

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕРЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Качалкова Е.Г.

бакалавр

ms.korobo@mail.ru

Аннотация: В данной статье рассмотрены государственные меры стимулирования конкурентных отношений. Также выделен план мероприятий по стимулированию конкуренции и принципы государственного управления в конкурентных отношениях.

Ключевые слова: стимулирование конкуренции, конкурентные отношения, рыночная экономика, государственная власть, конкурентоспособность.

STATE MEASURES TO STIMULATE COMPETITIVE RELATIONS

Kachalkova E.G.

Abstract: This article discusses government measures to stimulate competitive relations. The plan of measures to stimulate competition and the principles of public administration in competitive relations are also highlighted.

Keywords: promotion of competition and the competitive environment, the market economy, the government, the competitiveness.

В современной рыночной экономике страны сосредоточены на стимулировании и поддержании конкуренции всеми возможными способами. В России намерения государства в области конкуренции озвучены указом президента, утверждающим основные направления государственной политики в области развития конкуренции в стране.

Активное стимулирование конкуренции является приоритетом для различных органов государственной власти, от президента России до органов местного самоуправления[3].

Государственная политика в области стимулирования конкуренции направлена на достижение следующих целей:

- Во-первых, обеспечить рост удовлетворенности потребителей за счет расширения ассортимента, повышения качества и снижения цен на товары;
- Во-вторых, обеспечение роста конкурентоспособности и эффективности организаций, особенно в сфере естественных монополий;
- В-третьих, обеспечение стабильного роста и диверсификации экономики, проведение работ по технологическому развитию и сокращению затрат на государственном уровне, поддержание экономической безопасности страны, снижение социальной напряженности.

Основой государственной политики в области стимулирования конкуренции являются определенные положения, содержание которых отражает принципы данного направления государственного управления.

Эти принципы включают:

- Снижение доли государственных и муниципальных предприятий в общем количестве субъектов рынка;
- На основе равных экономических свобод и условий для осуществления деятельности на территории страны;
- Создание условий для развития малого и среднего бизнеса;
- Сохранение государственных инвестиционных ресурсов и развитие конкурентных направлений;
- Формирование и поддержание инвестиционной привлекательности товарного рынка;
- Запрет и ограничение перехода естественных монополий на конкурентный рынок;
- Формирование системы государственного регулирования цен, ориентированной на возвращение интересов производителей и потребителей;

- Запрет на установление государственной цены или ее предельно допустимых значений на конкурентном рынке;
- Формирование условий для развития конкуренции в государственном секторе экономики;
- Сочетание форм превентивного и последующего контроля, направленных на защиту конкуренции;
- Стимулирование формирования доминирующей на рынке организации системы самоконтроля за соблюдением антимонопольного законодательства;
- Обеспечение прозрачности антимонопольной политики;
- Ответственность государства за обеспечение реализации конкурентной политики;
- Измерение и оценка результатов государственной политики в области развития конкуренции;
- Государственные стимулы для субъектов рынка, которые работают добросовестно;
- Обеспечение развития национальной организации торговли;
- Обеспечение информационной открытости инфраструктурных монополий;
- Формирование прозрачной системы государственных и муниципальных закупок;
- Риск-ориентированный подход к контролю со стороны органов государственной власти.

Для федеральных органов власти принципы должны также включать:

- Запрет ограничений, которые могут дискриминировать участников рынка;
- Запрет вмешиваться в рыночные процессы в любой форме не имеет веских оснований для его существования[4].

Программа содействия конкуренции предусматривает определенный перечень мер как для физических лиц, так и для органов государственной власти.

Например, деятельность правительства России по продвижению конкуренции включает в себя следующие виды деятельности:

- Определение перечня естественных монополий, утвержденного правительством, инвестиционных программ и научно-исследовательских работ ;
- Обеспечить принятие правил, запрещающих дискриминационный доступ на рынки почтовых и портовых товаров;
- Утверждение плана мероприятий по развитию конкуренции;
- Утверждение плана трансформации естественных монополий в форму конкурентного рынка;
- Представление предложений по снижению административных барьеров, препятствующих развитию конкуренции;
- Утвердить план мероприятий по развитию организованной торговли на товарных рынках;
- Принятие мер по повышению эффективности деятельности антимонопольных органов;
- Принятие мер, направленных на создание и обеспечение работы системы самоконтроля лидеров рынка за соблюдением антимонопольного законодательства;
- Формирование нормативно-правовой базы в сфере естественных монополий с учетом тарифов при их разработке.

Меры стимулирования конкуренции, предусмотренные программой, реализуемой Федеральной антимонопольной службой, включают:

- Подготовка отчета для информирования правительства о состоянии конкуренции в стране;

- Оценка состояния и основных тенденций развития конкуренции в стране, регионе или отрасли;
- Представление информации о мерах и показателях реализации программы развития конкуренции;
- Выявление проблем, тенденций и рекомендаций по развитию конкуренции;
- Обеспечение международного сотрудничества в области развития конкуренции.

Программа также предусматривает меры по стимулированию конкуренции должностных лиц федеральных органов исполнительной власти, государственных компаний, министерств и субъектов Федерации[5].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Овчинников, В.В. Глобальная конкуренция / В.В. Овчинников. – М.: Институт экономических стратегий, 2016. – 801 с.
2. Портер Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / Портер, Майкл. – М.: Международные отношения, 2015. – 896 с.
3. Прахалад, К. К. Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности вместе с потребителями / К.К. Прахалад, В. Рамасвами. – М.: Олимп-Бизнес, 2015. – 352 с.
4. Просветов, Г. И. Конкуренция. Задачи и решения / Г.И. Просветов. – М.: Альфа-пресс, 2016. – 344 с.
5. Салихова Регина Рафаиловна Классификация мер государственного регулирования и стимулирования конкурентоспособности отечественных розничных торговых сетей // ВЭПС. 2– 011. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-mer-gosudarstvennogo-regulirovaniya-i-stimulirovaniya-konkurentosposobnosti-otchestvennyh-rozничnyh-torgovyh> (дата обращения: 08.12.2019).