Изображение выглядит как снимок экрана

Автоматически созданное описание

**СОДЕРЖАНИЕ**

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc40818654)

[1 Теоретические аспекты исследования конкуренции и монополии 5](#_Toc40818655)

[1.1 Конкуренция и монополия: сущность, виды, достоинства и недостатки 5](#_Toc40818656)

[1.2 Особенности рынка совершенной и несовершенной конкуренции 15](#_Toc40818657)

[1.3 Конкурентоспособность в условиях монополии 19](#_Toc40818658)

[1.4 Интенсивность соперничества между конкурентами и их конкурентные преимущества 22](#_Toc40818659)

[2 Особенности конкуренции и монополии в РФ 27](#_Toc40818660)

[2.1 Последствия монополизации в РФ 27](#_Toc40818661)

[2.2 Самые крупные представители монополии в РФ и их влияние на экономику страны 33](#_Toc40818662)

[2.3 Антимонопольное законодательство в РФ 42](#_Toc40818663)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 46](#_Toc40818664)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 48](#_Toc40818665)

# **ВВЕДЕНИЕ**

Данная курсовая работа посвящена конкуренции и монополии, их видам, особенностям, преимуществам и недостаткам, а также их взаимосвязь и участие на отечественном рынке. На сегодняшний день, конкуренция и монополия приобрели более значимое положение в рыночных отношениях, чем пол века тому назад.

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время проблема изучения конкуренции и монополии стала более актуальной. В процессе развития общества происходит развитие экономики и наиболее эффективной себя показала рыночная экономика. Главным и определяющим элементом рыночной экономики являет конкуренция, которая обеспечивает эффективное общественное производство. В процессе развития общества происходит разделение труда, которое в свою очередь усложняет конкурентные отношения, которые подразделяются по охвату действия между местными рынками, регионами, странами.

Целью курсовой работы является изучение теоретического аспекта взаимосвязи конкуренции и монополии, а также анализ рынка монополии в РФ и изучение антимонопольной и конкурентной политики как составной части концепции экономического развития РФ.

Для достижения указанной цели необходимо выполнить следующие задачи:

– рассмотреть понятие и функции конкуренции

– изучить виды и особенности рынков конкуренции

– рассмотреть сущность монополии и ее формы

– обосновать последствия монополизации в РФ

– рассмотреть структуру российских монополий

– проанализировать антимонопольное законодательство в РФ­

Объектом исследования является конкуренция и монополия в рыночной системе.

Предмет исследование – социально-экономические отношения, возникающие в конкурентных условиях и антимонопольного регулирования.

Для решения поставленных задач были использованы следующие методы: системный и сравнительный анализ, синтез, анализ статистических данных, метод научных абстракций.

В качестве информационной базы исследования были использованы публикации, учебники, учебные пособия, нормативно-правовые акты, интернет - ресурсы.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников. Во введении обоснована актуальность темы, сформулированы цели и задачи исследования, указаны объект и предмет исследования. Первая глава включает 4 параграфа. В ней раскрываются теоретические аспекты исследования конкуренции и монополии. Вторая глава содержит 3 параграфа. Она содержит в себе особенности конкуренции и монополии в РФ. В заключении подведены итоги и сделаны выводы исследования.

# **Теоретические аспекты исследования конкуренции и монополии**

## **Конкуренция и монополия: сущность, виды, достоинства и недостатки**

Конкуренция является базисом в условиях рыночных отношений. Сама суть конкуренции зародилась еще сотни лет назад, ее зарождение относят к появлению меркантилистов. В последствии ее развивали множество известных экономистов, таких как: Адам Смит, Альфред Маршал, Карл Маркс, Джон Кейнс и множество других ученых, которые также затрагивали сущность конкуренции. Рассмотрев определение, виды, функции конкуренции, ее преимущество и недостатки в условиях рыночных отношений мы сможем прийти к пониманию самой ее сущности.

Термин «конкуренция» происходит от латинского слова concurrere, которое понимается к «столкновение» или «состязание».

Конкуренция – наиболее действенный элемент рыночного механизма хозяйствования, выражающийся в форме взаимодействия рыночных субъектов. Более того, при помощи конкуренции осуществляется регулирование пропорций общественного производства. [12]

Из определения видно, что рыночная система зависит от конкуренции экономических единиц. В основе этой конкуренции лежит свобода выбора, совершаемого в стремлении получить доход в денежном виде. Если рассматривать конкуренцию более широко, то можно выделить несколько необходимых условий для ее осуществления, такие как:

– два и более покупателей и два и более продавцов, действующих взаимозависимо на конкретном рынке продукта или ресурса

– свобода покупателей и продавцов покидать те или иные рынки, основанная на их личном интересе

Следовательно, сущность конкуренции между продавцами и покупателями заключается в широком рассредоточении экономической власти внутри составляющих экономику двух главных совокупностей – фирмы и домохозяйства. Когда же на определенном рынке действует множество покупателей и продавцов, никто не в состоянии предъявить спрос на продукт или обеспечить его предложение в объеме, достаточном для того, чтобы значительно повлиять на цену продукта или ресурса, так как другие в свою очередь могут снизить цену.

Широкое рассеивание экономической власти, составляющее основу конкуренции, как бы само по себе служит инструментом контроля за использованием этой власти и ограничивает возможность ее злоупотребление. Производитель не будет устанавливать цену выше равновесной, иначе в этом случае он потеряет покупателей. Предприниматель в свою очередь, установив цену оплаты труда ниже равновесной, просто потеряет работников. Компания, производя продукцию низкого качества, потеряет клиентов, которые предпочтут продукцию конкурентов. Таким образом, в качестве базиса, регулирующего экономические отношения в рыночной экономике, выступает конкуренция.

