий и создании холдинговых структур".

Контроль осуществляется согласованием и выдачей антимонопольными органами заключения о приватизации, которое направляется в Госкомимущество России или его территориальный Комитет. В заключении могут высказываться предложения по использованию способа приватизации, реорганизации предприятия, включению определенных условий в план приватизации предприятия, в устав создаваемого акционерного общества либо в дополнительные условия при продаже предприятий на коммерческом или инвестиционном конкурсе.

При создании холдинговой компании на основе крупной хозяйствующей структуры из состава соответствующего предприятия выделяются подразделения (подразделение) в качестве юридически самостоятельных (дочерних) предприятий. ГКАП контролирует отражение в учредительных документах наличия контрольных пакетов акций дочерних предприятий в уставном капитале холдинговой компании, а также соответствие документов холдинговой компании требованиям временного положения о холдинговых компаниях и Закона "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках".

Этот Закон достаточно четко разграничивает полномочия Антимонопольного комитета и его территориальных управлений и судебных органов (исполнительной и судебной власти). Так, ГКАП не вправе принимать решения о расторжении и изменении договоров (соглашений), о признании их, а также неправомерных актов органов власти или управления, недействительными, взыскивать убытки и штрафы. Это - прерогатива судебных органов (арбитражных и общих судов).

Антимонопольный комитет или территориальные органы в случае невыполнения предписания, неуплаты штрафа должны обращаться с заявлениями о признании договора или акта недействительными и с иными требованиями в арбитражный или общий суд. Хозяйственным субъектам, органам власти и управления, их должностным лицам предоставлено право обжаловать в суде любые предписания и решения антимонопольных органов.

Для реализации Закона РФ "О защите прав потребителей" на ГКАП России возложены функции контроля по вопросам нарушения законодательства (Приказ ГКАП РФ от 24 августа 1992 г. № 185). В частности, Комитет должен осуществлять контроль и пресекать монополистическую деятельность хозяйствующих субъектов и недобросовестную конкуренцию на рынке потребительских товаров, работ и услуг посредством направления предписаний изготовителям (продавцам, исполнителям) о прекращении и предъявлении в общих и арбитражных судах исков к изготовителям и продавцам, а также исполнителям работ и услуг в случае нарушения прав потребителей.

Для реализации этих задач в составе территориальных управлений создаются подразделения по защите прав потребителей и комиссии по рассмотрению дел о нарушениях. В Предписании ГКАП России о прекращении нарушений прав потребителей указываются срок исполнения и конкретные действия, которые исполнитель (изготовитель, продавец) должен совершить для устранения нарушений прав потребителя. При уклонении или несвоевременном исполнении предписания ГКАП РФ возбуждает дело о наложении штрафа. Положение о порядке наложения штрафов на хозяйствующие субъекты за уклонение от исполнения или несвоевременное исполнение предписаний ГКАП России (территориальных управлений) о прекращении нарушений прав потребителей утверждено приказом ГКАП от 23 апреля 1993 г. № 51.

Приказом Госкомитета Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур от 14 июля 1994 г. № 83 утверждено "Положение о порядке рассмотрения дел о нарушениях принципов добросовестной конкуренции и прав потребителей на достоверную информацию". При рекламе услуг банков, финансовых, страховых и инвестиционных предприятий, организаций, граждан-предпринимателей, акционерных обществ, а также иных юридических лиц, привлекающих средства граждан либо реализующих свои финансовые программы в соответствии в этим приказом предписывается:

- указывать дату и номер регистрации выпуска рекламируемых ценных бумаг, место их регистрации и место, где можно ознакомиться с условиями выпуска;

- не допускать объявления гарантий, обещаний или предложений о будущей эффективности (доходности) своей деятельности;

- не допускать сравнения между рекламируемыми и другими юридическими лицами, их услугами (товарами), если данное сравнение невозможно подтвердить данными статистической отчетности или бухгалтерского баланса, заверенного аудиторами;

- не обещать проведения работ, оказания услуг, предоставления товаров, если таковые фактически не осуществляются (не производятся) на день рекламы;

- акционерным обществам в рекламе указывать только фактически выплаченные по итогам не менее одного года размеры дивидендов по обыкновенным акциям.

При наличии перечисленных нарушений соответствующей комиссией выносится решение, подлежащее обязательному рассмотрению рекламодателем и органом, осуществившим лицензирование.

Рекламодатель, реклама которого признана недобросовестной, обязан снять свою рекламу с распространения в трехдневный срок с момента окончания срока на рассмотрение решения и информировать об этом ГКАП России (территориальное управление) и орган, осуществивший лицензирование рекламодателя. Иначе приостанавливается действие выданной рекламодателю лицензии.

