

ПРАВОВОЕ СОДЕЙСТВИЕ РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

Качалкова Е.Г., магистрант группы ЮМЗЧ-301,

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП), e-mail: ms.korobo@mail.ru

Научный руководитель: Пасикова Т.А., к.ю.н., доцент кафедры
гражданско-правовых дисциплин

ЧОУ ВО ЮИ (ИУБИП), e-mail: tatyana-plotko@yandex.ru

Аннотация: Основа любой рыночной экономической среды — свободная конкуренция. Ее суть — стремление производителя реализовать свой товар с учетом того, что помимо него похожий товар реализуют конкуренты. И в этой борьбе за потребителя и проявляется главная черта конкурентной среды.

Но конкуренцию необходимо поддерживать и развивать. И один из основных инструментов тут — правовое содействие. До сих пор в некоторых секторах экономики конкурентные отношения находятся на низком уровне. И именно законодательные полномочия всего могут привести в действие механизм конкуренции. Также крупные компании-монополисты всегда стремятся к нарушению правил естественной конкурентной среды. Но и внутри этих естественных монополий происходят изменения, которые могут привести к появлению новых монополий. Все эти процессы негативно сказываются на ситуации в экономике и требуют правового регулирования.

Ключевые слова: товарный рынок, конкуренция, товары, рынки.

LEGAL ASSISTANCE TO DEVELOPMENT OF COMPETITION IN COMMODITY MARKETS

Kachalkova E.G.

Abstract: One of the most important points for the formation of market relations is the presence of a competitive environment. It is the need to sell a product and sell it on the most favorable terms that creates competition and forces entrepreneurs to take into account its requirements. Currently, the urgency of the problems of legal assistance to the development of competition is beyond doubt. On the one hand, in some markets there is still no full-fledged market competition and it is necessary to take legislative and other measures aimed at creating and developing competitive relations. On the other hand, there are numerous violations of competition rules, including on the part of the so-called "natural monopolists". In addition, reforms of the natural monopolies themselves are underway and it is necessary to prevent a situation when, in the process of their implementation, new monopolists will appear on the market instead of the previously existing ones.

Keywords: commodity market, competition, goods, markets.

После перехода к рыночной экономике деятельность хозяйствующих субъектов значительно активизировалась. В директивной экономике все предприятия были связаны определенным планом, разрабатываемым централизованно. То есть, административный способ управления полностью подчинял деятельность организации указаниями сверху[1].

Сейчас ситуация изменилась. Каждый субъект рынка целиком и полностью зависит от собственных решений. И правовые средства помогают формировать, поддерживать и контролировать здоровую конкуренцию среди всех предприятий и организаций.

Становление рыночных отношений в России продолжается. В целом, конкурентная среда еще не развита. В некоторых секторах экономики фактически преобладает монополизм. Корень этих проблем можно усмотреть в несовершенстве российского законодательства относительно вопросов конкуренции. В числе последних правовых актов можно упомянуть закон «О защите конкуренции». Но и относительно этого закона нельзя сказать, что он решает все существенные проблемы[2].

Вообще, что касается правовых и юридических актов, посвященных проблемам конкуренции, то можно отметить одну деталь. В них акцент ставится на противодействие монополизму, нарушению антимонопольного законодательства[3]. При этом в стороне остаются вопросы общего состояния конкурентной среды в стране. Пригодность и достаточность механизмов конкуренции в целом обходится стороной.

Должным образом не исследуются вопросы стимулирования и развития конкуренции. Но все же в некоторых статьях и публикациях освящаются вопросы активизации деятельности конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Это в первую очередь такие меры как стимуляция малого бизнеса, регуляция внешнеэкономической политики, приватизация. Но эти меры лишь отдельные грани стимулирующей политики[4]. Перечень средств, необходимых для культивирования конкуренции гораздо шире[5]. Можно назвать такие методы как модернизация договорной деятельности, внедрение

соревновательного подхода в области договоров и грантов, увеличение удельного веса организаторов торговли (бирж, ярмарок, выставок) в общем торговом процессе, совершенствование механизмов государственной, федеральной и муниципальной помощи и субсидирования, мотивация производителей к улучшению качества производимых товаров и многое другое[6]. Важно отметить, что лишь совокупное применение этих средств может дать необходимый результат — образование действенной конкурентной системы.