Конкуренция выполняет ряд важнейших функций для нормального функционирования рынка (рисунок 1).

Регулирующая

Контрольная

Инновационная

Аллокационная

Распределительная

Функции Конкуренции

Адаптационная

Рисунок 1– Функции конкуренции (составлен автором)

Инновационная функция – конкуренция обнаруживается в различных про­длениях новаторства (нововведений), опирающихся на достижения научно-технического прогресса и предопределяющих динамизм фактического развития субъектов рыночной экономики. [13]

Аллокационная функция – это функция конкуренции, называемая иначе функцией раз­мещения (от англ. allocation — размещение), выражается в эффективном размещении самих факторов производства (в первую очередь труда, земли и капитала) в местах (хозяйственных организациях и регионах), где их приме­нение обеспечивает наибольшую отдачу. [13]

Распределительная функция – это воздействие конкуренции на предложения благ в целях установления их оптимального соответствия спросу, то есть производитель поставляет на рынок только ту продукцию, которую сможет продать. [13]

Адаптационная функция - нацелена на рациональное приспособление предприятий (фирм) к условиям внутренней и внешней среды, что позволяет нам переходить от простого самосохранения (экономического выживания) к экспансии (расширению) сфер хозяйственной деятельности. Распределительная функция конкуренции оказывает прямое и косвенное воздействие на распределение суммарного объема произведенных благ (валового национального продукта) среди потребителей. [13]

Регулирующая функция заключается в воздействии конкуренции на предложение и скрытое за ним производство благ в целях установления их оптимального соответствия спросу (потреблению). С помощью именно этой функции через все противоречия рынка прокладывает себе дорогу прогрессивная тенденция к определению предложения спросом. [13]

Контролирующая функция конкуренции призвана не допустить установления монополистического диктата одних агентов рынка над другими. [13]

Важно понять, что перечисленные функции обеспечивают нормальное функционирование рынка, именно механизмы конкуренции предрасполагает нормальное функционирование рынка как саморегулирующуюся и самокорректирующуюся систему.

Также в современной экономике выделяют большую разновидность конкуренции, каждая из которых обладает своими особенностями, поэтому различают ценовую и неценовую, совершенную и несовершенную, отраслевую и межотраслевую, прямую и косвенную, продавцов и покупателей.

­‒ Ценовая конкуренция основана на использовании цен для вытеснения соперников. Если ставится цель завоевать рынок, то, как правило, прибегают к снижению цен. В целях увеличения прибыли пользуются повышением цен. Таким образом, ценовая конкуренция базируется на привлечении покупателей за счет разницы цен на товары, аналогичные по качеству товарам конкурентов. Она выгодна для покупателей и невыгодна для производителей. В результате ценовой конкуренции потребители могут купить товар по более низким ценам, производители же теряют часть прибыли в результате снижения цен

‒ Неценовая конкуренция – соперничество вне манипулирования ценами. Данный вид конкуренции чаще всего связан с новой технологией и затрагивает в основном качество и ассортимент товара. Главными показателями качества товара служат его новизна, оформление, уровень безотказности, реклама, последующее гарантийное и внегарантийное обслуживание. При низком уровне безотказности все остальные потребительские свойства теряют смысл

‒ Совершенная конкуренция – условия функционирования рынка, характеризующиеся наличием большого числа фирм, предлагающих однородную продукцию. Обязательным условием совершенной конкуренции является возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его. Здесь цена товара определяется в соответствии с рыночными законами, на основе спроса и предложения

‒ Несовершенная конкуренция характеризуется таким положением на рынке, при котором возможны осложнения при вступлении в него и выходе из него, где ограничены доступ к информации, число продавцов или число покупателей. Товары, продаваемые в условиях несовершенной конкуренции, отличает дифференциация и специализация, уникальность. В этой связи рыночные агенты могут оказывать влияние на масштабы производства и уровень цен

‒ Прямая конкуренция отличается открытостью. В условиях открытой конкуренции часто встречается практика обмена информацией о ценах между предприятиями, выпускающими аналогичную продукцию

‒ В отличие от прямой косвенная конкуренция характеризуется скрытостью. Часто скрытая конкуренция отождествляется с недобросовестностью, поскольку использует методы нечестной конкурентной борьбы. Здесь систематически нарушаются нормы и правила принятого на рынке сотрудничества. Часты случаи разглашения конфиденциальной научно - технической информации, распространения ложных сведений относительно товара конкурентов, ложных утверждений, направленных на дискредитацию предприятий конкурентов, их промышленной или торговой деятельности, замалчивания важной для потребителя информации, устранения с рынка или ограничения доступа на него других хозяйствующих субъектов и т.п.

‒ В ходе отраслевой конкуренции соперничество протекает на основе сопоставления одноименных товаров. Действия конкурентов происходят внутри отрасли и направлены на завоевание рынка за счет удешевления продукции, улучшения внешнего вида изделий, усиления рекламы

‒ В условиях межотраслевой конкуренции усилия переключаются на более выгодное вложение капитала. Борьба идет за занятие места в той отрасли, в которой обеспечивается высокая прибыль. Особое внимание обращается на вложения в новые перспективные отрасли

‒ Конкуренция продавцов – явление, связанное с избытком товара на рынке. В этом случае продавцы стремятся снизить цену, чтобы реализовать свой товар

‒ Конкуренция покупателей это борьба за возможность приобрести конкурентный товар всегда возникает на рынке дефицитных благ, в результате чего цены на эти блага повышаются [12]

Последствия конкуренции могут иметь неоднозначный характер которые имеют свои достоинства и недостатки.