При рассмотрении дел ГКАП России и его территориальные управления руководствуются Законом РСФСР от 22 марта 1991 г. "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках", Указом президента РФ от 10 июня 1994 г. № 1183, Положением о ГКАП России, утвержденным Указом Президента РФ от 24 августа 1992 г. № 915, положениями о территориальных управлениях ГКАП России, Правилами рассмотрения дел о нарушениях антимонопольного законодательства, утвержденными приказом ГКАП России от 12 мая 1994 г. № 53.

Дела по фактам нарушения требований к рекламной деятельности рассматриваются территориальными управлениями ГКАП России по месту нахождения рекламодателя, за исключением случаев, когда дела принимаются к рассмотрению ГКАП России.

Основанием для рассмотрения дела является выявление фактов недобросовестной рекламы; несоблюдение рекламодателями следующих обязанностей:

- указывать реальные размеры дивидендов, выплаченных по простым именным акциям в течение последнего финансового года;

- указывать реальные проценты, выплаченные по различным видам вкладов в течение последнего финансового года с разбивкой по месяцам (кварталам), если выплаты производились ежемесячно (ежеквартально).

**2.1. Сфера применения Закона**

Принятие Закона "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" преследовало две основные цели. Во-первых, ограничить и пресечь монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию, во-вторых, обеспечить условия для создания и эффективного функционирования товарных рынков. В антимонопольном законодательстве определены запретительные и процессуальные нормы, а также нормы, направленные на создание условий для развития рыночных отношений.

Сфера применения Закона определяет действие его на всей территории России, включая случаи, когда действия или соглашения, совершаемые или заключаемые за пределами России, приводят к ограничению конкуренции или иным вредным последствиям на республиканском (РФ) или местных товарных рынках. Иначе говоря, Закон предусматривает меры ответственности российских хозяйствующих субъектов, органов управления, должностных лиц независимо от места совершения ими противоправного действия. Важно наличие вероятности вредных последствий от этих действий на российских, республиканском или местном рынках. Этим вводится используемый в ряде стран критерий, согласно которому антимонопольные меры направлены не на нарушения, как таковые, а на негативные их последствия. Не менее важно и то, что Закон применяется не только к российским, но и к иностранным хозяйствующим субъектам, функционирующим на российских рынках.

На отношения, регулируемые нормами правовой охраны изобретений, промышленных образцов, товарных знаков и авторских прав, Закон не распространяется, исключая случаи, когда соответствующие права умышленно используются их обладателями в целях ограничения конкуренции.

С точки зрения правоотношений конкуренции покупка акций рассматривается как инструмент установления контроля над акционерным обществом. Какой рынок при этом монополизируется, зависит от предмета деятельности общества - эмитента скупаемых акций. При покупке акций промышленных или иных предприятий, действующих на товарном рынке, применяется ст. 18 Закона (Государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства при приобретении акций, паев, долей участия в уставном капитале хозяйствующих субъектов). Но на покупку акций фондовых бирж эта статья не распространяется. Соответствующие нормы включены в "Положение о выпуске и обращении ценных бумаг и фондовых биржах в РСФСР", утвержденное правительством России 28 декабря 1991 г. (№78).

Антимонопольные правила применительно к рынкам банковских операций установлены ст. 31 Закона РСФСР "О банках и банковской деятельности в РСФСР". Банкам запрещается использовать свои союзы, ассоциации и другие объединения для соглашений, направленных на монополизацию рынка банковских операций в вопросах установления процентных ставок и размеров комиссионного вознаграждения, на ограничение конкуренции в банковском деле.

В Законодательстве определена сфера действия государственной монополии. Исключительно государственным предприятиям разрешено осуществлять следующие виды деятельности:

- производство любых видов оружия, боевых припасов, взрывчатых веществ, пиротехнических изделий, ремонт боевого оружия;

- изготовление и реализация наркотических, сильнодействующих и ядовитых веществ;

- посев, возделывание и сбыт культур, содержащих наркотические и ядовитые вещества;

- переработка руд драгоценных металлов, радиоактивных и редкоземельных металлов;

- лечение больных, страдающих опасными и особо опасными инфекционными, онкологическими заболеваниями, а также психическими заболеваниями в агрессивных формах;

- производство ликеро-водочных и табачных изделий;

- изготовление орденов и медалей.

(Закон РСФСР о предприятиях и предпринимательской деятельности, п. 3, ст. 21).

В Законе определены полномочия Антимонопольного комитета РФ и его территориальных управлений. Число территориальных управлений определяется Комитетом и не является постоянным. Они могут создаваться и ликвидироваться в зависимости от потребностей реализации антимонопольной политики на соответствующей территории. Комитет может наделить территориальные управления любыми из своих полномочий, минимальные объемы оговорены в ст. 13, 14, 17, 18,21,22,24,27,29 Закона.

