Научная статья
Original article
УДК 339.1

РЕАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЭЛЕМЕНТОВ МАРКЕТИНГА ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ

IMPLEMENTATION OF MODERN METHODS OF STATE REGULATION OF COMMODITY MARKETS USING MARKETING ELEMENTS BY THE FEDERAL ANTIMONOPOLY SERVICE

Хачатрян София Артуровна, студентка 1 курса магистратуры факультета управления ЮРИУ РАНХиГС при Президенте РФ (344002 Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, д. 70/54)**,** тел. 89585718927**,** ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1197-2860**,** e-mail: sofachka5555@mail.ru,

Khachatryan Sofia Arturovna, 1st year student of the magistracy of the Faculty of Management of the Law Institute of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (344002 Russia, Rostov-on-Don, Pushkinskaya st., 70/54), tel. 89585718927, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1197-2860, e-mail: sofachka5555@mail.ru,

Аннотация. Целью работы является определение границ товарного рынка, его субъектного состава; определение цели антимонопольного регулирования на товарных рынках. Используя традиционную методику сбора данных, были выявлены основные задачи ФАС, способы предотвращения антиконкурентных соглашений и недобросовестной конкуренции.

Abstract. The purpose of the work is to determine the boundaries of the commodity market, its subject composition; determination of the purpose of antimonopoly regulation in commodity markets. Using the traditional data collection methodology, the main tasks of the FAS, ways to prevent anti-competitive agreements and unfair competition were identified.

Ключевые слова: экономика, ФАС, государственное регулирование экономики, государство, рынок.

Keywords: economy, FAS, state regulation of the economy, state, market.

В своей деятельности Федеральная антимонопольная служба активно применяет как административные, так и правовые, морально-этические методы. Но упор все же идет на применение административных методов. Правовые методы применяются посредством создания и регулирования нормативной базы антимонопольной деятельности. Аналогично, посредством нормативного регулирования антимонопольные органы применяют морально-этические методы, применяя санкции негативного характера к нарушителям законодательства и положительного характера к тем, кто пострадал от действий иных субъектов.

По форме государственного регулирования в деятельности Федеральной антимонопольной службы превалирует прямая форма, но также весомое значение имеет косвенная. Прямая форма выражается в решениях антимонопольной службы по тем или иным вопросам, применении запретительных или ограничительных мер. Косвенная форма выражается в том, что в течение своего функционирования антимонопольная служба создает некоторую систему поведения, которую нельзя нарушать по законодательству. Таким образом, субъекты рынка четко осознают, какое поведение является нормальных, а какое повлечет за собой санкционные издержки.

По степени демократичности в деятельности Федеральной антимонопольной службы превалируют жесткие; по степени участия внешнее воздействие, с точки зрения времени воздействия к данной деятельности применимы спорадические, парциальные и перманентные методы; по составу субъекта воздействия индивидуальные, коллективные и общественные; по масштабности превалируют

оперативные и тактические, так как стратегические в большей мере зависят от воли государственного института.

Значение элементов маркетинга в деятельности Федеральной антимонопольной службы является ключевым. Причиной такого заключения является активное использование элементов маркетинга в нормативно-правовой базе осуществления деятельности антимонопольной службы. Также важно отметить, что во много ее деятельность направлена на конкретное регулирование части из них (рынков, цены). Решения антимонопольных органов напрямую влияют на спрос и предложение на рынке. Само функционирование антимонопольного органа делает поведение хозяйствующих субъектов более упорядоченным, вводит его в определенные законом рамки.[1]

Кроме того, что элементы маркетинга сами по себе имеют важнейшую роль в методологии деятельности антимонопольной службы. Уже было не раз отмечено, что современные органы государственной власти в целом имеют тенденцию к социальной ориентации в своей деятельности, а иной подобной ориентацией необходимо считать развитие рынка. Поэтому с течением времени антимонопольные органы в некотором смысле расширили свой функционал и содержание своей деятельности. Она стала нацеленной не просто на борьбу с недобросовестной конкуренцией и развитие данного фактора функционирования рынка, а четко направленной на экономическое развитие соответствующего рынка. То есть решения антимонопольного органа не должны ограничивать или тормозить деятельность соответствующего рынка, а наоборот, должны приводить к его развитию, росту, активизации деятельности. В связи с этим с течением эволюции антимонопольных органов их методология включила в себя многие маркетинговые инструменты (развитие имиджа органа; создание системы обратной связи с объектами контроля; построение системы доверительных отношений на рынках и ее совершенствование; активное исследование рынка при принятии решений, а также объективная оценка последствий принятий таких решений) для того, чтобы

[1] Шишкин, М.В. Антимонопольное регулирование, учебник и практикум для вузов / М. В. Шишкин, А.В.Смирнов. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 121 с.

своими решениями стимулировать экономическую деятельность к росту, а не ограничивать ее.