Положительными последствиями конкуренции могут являться:

‒ Снижение затрат фирмы – способствование более эффективному использованию ресурсов для снижения затрат на производстве

‒ Расширение выбора для потребителя – обеспечение свободы выбора и действий потребителей и производителей

‒ Стимул для внедрения научно-технических достижений – создаются условия для оптимального использования научно-технических достижений в области создания новых видов товара, внедрение новой техники и технологий, разработка более совершенных методов организации и управления производством

‒ Снижение угрозы монополизации

Отрицательными последствиями конкуренции могут являться:

‒ Разорение фирм – в связи с невысоким спросом на продукцию, фирма не способно окупить вложенные средства и происходит банкротство

‒ Нечестные методы борьбы – крупные фирмы способны использовать нечестные методы борьбы для разорения своего конкурента, например, шантаж, шпионаж, снижение цены на свой товар, которые дадут им преимущества и вытеснят их конкурентов с рынка

‒ Экологические нарушения – из-за несоблюдения норм по выбросам в окружающую среду и отсутствия на предприятиях специальной техники для ее утилизации происходит нанесение значительного вреда природе и здоровью человека

‒ Большие затраты на рекламу

Монополия — это следствие конкуренции, которая также является неотъемлемой частью рыночных отношений. После детального рассмотрения конкуренции, ее сущности, видов и функций мы проведем такое же исследование, чтобы понять сущность монополии.

Монополия означает исключительное право производства, торговли и прочих видов деятельности, принадлежащее одному субъекту. Обычно монополистической силой обладают крупные фирмы или производственные объединения. Поэтому монополией называют чаще всего крупную корпорацию, которая сосредоточивает в своих руках значительную долю производства и сбыта товаров и господствует на рынке с целью извлечения высокой прибыли. В данном случае речь идет о хозяйственной монополии. Но может быть и монополия взглядов, идеологии, технологических решений, принадлежащих одному лицу, группе лиц, разнообразным рыночным агентам. [12]

Как мы уже выяснили, монополия существует, когда одна фирма является единственным производителем продукта, у которого нет близких заменителей. Поэтому предлагаю рассмотреть основные черты монополии:

‒ единственный продавец – отрасль, состоящая из одной фирмы, являющейся единственным производителем какого-то конкретного товара или единственным поставщиком услуги

‒ нет близких заменителей – продукт монополии уникален тем, что не существует хороших и близких его заменителей

‒ ценовой лидер – монополист контролирует весь объем предложения продукта на рынке и поэтому может в значительной степени диктовать цену

‒ заблокированное вхождение – монополист не имеет непосредственно конкурирующих с ним соперников, чему во многом способствуют некоторые барьеры, препятствующие входу в отрасль другим фирмам, способным это сделать

‒ неценовая конкуренция – продукт, выпускаемый чистым монополистом, может быть как стандартизированным, так и дифференцированным. Монополисты, которые выпускают стандартизированный продукт, занимаются в основном рекламой в рамках паблик рилейшнз, а те, кто выпускают дифференцированный продукт используют в основном напрямую рекламируют свои товары и услуги

Монополия, как сложная экономическая структура имеет различные виды и формы. Основными видами монополии обычно принято считать открытую, закрытую и естественную монополию. (рисунок 2)

Виды монополии

Открытая

Закрытая

Естественная

Рисунок 2 - Виды монополии (составлен автором)

Для открытой монополии характерно вхождение на рынок без юридических барьеров, перспективные достижения эффективности для большинства потенциальных игроков. Как обычно происходит, образование монополии заключается в наличии у компании собственных уникальных технологий ноу-хау, подобные технологии конкуренты воспроизвести не могут. У других компаний нет ограничений выхода на рынок, но они не могут предложить ничего интересного потребителю, взамен решений монополиста. [3]

Закрытая монополия – это рынки, с уровнем конкуренции, ограниченными действующими правовыми законами. Путь входа на рынок закрытой монополии новых предприятий связан с получением дорогостоящих и сложных в оформлении разрешений, патентов, лицензий. Некоторые экономисты считают такого рода монополии необходимыми для современных экономик, так как с помощью них можно защитить главные для национальных хозяйственных систем сегменты. Например, такими сегментами рынка могут являться нефтенная промышленность, почтовая служба, газовая промышленность. [3]

Возникновение естественных монополий обусловлено естественным развитием рынка, при котором ведение рентабельного бизнеса возможно только если фирма имеет статус единственного или очень крупного игрока, обладающего большими финансовыми или инфраструктурными ресурсами. Небольшие игроки при этом не смогут функционировать в рамках эффективных бизнес-моделей. И, как следствие, либо прекращают свою деятельность, либо продают свои ключевые активы предприятиям с монопольным статусом, сливаясь с ними. [3]

Монополия имеет различные формы: картель, концерн, синдикат, трест, консорциум, конгломерат.

