

- установление повышенных норм амортизации основных производственных природоохранных фондов;
- применение поощрительных цен и надбавок на экологически чистую продукцию и др.

Большинство из рассмотренных выше видов экономического стимулирования показали свою эффективность во многих странах. Но, к сожалению, в настоящее время в Российской Федерации механизм экономического стимулирования практически не работает, так как правовое регулирование реальной поддержки предприятий, внедряющих современные прогрессивные технологии или вкладывающих немалые средства в модернизацию производства, внедрение технологий по использованию вторичных ресурсов и переработки отходов, недостаточно.

УДК 346(47+57):346.546.4

Студ. К.С. Белова
Рук. О.Г. Черезова
УГЛТУ, Екатеринбург

РОССИЙСКОЕ АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО: ПРОБЛЕМЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ

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. А поскольку конкуренция является необходимой предпосылкой рыночной экономики, то она создает состязательность участников рынка, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне (монопольно) воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке. Из этого следует, что, во-первых, конкуренция представляет собой объективно необходимый регулирующий фактор рыночной экономики, основанной на свободе предпринимательства, а во-вторых, это антидот монополизма в экономике, который стремится подавить конкуренцию. Если монополистическая деятельность не ограничивается законом, то это ведет к свертыванию конкуренции, свободы предпринимательства и рыночной экономики в целом. Поэтому одним из главных инструментов, ограничивающих монополистическую деятельность, основой, создающей гарантии для существования конкуренции, будет являться антимонопольное законодательство [1].

Антимонопольное законодательство в первую очередь направлено на поддержание конкуренции и ограничение монопольной деятельности.

В Российской Федерации оно представлено как общими специальными законами, так и множеством подкатов. В России начальным этапом антимонопольного законодательства принято считать 1991-й год, когда был принят закон: «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» [2].

Отметим, что со временем антимонопольное законодательство неоднократно изменялось, так в последние годы оно потерпело кардинальные перемены. Так в 2006 г. был принят закон «О защите конкуренции», в 2007 г. введены оборотные штрафы, а в 2009 г. – уголовная ответственность за ограничение конкуренции. Изменение законодательства, более активная деятельность Федеральной антимонопольной службы по его применению повысили роль антимонопольной политики как с точки зрения её воздействия на поведение хозяйствующих субъектов, так и с точки зрения места в системе государственного управления [3].

Но в то же время в сфере применения антимонопольного законодательства существует целый ряд серьезных проблем, связанных как с содержанием норм, так и практикой их применения.

Таким образом, выделяют очевидный дисбаланс в сфере антимонопольного законодательства:

- изменения системы санкций (2009-2010 гг.) представляют в определенном смысле «откат назад» в части снижения масштабов наказания виновных, ослабление санкций снижает и угрозы для потенциальных нарушителей, а, следовательно, стимулы воздерживаться от нарушений антимонопольного законодательства;

- в развитии антимонопольного законодательства укрепляется линия, нацеленная на защиту контрагентов, в отличие от защиты конкуренции;

- возникла тенденция к использованию антимонопольного законодательства решения политических (а часто и популистских) задач;

- появилось стремление видеть в антимонопольном законодательстве метод не содействия конкуренции, а прямого регулирования цен; проявления этой тенденции тройки; во-первых, уровень цен становится критерием оценки деятельности ФАС; во-вторых, все чаще применяется норма о монопольно высокой, т. е. «слишком высокой» цене; в-третьих, при согласовании слияний относительно часто выдаются предписания о максимальных темпах повышения цен;

- на фоне роста санкций стали очевидны риски несправедливого обвинения продавцов в ограничении конкуренции.

В заключение хочется сказать, что антимонопольное законодательство нуждается в совершенствовании, так как существуют определенные проблемы и наблюдается дисбаланс. А для выработки конкретных рекомендаций по совершенствованию законодательства сначала надо сделать выбор между двумя принципиально разными стратегиями: либо антимонопольной политике возвращается положенное ей место как политике, нацеленной на

защиту конкуренции (с разумным разграничением между легальными и нелегальными действиями в законодательстве и с разумными стандартами доказательств), либо антимонопольная политика продолжает применяться как инструмент достижения текущих политических и популистских целей. Во втором случае антимонопольная политика замещается регулированием со всеми его дополнительными возможностями и недостатками. И антимонопольное законодательство перестает быть инструментом поддержки конкуренции, сохраняя свое название, но не суть [1].

Библиографический список

1. Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: <http://www.en.nisse.ru>
2. Курс экономической теории: учебник / под общ. ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселева. Киров, 2004. С. 183-186.
3. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org>.

УДК 658.7

Студ. А.В. Бобре
Рук. Р.Н. Ковалев
УГЛТУ, Екатеринбург

МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТРАНСПОРТА

Сегодня грузоперевозки являются неотъемлемой частью инфраструктуры государства. Они позволяют осуществлять торговые сделки на различных расстояниях, способствуют развитию экономических связей и росту благосостояния страны в целом. Огромное количество компаний строят свой бизнес на оказании услуг по грузоперевозкам на различных уровнях административной системы – от городского и регионального до международного. В зависимости от объемов перевозок транспортные компании предоставляют услуги по перевозке морскими контейнерами, железнодорожными вагонами, авто - и авиатранспортом.

Но в условиях высокой рыночной конкуренции предприятия транспорта нуждаются в стимулировании и продвижении оказываемых ими услуг. Под стимулированием понимается всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своей услуги и убежде-