Очевидно, что такой тренд только развивается и еще не находится на пике, поэтому тема выпускной квалификационной работы является особо актуальной и данная актуальность не будет снижаться с течением времени. Скорее даже наоборот, элементы маркетинга будут играть в будущем более важную роль, нежели сейчас. По мнению автора выпускной квалификационной работы, современное состояние деятельности Федеральной антимонопольной службы отвечает потребностям времени, но вместе с этим оставляет достаточно большой горизонт возможностей для развития.

Федеральная антимонопольная служба является федеральным органом исполнительной власти, чья деятельность направлена на развитие конкуренции и на борьбу с ограничивающими ее факторами. Федеральная антимонопольная служба активно участвует в процессе регулирования товарных рынков. Это достигается за счет таких направления деятельности Федеральной антимонопольной службы как определение границ товарного рынка и его субъектного состава, выявление фактов доминирующего положения, контроль за экономической концентрацией, предотвращение антиконкурентных соглашений и недобросовестной конкуренции.

Для того, чтобы своими решениями стимулировать экономическую деятельность к росту, а не ограничивать ее, в практике антимонопольного регулирования применяют элементы маркетинга, такие как развитие имиджа органа; создание системы обратной связи с объектами контроля; построение системы доверительных отношений на рынках и ее совершенствование; активное исследование рынка при принятии решений, а также объективная оценка последствий принятий таких решении.

Очевидно, что такой тренд только развивается и еще не находится на пике, поэтому тема выпускной квалификационной работы является особо актуальной и данная актуальность не будет снижаться с течением времени. Скорее даже наоборот, элементы маркетинга будут играть в будущем более важную роль, нежели сейчас.

Исследуемый в настоящей работе тренд по применению элементов маркетинга в процессе государственного регулирования товарных рынков является очень актуальным. Элементы маркетинга будут играть в будущем более важную роль, нежели сейчас. По мнению автора выпускной квалификационной работы, современное состояние деятельности Федеральной антимонопольной службы отвечает потребностям времени, но вместе с этим оставляет достаточно большой горизонт возможностей для развития.

Литература

1. Джабуа И.В. Правовые основы ограничения монополистической деятельностина товарных рынках: автореф. дис. … канд. юрид. наук. М., 2017
2. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Основы теории : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 153 с.
3. Коммерческое право : учебник для вузов / Б. И. Пугинский [и др.] ; под общей редакцией Б. И. Пугинского, В. А. Белова, Е. А. Абросимовой. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 471 с.
4. Кузнецова, Г. В. Конъюнктура мировых товарных рынков : учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 165 с.
5. Курно А. Исследование математических принципов теории богатства // Барр Р. Политическая экономика. М., 2017. Т. 1.
6. Макконелл К.Р., Брю С.А. Экономика: принципы, проблемы и политика. М., 2016. Т. 1. С. 52–53.
7. Халфина Р.О. Современный рынок: правила игры. М., 2016.
8. Хашукаев Р.Ф. Государственно-правовое регулирование конкуренции на товарных рынках Российской Федерации. М., 2016.
9. Шишкин, М. В. Антимонопольное регулирование : учебник и практикум для вузов / М. В. Шишкин, А. В. Смирнов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 143 с.
10. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб.-практ. пособие. М., 2017.

References

1. Dzhabua I.V. Legal basis for limiting monopolistic activity in commodity markets: author. dis. ... Cand. jurid. sciences. M., 2017
2. Didenko, NI International marketing. Fundamentals of the theory: textbook for universities / N.I.Didenko, D.F.Skripnyuk. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2020 .-- 153 p.
3. Commercial law: textbook for universities / BI Puginsky [and others]; under the general editorship of B. I. Puginsky, V. A. Belov, E. A. Abrosimova. - 5th ed., Rev. and add. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2020 .-- 471 p.
4. Kuznetsova, GV The conjuncture of world commodity markets: textbook and workshop for universities / GV Kuznetsova. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2020 .-- 165 p.
5. Cournot A. Research of mathematical principles of the theory of wealth // Barr R. Political economy. M., 2017.T. 1.
6. McConnell K.R., Bruce S.A. Economics: principles, problems and politics. M., 2016. T. 1. S. 52–53.
7. Khalfina R.O. The modern market: the rules of the game. M., 2016.
8. Khashukaev R.F. State legal regulation of competition in the commodity markets of the Russian Federation. M., 2016.
9. Shishkin, M. V. Antimonopoly regulation: textbook and workshop for universities / M. V. Shishkin, A. V. Smirnov. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2020 .-- 143 p.
10. Yudanov A.Yu. Competition: theory and practice: textbook-practical. allowance. M., 2017.

© Хачатрян С.А., 2022 Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №1/2022.

Для цитирования: Хачатрян С.А, РЕАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЭЛЕМЕНТОВ МАРКЕТИНГА ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ// Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №1/2022.