Картель – соглашение предприятий одной и той же отрасли об объемах продаж, ценах, рынках. Регулирование такой монополии осуществляется обычно через квоты и определение областей сбыта. [12]

Одна из сложных форм монополистических объединений – концерн. Как правило, в его состав входят предприятия различных отраслей промышленности, транспорта, торговли и банковской сферы. Концерн чрезвычайно распространен в условиях государственно-монополистического регулирования. Важной особенностью деятельности концерна является, с одной стороны, жёсткий внутрифинансовый контроль, а с другой – хозяйственная самостоятельность фирм, отделений, филиалов и децентрализация управления по основным группам продукции и территориям. [12]

Синдикат обычно представлен объединением предприятий, характеризующимся тем, что распределение заказов, закупки сырья, реализация произведенной продукции осуществляются через единую сбытовую организацию. Участники синдиката производственно независимы друг от друга, но в коммерческом плане свободой действий не обладают. Организационно-правовая форма синдиката многогранна: акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, полное товарищество и т.п. [12]

Трестом называется объединение, в котором участники лишаются своей производственной и коммерческой самостоятельности. Руководство трестом осуществляется из специально созданного единого центра. Прибыль, получаемая по результатам хозяйственной деятельности данной организации, распределяется в соответствии с долевым участием входящих в него предприятий. Тресты получили преимущественное развитие в отраслях, производящих однородную продукцию. В современной хозяйственной жизни данная форма монопольной организации производства встречается крайне редко. [12]

Консорциумом – временный союз независимых в хозяйственном и коммерческом плане производителей с целью выполнения каких-либо конкретных экономических проектов. Консорциум формируется на базе соглашения участников, в котором предусматривают долю каждого из них в затратах, а также формы участия в реализации проекта, иные условия совместной деятельности. Консорциум всегда несет солидарную ответственность перед заказчиком. [12]

Конгломератом называется слияние фирм, функционирующих на непересекающихся сегментах рынка. Для такой формы организации монополии характерен высокий уровень децентрализации управления, в рамках которого производственные подразделения обладают достаточно широкой автономией. [12]

Существование одной фирмы на рынке имеет как положительные, так и отрицательные стороны, которые мы рассмотрим ниже.

Положительные стороны монополии в условиях рыночных отношениях:

‒ Снижение цены – за счет масштабов производства возможно сокращение издержек, за счет которых фирма может снизить цену на товар

‒ Устойчивость – в условиях кризиса фирма-монополист более устойчива за счет резервных капиталов

‒ Внедрение научно-технических разработок – фирма-монополист обладая достаточным количеством средств способна разрабатывать и внедрять новые технологии для улучшения качества своей продукции

‒ Сокращение совокупных расходов потребителей, связанных с рекламой и маркетингом

Отрицательные стороны монополии в условиях рыночных отношений:

‒ Нерациональное использование ресурсов

‒ Сдерживание конкуренции и связанной с ней развития новых технологий

‒ Усиление неравенства доходов

Учитывая двойственный характер монополистических объединений, политика государства должна заключаться в использовании антимонопольного законодательства для предотвращения возможности получения монополиями избыточной рыночной власти поддерживая и поощряя конкуренцию.

* 1. **Особенности рынка совершенной и несовершенной конкуренции**

При рассмотрении рынка совершенной и несовершенной конкуренции важно рассмотреть типы рынков. Ученые выделяют 4 основных типа рынка: чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия и монополия.

При рассмотрении типов рынка, нужно рассмотреть следующие критерии:

1 Количество фирм на рынке

2 Тип товара на данном рынке

3 Влияние на цену

4 Степень доступности входа на рынок

5 Доступность информации

Таблица 1 - Типы рынков и их характерные черты

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Тип рынка | Чистая конкурнеция | Монополистическая конкуренция | Олигополия | Монополия |
| Количество фирм | Множество | Множество | Несколько(2-10) | Одна единственная |
| Тип товара | Стандартизированный | Дифференцированный | Или стандартизированный  Или дифференцированный | Уникальный |

Продолжение таблицы 1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Влияние на цену | Отсутствует | Некоторое | Существенное | Ценовой диктат |
| Возможность входа | Свободный | Свободный(но есть небольшие сложности) | Жесткие барьеры | Закрыт |
| Доступность информации | Полная | Некоторое ограничение | Существенное ограничение | Недоступная |

Главной особенностью различия между совершенной и несовершенной конкуренцией является кривая спроса. При таком подходе рынок несовершенной конкуренции включает в себя рынок монополистической конкуренции, рынок олигополии и рынок монополии.

Если спрос не меняется при изменении количества продаваемого на рынке продукта, то такой рынок считается рынком совершенной конкуренции. Здесь графическое изображение кривой спроса D параллельно оси ординат. (Рисунок 4, а). [12]

На рынке же несовершенной конкуренции спрос зависим от величины предлагаемой к реализации продукции. Чем ее больше, тем больше величина спроса. На графике кривая спроса D в условиях несовершенной конкуренции имеет отрицательный наклон. (Рисунок 4, б) [12]

Рисунок 3 - Рынки совершенной (а) и несовершенной (б) конкуренции

Цена,P

Количество,Q

D

Цена,P

Количество,Q

D

а

б

Характерной чертой рынка совершенной конкуренции является наличие большого количества продавцов, которые обеспечивают широкие возможности для конкуренции. Также выделяют и другие черты для данного рынка:

‒ множество покупателей и продавцов, ни один из которых не может повлиять на рыночную конъюнктуру

‒ наличие стандартизированного набора товаров и услуг

‒ полная доступность информации для покупателей и продавцов

‒ продавцы не могут выработать и осуществить общую стратегию

‒ обеспечен свободный вход в отрасль и свободный выход из отрасли

Рынок совершенной конкуренции, как и любой другой рынок, имеет свои недостатки. Во-первых, потребности определенных групп людей, которые недостаточно учитываются; во-вторых, формируется равновесная, но не стабильная экономическая система; в-третьих, производитель не заинтересован вкладывать в нее то, что не окупиться сразу; в-четвертых, все внимание участников рынка сосредоточено на приобретении и преумножении прибыли; в-пятых, равенство возможностей выхода на рынок не гарантирует одинаковых результатов, что обязательно увеличивает прибыль одних и уменьшает прибыль других.