На практике территориальные управления в первую очередь должны осуществлять государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства и рассматривать дела о его нарушениях, затрагивающих рынок соответствующей республики, края, области, организовывать сбор информации о состоянии местных товарных рынков, анализировать ее, принимать меры, направленные на демонополизацию, развитие конкуренции и предпринимательства в регионе.

**2.2. Определение ключевых понятий**

Определения ключевых понятий имеют относительный характер, поскольку отражают аспекты, связанные с содержанием именно данного Закона и механизмом его применения.

Под товаром понимаются результаты деятельности хозяйствующего субъекта (производимая продукция, выполняемые работы, оказываемые услуги), предназначенные для реализации на сторону (потребителям, посредникам и т.п.) на основе гражданско-правовых договоров.

На рынке товар может быть единственным или могут присутствовать его заменители в сфере использования. Замена одного товара другим не должна приводить к чрезмерным дополнительным затратам или создавать неудобства. При нормальных рыночных условиях цены на взаимозаменяемые товары, как правило, меняются синхронно.

Географическое деление рынка (республиканский и местные) служит одним из способов сегментации регионов, имеющих особое значение для определения доминирующего положения субъекта. Во многих случаях доля хозяйствующего субъекта на уровне национального (крупного) рынка незначительна, тогда как на уровне локальном субъект занимает доминирующее положение или же является монополистом. Географический анализ регионов предполагает выявление особенностей конкретных товаров, учет транспортных издержек и состояние транспортных потоков, наличие других важных ограничений (таможенные барьеры и другие подобные препятствия для перемещения товаров).

При определении соответствующего географического рынка необходимо учитывать структуру, объем производства и потребления продукта, экономические традиции, возможности, имеющиеся у продавцов и покупателей. С определением соответствующего географического рынка связан ряд факторов, таких, как невыгодные для производителя цены, вызванные затратами на транспортировку, степень неудобств для потребителя в приобретении товаров и услуг.

Совпадение установленных в Законе границ местных товарных рынков с границами административно-территориальных образований помимо прочих условий связано с таким фактором, как монополистическая деятельность местных органов управления, а также особенностями статистической информации.

К понятию "хозяйствующий субъект" в Законе отнесены все предприятия независимо от организационно-правовой формы, другие юридические лица, ведущие деятельность по производству, реализации либо приобретению товаров, и граждане, занимающиеся самостоятельной предпринимательской деятельностью (исключая граждан, работающих по контракту) от своего имени, направленной на извлечение дохода.

Под органами власти и управления в Законе понимаются законодательные, исполнительные и распорядительные органы всех уровней, вплоть о федеральных государственных органов РФ. Необходимо отметить, что союзы, ассоциации, концерны, межотраслевые региональные и другие объединения предприятий фигурируют как среди хозяйствующих субъектов, так и среди органов власти и управления. В этом проявляется реально существующая двойственная природа объединений предприятий, которые выступают и как хозяйствующие субъекты, и как органы управления.

К таким объединениям могут применяться, в зависимости от конкретной ситуации, нормы, касающиеся хозяйственных субъектов, либо нормы, относящиеся к органам власти и управления. При этом объединение, являющееся юридическим лицом, не несет ответственность за действия входящего в его состав предприятия.

Важное значение имеют возможные формы деятельности органов власти и управления в хозяйственной сфере, а именно, применение таких инструментов хозяйственной политики государства, как субсидии (субвенции), монополия на государственное финансирование, государственная помощь в целом и т.д. Способность использовать указанные рычаги может существенно ограничить конкуренцию.

Конкуренция понимается как состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них в воздействии на обращение товаров на данном рынке и стимулируют производство тех товаров, которые требуются потребителю.

При жестокой конкуренции ни одно из предприятий, независимо действующих на рынке, не имеет возможности увеличить цену. Увеличить прибыль предприятия могут либо снизив свои издержки, либо улучшив качественные характеристики товара.

Угроза потери клиентов и перспектива банкротства вынудит предприятие принять такие же меры, какие приняли его конкуренты, стремящиеся к максимальной прибыли.

Там, где нет искусственных барьеров, появление новых предприятий на рынке приведет к насыщению рынка либо более качественными товарами, либо товарами, произведенными с более низкими затратами. Преследуя цель больше продать товара, предприятия могут пойти на снижение цены. Конкуренцию можно назвать здоровой, когда выполняются условия:

- нет барьеров для вхождения хозяйствующих субъектов на рынок;

- цены свободно определяются спросом и предложением. Число хозяйствующих субъектов на определенном рынке и соотношение спроса и предложения на нем при нормальном уровне конкуренции таковы, что ни один из них не занимает доминирующего положения и не может осуществлять монополистическую деятельность. Состояние конкуренции на рынке определенного товара зависит от множества факторов, в том числе от объема и эластичности спроса, географических и количественных параметров рынка, степени взаимозаменяемости товаров, величины стартового капитала, необходимого для вступления на рынок и т.д.