Важнейший вопрос трансформации экономических отраслей обходится стороной в теории и практике правового содействия конкуренции. Можно отметить, что реформация того или иного сектора экономики, как правило, направлена на повышение его общей эффективности и улучшение производительности. Но при таком подходе происходит совершенно естественное развитие конкурентных механизмов. Невозможно реформировать часть рынка, при этом оставив конкуренцию в нем на прежнем уровне.

Еще один важный аспект проблемы регулирования конкуренции — конкурентные особенности и специфика отдельных отраслей. Некоторые сектора экономики находятся в специфическом по сравнению с другими конкурентном положении. Обуславливаться это может такими причинами как естественная монополия в той или иной отрасли, высокий уровень конкуренции на мировом рынке, привязанностью к природным ресурсам и другое [7]. Например, при анализе и регулировании конкуренции в таких областях как горнодобывающая промышленность, теплоэнергетика и торговля косметикой невозможно применять одинаковые подходы и механизмы. В таких развитых странах как США и Япония законодательство в области конкуренции детально учитывает особенности и специфику отраслей.

В современных условиях вопрос о свойствах и характере т.н. естественных монополий остается не до конца решенным. Прояснение здесь

требует в первую очередь само понимание этого термина, а также проблемы законодательного регулирования монополистических образований. Отсутствие конкуренции имеет место не только в чисто монополистических сферах экономики, но и в совершенно конкурентных по своей сути сферах. Формирование ситуации здорового соперничества в таких проблемных ситуациях требует особого, комплексного подхода. Закон «О естественных монополиях» содержит список видов деятельности, определяемых как «естественно-монопольные». Состав этого перечня вызывает немало вопросов и совершенно точно требует доработки.

Правовая практика и теория обходят стороной такой важнейший вопрос как естественная организация конкуренции самими субъектами рынка. Предприятия и фирмы могут сами формировать и влиять на конкуренцию, применяя законодательные меры. Каждый хозяйственный субъект, в процессе своей деятельности воплощает в реальность собственную конкурентную политику, влияя на конкурентов и ситуацию в целом. Такой подход получил широкое распространение в экономической научной литературе. Но теория юриспруденции еще не освоила этот аспект образования конкуренции.

Если брать во внимание все эти аспекты и проблемы правового регулирования рынка, можно сделать вывод о том, что целый ряд существенных вопросов остается неисследованным[8]. Развитие честной конкуренции — необходимое условие полноценного функционирования экономики. Поэтому проблемы правового регулирования этой области остаются актуальными и значимыми.

Библиографический список

1. Конкурентное право России. – М., Зерцало-М, 2008.
2. Правовое регулирование конкуренции в России. – М.: «ЮрИнфоР», 2000.
3. Самсонова А.А., Заключение договора субподряда в процессе исполнения государственных и муниципальных контрактов // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2020. – № 1. – С. 564-569.
4. Туманова С.В. Цифровой маркетинг как инструмент оптимизации бизнес-процессов // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2020. – № 1. – С. 317-322.
5. Естественные монополии в России // Участие государства в коммерческой деятельности. – М.: Юристь, 2001.

6. Варламова А.Н О правовом содействии развитию конкуренции // Российский ежегодник предпринимательского (коммерческого) права. – 2008. – № 2. – С. 99-106.
7. Варламова А.Н Развитие конкуренции как цель конкурентного права и пути ее достижения // Юрист. – 2018. – № 11. – С. 11-18.
8. Пасикова Т.А., Рябко А.Н., Гурценко А.С. Правовое регулирование рекламной деятельности в России // Евразийский юридический журнал. – 2020.– №5(144). – С. 163-166.