Характерной чертой рынка несовершенной конкуренции есть такое состояние рыночных отношений, когда одна или несколько фирм оказывают существенное влияние на рынок, в сущности, на изменение цены и объема производства. Также выделяют и другие черты данного рынка:

‒ препятствия при входе на рынок и выходе из него

‒ ограниченное число покупателей и продавцов

‒ недостаточный доступ к информации

‒ товары, продаваемые на рынке, могут быть дифференцированы или уникальны

‒ отдельные предприятия имеют возможность оказывать влияние на масштабы производства

Складывается такая ситуация, когда какая-то часть рынка может контролироваться отдельным производителем. Крупные и доминирующие фирмы обладают возможностью влиять на рыночную ситуацию и прежде всего на цену.

Поэтому по степени такого влияния выделяют следующие рынки несовершенной конкуренции, к нем относится чистая монополия, монополистическая конкуренция и олигополия.

Монополия — это наличие жёстких барьеров и господство фирмы на рынке. Она существует лишь тогда, когда одна фирма является единственным производителем продукции и контролирует весь рынок. В результате, монополия — это конкурентная борьба между монополиями и предприятиями, не входящими в монополистическое объединение. На монопольных рынках цена является одним из основных инструментов воздействия на спрос и регулирования продаж. Монополии часто используют снижение цен как инструмент устранения конкурентов, которые не являются частью монополии ассоциации, или их принуждают подчиняться их контролю. Монополии не устанавливают максимально высокие цены, ориентируясь не на норму прибыли, а на ее массу. Ценовая политика такова, установив цену на новый уникальный товар и обслужив высшую категорию потребления, монополия снижает цену для охвата менее платёжеспособных покупателей. И это продолжается до тех пор, пока не будет охвачен весь рынок.

Монополистическая конкуренция — это своего рода рыночная структура, в которой несколько фирм производят дифференцированные товары. Продукция этих компаний имеет схожую структуру, но не может быть продуктом-заменителем, это означает, что каждая из многих мелких фирм производит продукт, который немного отличается от продукции своих конкурентов.

Производители в условиях монопольной конкуренции имеют ограниченную степень контроля над ценами на свою продукцию. Потребители предпочитают продукцию определенных продавцов, и в определенных пределах они платят более высокую цену за эти продукты, чтобы удовлетворить свои предпочтения. Продавцы и покупатели больше не связаны спонтанно, как на рынке чистой конкуренции. В монопольной конкуренции, конкуренция фокусируется не только на цене, но и на других ценовых факторах, таких как качество продукции, реклама и условия, связанные с продажей продукта. Поскольку продукты дифференцированы, можно предположить, что они могут изменяться с течением времени и что характеристики дифференциации продуктов каждой компании будут восприимчивы к рекламе и новым продажам. Многие компании уделяют большое внимание товарным знакам и фабричным брендам как средству убеждения потребителей в том, что их продукция лучше, чем у конкурентов.

Олигополия относится к ситуации на рынке, где большая доля товара приходится на небольшое количество крупных компаний, что дает им возможность влиять на цену. Любая компания оказывает серьезное влияние на конкурентов в сфере олигополии. Олигополия усиливает состояние несовершенства рынка. Доминирование небольшого числа крупных фирм, конкурирующих между собой, не только ослабляет влияние монополии, но и усиливает монопольную конкуренцию в отрасли. Однако рыночная власть находится в нескольких руках, поэтому ее нельзя считать полностью монополизированной.

Олигополия возникает в результате слияния и различных барьеров для входа: экономия на масштабе, владение сырьем, дорогостоящая реклама, патентная и лицензионная защита. Это самая сложная рыночная структура, поскольку она не имеет четкой классификации и четкого определения.

Олигополия делится на однородную и дифференцированную, это означает, что представление производства одного и того же товара или уникального продукта.

Несовершенная конкуренция, в отличие от совершенной, идеальной модели, существует в реальных рыночных структурах современной экономики. Цель несовершенной конкуренции-захватить рынок и монополизировать его.

* 1. **Конкурентоспособность в условиях монополии**

Взаимосвязь конкуренции и монополий является одной из наиболее актуальных проблем современной экономики. Тенденция монополизации имеет много предпосылок, из которых наиболее важной является структура экономики нашей страны, которая была заложена во второй половине 20-х годов. Создание этой структуры привело к быстрому переходу к рыночным отношениям, что свидетельствовало о несовершенстве антимонопольного законодательства. Опыт показывает, что государственная антимонопольная политика должна формироваться на протяжении нескольких десятилетий, что требует постоянного совершенствования в связи с изменчивостью экономической среды.

Особенность конкуренции заключается в том, что она может привести к монополии, в то время как между ними возникают определенные противоречия. Целью формирования монопольных структур является ослабление и уничтожение конкуренции. В рыночных условиях возникновение и доминирование монополий в производственном секторе приводит к следующим реалиям:

‒ меняется характер конкуренции, при котором конкуренция становится монопольной

‒ глобальный характер конкуренции, выход фирм на международные рынки и приобретение международной конкуренции

‒ в условиях функционирования смешанной рыночной экономики, конкуренция может происходить как между самими компаниями, так и внутри них, а также между монополиями и аутсайдерами компаниями

Монопольная конкуренция — это форма несовершенной конкуренции. Монопольная конкуренция — это рыночная структура, в которой большое количество компаний производит взаимозаменяемые товары и услуги.