"Доминирующее положение - исключительное положение хозяйствующего субъекта на рынке определенного товара, позволяющее ему оказывать решающее влияние на конкуренцию, затруднять доступ на рынок

другим хозяйствующим субъектам или иным образом ограничивать свободу их экономической деятельности".

Данное понятие является одним из центральных в Законе. Вопросу о наличии у хозяйствующего субъекта доминирующего положения посвящены две статьи Закона: ст. 5 "Злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением на рынке" и ст. 6 "Соглашения хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию".

Оценка доминирующего положения может быть представлена в виде удельного веса данного вида продукции предприятия в общем объеме поставок в стоимостном выражении, а также в физическом исчислении (когда продукт однороден на рынке) или в виде удельного веса в объеме производства (в случае отсутствия данных по поставкам).

В конечном счете оценка может быть представлена в виде процентного соотношения долей каждого из хозяйствующих субъектов, действующих на соответствующих географических рынках.

Если существует опасение относительно доминирующего положения хозяйствующего субъекта, необходимо выяснить его возможности увеличивать цены значительно выше сложившихся в результате конкуренции на длительный период времени.

В этом исследовании необходимо оценить возможности других хозяйствующих субъектов по производству аналогичного продукта или увеличению объема его предложения на рынке; оценить возможности поставки данного продукта на данный рынок с других географических рынков в случае роста цен: а также оценить вход "de novo", - т.е. возможность предприятий, не производящих до этого продукт, выступить на рынке в качестве поставщика.

Некоторые типы соглашений между потребителями не ограничивают конкуренцию и не вызывают возникновения доминирующего положения.

Например, группа владельцев грузовиков договорилась о совместном строительстве станции для совместного обслуживания; или группа конкурирующих предприятий (фирм) может договориться о совместном фонде для проведения исследований, финансирование которых не под силу каждому из них в отдельности.

Нарушение антимонопольного законодательства может наступить при наличии в соглашении хотя бы одного фактора, начисленного на:

- установление высоких цен;

- представление фальсифицированных предложений на торгах:

- раздел рынков;

- вытеснение с рынка другого хозяйствующего субъекта;

- отказ от заключения договоров. Доминирующее положение может возникнуть:

- в результате государственной политики, включая предоставление субсидий или других льгот;

- как результат эффективной производственной или научно-технической стратегии;

- в результате сговора (явного или тайного);

- в результате горизонтальных, вертикальных или конгломеративных слияний;

- хищного (агрессивного) поведения хозяйствующего субъекта. Хозяйствующие субъекты для сохранения своего доминирующего положения стремятся создать всевозможные препятствия (барьеры) доступу на рынок новых предприятий и продавцов. Нестратегические барьеры существуют независимо от поведения уже функционирующих на рынке хозяйствующих субъектов; стратегические - намеренно создаются действующими на рынке хозяйствующими субъектами, чтобы сделать вступление на него непривлекательным. Главная особенность этих действий состоит в том, что они невыгодны потребителю.

Поведение на рынке считается антиконкурентным, когда занижение цены происходит лишь на короткое время, ибо падение цены чаще всего прекращается и уступает место ее росту, как только хозяйствующий субъект, являющийся мишенью такого поведения, покидает рынок. И, напротив, можно считать, что острота конкуренции возрастает, когда хозяйствующий субъект идет на значительное понижение цены, приближая ее к затратам, но при этом не ставит как важную цель вытеснить других производителей с рынка.

Барьеры могут возникать не только в результате активной политики доминирующего предприятия, но и в результате государственной законодательной политики в области патентов, авторских прав и т.п. В этих отраслях может использоваться регулирование цен, что сопряжено со значительными трудностями. Так, можно регулировать качество товаров и услуг, но его регулирование является фактором, дополняющим регулирование цен. Организовать регулирование расходов на капиталовложения и нововведения практически невозможно. Такие непосредственные способы, как регулирование цен, ассортимента продукции, его качества или затрат, могут использоваться в тех ограниченных обстоятельствах, когда невозможно увеличить степень конкуренции на рынке (снятием регулирующих барьеров, препятствующих выходу на рынок новых участников, или осуществлением демонополизации), т.е. практически только там, где данный рынок является естественной монополией. (На рынке действует одна биржа). То есть сам факт доминирования на рынке не может и не должен рассматриваться как нарушение антимонопольного законодательства.

**Список литературы**

1. И.А. Железнов, кандидат экономических наук (Институт проблем занятости РАН и Минтруда РФ). Антимонопольное законодательство России.