Вклад американского экономиста Э. Чемберлена заключается в том, что он был первым ученым, который ввел понятие монополистическая конкуренция. По его убеждению, большинство экономических ситуаций — это явления, связанные как с конкуренцией, так и с монополией.

Модель Чемберлена предполагает рыночную структуру, которая сочетается с элементами конкуренции (большое количество компаний и их независимость друг от друга, свободный доступ на рынок) с элементами монополии. При этом предполагается, что производитель в своем стремлении получить максимальную прибыль пытается вернуть себе контроль над поставкой товара, что позволяет ему быть диктатором на рынке. Поэтому производитель старается создать такой продукт, который хоть немного будет отличаться от продукта конкурента.

Любая компания, добившаяся определенной дифференциации продукции, становится монополистом на рынке. В связи с этим фирма начинает обладать частичной рыночной властью. В то же время дифференциация товара трактуется достаточно широко: она включает в себя не только различные характеристики товара, но и запатентованные свойства продукции, например, фабричные марки, своеобразная упаковка или тара, а также пространственное расположение. В розничной торговле, например, эти условия включают такие факторы, как удобство расположения продавца, общая атмосфера или общий стиль, его способ ведения бизнеса, его репутация честного предпринимателя, деловые навыки и все личные связи, которые являются обязательными для его клиентов, как для него самого, так и для тех, кто работает на него.

Если продукт дифференцирован, то продавец является одновременно и конкурентом, и монополистом. Пределы власти этой группы монополистов ограничены, поскольку контроль за поставкой товаров носит частичный характер из-за наличия товаров-заменителей и возможной эластичности спроса по цене.

Чемберлен ставит проблему спроса совсем иначе, по-новому. Цены по нему не являются решающим инструментом для конкуренции, поскольку основной акцент в создании спроса делается на рекламу, качество продукции и обслуживание клиентов. То есть в условиях монопольной конкуренции эластичность спроса по ценам уменьшается с увеличением эластичности качества.

Реклама оказывает двойное влияние на спрос. Она включает в себя его влияние на формирование потребностей и их изменение.

Новый подход характеризуется Чемберленом в отношении цены и стоимости. Он утверждает, что в условиях монополистической конкуренции фирма максимизирует прибыль в объеме производства меньшем, чем тот, который обеспечивал бы наивысшую технологическую эффективность.

Дифференциация, которая может обеспечить определенную изоляцию рынка для отдельного предприятия и, соответственно, даст данному предпринимателю определенный контроль над ценами. При создании данных конкурентных преимуществ необходимо учитывать, что большая роль принадлежит именно сбытовой организации и рекламе. Они как бы должны создавать у потенциальных покупателей желание приобрести именно этот продукт, который является лучшим по отношению к продукту конкурента.

Подытожить можно тем, что согласно взглядам Э. Х. Чемберлена на рынке любой производитель в условиях монополистической конкуренции определяется и ограничивается тремя основными факторами: ценой продукта, характеристиками этой продукции и объемами продаж с затратами.

В теории Чемберлена монополия и конкуренция являются взаимосвязанными явлениями, так как монополия присутствует во всей системе рыночных цен, условиями, которые приводят к монополии, по мнению Чемберлена, являются: патентные права, репутация компании, невоспроизводимые особенности предприятия, естественное ограничение предложения. Он утверждал, что именно этот механизм монопольной конкуренции наилучшим образом служит интересам экономического благополучия.

* 1. **Интенсивность соперничества между конкурентами и их конкурентные преимущества**

Конкуренция между существующими конкурентами имеет форму гонок за лидерские позиции с использованием различных торговых тактик. Конкуренция разогревается, когда один или несколько участников чувствуют давление или видят возможности улучшить своей позиции. В большинстве отраслей конкурентные действия одной фирмы оказывают значительное влияние на ее конкурентов и могут спровоцировать ответную реакцию. То есть фирмы взаимозависимы. Такая модель деятельности и реакции может иметь различные последствия, не всегда благоприятные для фирмы-инициатора и отрасли в целом. Если произойдет эскалация действий, то все фирмы в отрасли могут пострадать и ухудшить свое положение.

Ситуация в некоторых отраслях соперничества можно определить как "воинственное", "жесткое" или "безжалостное", а в других - как "вежливое" или "чувствительное". Интенсивность конкуренции является результатом многих взаимодействующих структурных факторов.

Когда количество фирм велико, есть большая вероятность, что среди них будут такие фирмы, кто хочет выделиться, а также такие фирмы, которые будут думать, что их действия останутся в тени. Но даже если количество фирм невелико, но они относительно сбалансированы по размеру и ресурсам, то нестабильность может возникнуть, потому что ею движет желание бороться и наличие ресурсов для длительного и энергичного противостояния. С другой стороны, если в отрасли сильно сконцентрирована или доминирует одна или несколько фирм, то пересмотр сил маловероятен, и лидер или лидеры способны поддерживать дисциплину, а также играть координирующую роль в отрасли посредством, например, ценового лидерства. Во многих отраслях промышленности важную роль в конкуренции в отрасли играют иностранные конкуренты - как экспортеры продукции промышленности, так и прямые иностранные инвесторы.

Низкие темпы роста превратят конкуренцию в промышленности в усилия фирм по расширению и увеличению доли рынка. Конкуренция за долю рынка гораздо более неустойчива, чем конкуренция в быстрорастущей отрасли, где фирмы могут улучшить результаты, просто идя в ногу с общим темпом, и где все их финансовые и управленческие ресурсы могут быть использованы для расширения процесса.

Конкуренты различаются по своим стратегиям, происхождению, личностям, отношениям с материнскими компаниями, имеют разные цели, методы конкуренции и могут в этом процессе постоянно встречаться. Им может быть трудно определить намерения другого и договориться о правилах игры в данной отрасли. Стратегический выбор, который подходит для одного конкурента, будет неверным для другого и может обернуться крахом фирмы.

Компания должна не только реагировать на изменения в структуре отрасли и стараться изменить ее в свою пользу, но и самостоятельно выбирать позицию в отрасли. Эта концепция включает в себя общий подход компании к конкуренции.

Ваше положение в отрасли определяется вашим конкурентным преимуществом. В конечном итоге фирма превзойдет своих конкурентов, если у них будет сильное конкурентное преимущество. Конкурентное преимущество делится на два основных типа: снижение себестоимости и дифференциация продукции. Низкая стоимость отражает способность фирмы разрабатывать, производить и продавать сравнимый продукт по более низкой цене, чем у конкурента. Продавая товар по той же цене, что и конкуренты, компания в этом случае получает большую прибыль.

Дифференциация — это способность дать клиенту уникальную и высокую ценность в виде нового качества продукции, специальной потребительской недвижимости или послепродажного обслуживания. Дифференциация позволяет фирме диктовать высокие цены, которые при одинаковых затратах с конкурентами также приносят большую прибыль. [10]

Конкурентное преимущество любого рода приносит более высокую производительность, чем у конкурентов. Компания с низкой себестоимостью производства производит эту ценность по более низкой цене, чем ее конкуренты; компания с другой продукцией имеет более высокую прибыль на единицу продукции, чем ее конкуренты. Таким образом, конкурентное преимущество напрямую связано с формированием национальной пенсии.

Это трудно, но вы все еще можете получить конкурентное преимущество, основанное на более низких затратах и дифференциации продукта. А трудно это сделать, потому что она обеспечивает очень высокие потребительские свойства, качество или превосходство сервиса неизбежно приводит к тому, что продукт пользуется успехом, он будет стоить дороже, чем если бы вы просто старались быть на уровне конкурентов. Конечно, компании могут совершенствовать свои технологии или методы производства таким образом, чтобы одновременно снижать издержки и увеличивать дифференциацию, но в конечном итоге конкуренты будут делать то же самое и заставлять их решать, на каком типе конкурентного преимущества сосредоточено внимание.

Но любая эффективная стратегия должна обращать внимание на оба типа конкурентных преимуществ, хотя строго следовать одному из них. Фирма, ориентируясь на низкую стоимость, тем не менее должна обеспечивать приемлемое качество и обслуживание. Точно так же и продукт компании, производящей дифференцированную продукцию, не должен быть намного дороже продукции конкурентов, чтобы это происходило за счет самой компании.

Еще одна важная переменная, определяющая положение отрасли — это масштаб конкуренции или широта цели, которую фирма ставит перед собой в рамках своей отрасли. Компания должна решить для себя, как много видов продукции она будет производить, какие каналы сбыта она будет использовать, какой круг клиентов она будет обслуживать, в какой части мира будет продавать свою продукцию, и в каких смежных отраслях будет конкурировать. [10]

Одной из причин важности конкуренции является сегментация отраслей. Почти каждая отрасль имеет четко определенное разнообразие продуктов, множество каналов сбыта и сбыта, а также несколько типов клиентов. Сегментация важна, потому что разные секторы рынка имеют разные требования. Различные секторы рынка требуют различных стратегий и других навыков; следовательно, источники конкурентных преимуществ в различных секторах рынка также очень различны, хотя эти секторы обслуживаются одной и той же отраслью. И ситуация, когда фирмы в одной стране добиваются успеха в одном секторе рынка, а компании в другой стране в той же отрасли в другом секторе, что зачастую не является чем-то необычным.

Область конкуренции также важна, потому что фирмы иногда могут получить конкурентное преимущество за счет масштаба своих целей конкуренции по всему миру, или используя связи между отраслями, конкурирующими в смежных отраслях. Отношения между четко определенными отраслями возникают в результате совместной деятельности важных видов деятельности или навыков фирм, конкурирующих в этих отраслях.

Фирмы в одной и той же отрасли могут выбирать различные сферы конкуренции. Кроме того, типично, что фирмы из разных стран в одной и той же отрасли выбирают разные сферы конкуренции. В принципе, выбор состоит в том, чтобы конкурировать на "широком фронте" или ориентироваться на единый рыночный сектор.

1. **Особенности конкуренции и монополии в РФ**
   1. **Последствия монополизации в РФ**

В годы плановой экономики в нашей стране конкуренция не играла той роли, которая отводится рыночным методам хозяйствования. С точки зрения организации плановой экономики концентрация производства в монополии считалась наиболее эффективным способом управления и конкуренции-источником хаоса и кризиса перепроизводства. Благодаря этому российская экономика превратилась не только в систему высоко монополизированного сектора, но буквально в сумму огромных промышленных природных хозяйств, которые могут самостоятельно обеспечить все необходимое: от ручного производства до социальной сферы. В конечном итоге все это привело к низкой эффективности производства, неоправданно высокой себестоимости, а в некоторых отраслях к глубокому технологическому отставанию от передовых научно-технических разработок.

С переходом России на методы рыночного управления значительно возросла роль конкуренции в экономической жизни общества. Созданию полноценной конкурентной среды в нашей стране препятствует доминирование монополий, несовершенство антимонопольного законодательства и многое другое.

Сейчас в России сложилась парадоксальная ситуация: по мере расширения прав предпринимателей и ограничения деятельности органов управления монополизм по-прежнему остается острым, что выражается в нарушении договорных обязательств, а физический обмен становится все более частым. Одним из факторов, препятствующих развитию экономики на пути ее демократизации, является государственная монополия на коммерческую деятельность. Ни одно предприятие в России не может появиться без разрешения соответствующих государственных органов. Для нормального функционирования рыночной экономики в нашей стране необходимы: прежде всего, благоприятная конкурентная среда. Конкурентная среда может быть определена как исторически определенная социально-экономическая структура общественного производства, особый тип социально-экономических отношений между субъектами и объектами. Она обеспечивает товарно-денежный обмен, организованный по законам товарного производства, действует в соответствии со строго рассчитанными целевыми программами. Пока что уровень конкуренции в нашей стране явно недостаточен. На то есть несколько причин:

‒ приватизация не привела, как ожидалось, к появлению эффективных собственников, которые заботились бы о развитии предприятия

‒ принудительная реструктуризация предприятий не была использована должным образом, хотя могла бы облегчить массовое образование новых конкурентоспособных хозяйствующих субъектов

‒ малый бизнес так и не получил должного развития

В 2006 году в России принят Федеральный закон "О защите конкуренции", который определяет организационно-правовые основы предупреждения, ограничения и прохождения через монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию и призван обеспечить условия для возникновения и эффективного функционирования товарных рынков. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) была создана в целях реализации государственной политики по ограничению монопольной деятельности. Согласно решению, ФАС, доля экономического оператора может быть ограничена 35% от объема продаж на соответствующем рынке. Обычно государство прибегает к ценовому контролю, фиксируя либо конкретные значения цен, либо их предельные уровни для предприятий-монополистов. Зачастую государство определяет территорию деятельности для таких субъектов и контролирует качество выпускаемой продукции. Степень ограничений по-прежнему зависит от того, является ли естественная монополия частной или государственной структурой. В современных условиях основными функциями государства, являются организация экономического, правового и социально-политического пространства рыночной экономики, создание равных условий для всех форм хозяйствования.

Монополизм в России имеет свою уникальную природу и происхождение. Одной из причин, определивших своеобразие монополизма в российской экономике, является "генетическая" склонность российской экономики к крупномасштабному производству.

В рыночной системе монополии возникают в результате действия одного из следующих факторов: концентрация и централизация промышленного и финансового капитала, контроль над производством дифференцированного продукта, частная собственность на ресурсы, реализация охраняемых законом инноваций, победа в конкурентной борьбе и др. а монополизм в советской экономике возник в результате других факторов. Получив импульс для развития капиталистической экономики царской России, Советский монополизм продолжал формироваться в нерыночной среде. Система, построенная по строго иерархическому принципу, была универсальной и очень удобной для управления из одного центра.

Командно-распределительная система оказалась благоприятной для формирования монополизма в деятельности различных хозяйствующих субъектов. Тотальная национализация экономики; широкое распространение государственной собственности; административные ограничения рынка; использование нерыночных принципов управления, строго централизованного планирования; иерархическая структура управления, построенная на принципах административного подчинения нижестоящих уровней вышестоящим-вот основные причины, создавшие высококонцентрированную экономику и узкоспециализированное производство.

Экономические объединения, особенно крупные, создавались с помощью директивы. Централизованное распределение капитальных вложений, планирование большинства показателей деятельности бизнеса, финансирование, несправедливое перераспределение финансовых ресурсов, централизованная тарифная система-все это лишало предприятия самостоятельности. Огромный бюрократический аппарат и громоздкие управленческие структуры навязывали свои интересы нижним уровням управленческой структуры, игнорируя интересы самих объектов управления. Существовала жесткая региональная или зональная привязка потребителя к поставщикам и централизованное территориальное разделение рынков между производителями, что привело к созданию искусственной монополии, хотя и существовало несколько альтернативных предприятий. Почти каждый производитель числился в особых (индивидуальных) экономических условиях, которые на фоне искусственной специализации и хронического отсутствия таковых превращали его в монополиста по отношению к своим потребителям.

Создание современных монополистических структур в российской экономике также является результатом приватизации, которая явно влияет на процессы экономической концентрации и структурного развития экономики. С одной стороны, на первом этапе разделение предприятий осуществлялось путем ликвидации их объединений. С другой стороны, в процессе приватизации, даже на ее ранних стадиях, наблюдались тенденции к увеличению концентрации капитала, приобретению пакетов акций, паев и долей в уставном капитале других хозяйствующих субъектов.

В секторах инфраструктуры такая практика приватизации привела к росту концентрации производства, что негативно сказалось на общей рыночной ситуации в стране. Вновь образованные монополизированные отрасли, обладающие способностью оказывать сильное влияние на смежные отрасли, стали быстро привлекать капитал путем захвата активов для погашения долгов. Впоследствии процессы структурной трансформации стали распространяться государством на инфраструктурные отрасли, принадлежащие естественным монополиям.

Неравномерное развитие регионов Российской Федерации и наличие местных монополий практически в каждом из них требует отдельной политики управления региональными естественными монополиями. В то же время необходимо, чтобы территории с одинаковыми экономическими, социальными и природными условиями имели равные возможности для экономического развития, в частности, одинаковые правила предоставления льгот и преимуществ.

История развития монополистических образований на территории России показывает, что лишение гражданства не приводит к развитию конкуренции. Естественные монополии сегодня являются структурным элементом национальной экономики, ключевыми составляющими поддержания и развития экономической системы в целом. В этой связи при разработке государственных мер регулирования деятельности операторов монополий необходимо учитывать экономические, социальные, политические, географические и другие особенности России, которые во многом определяют характер и методы антимонопольной политики.

Свобода экономической деятельности, провозглашенная в ст. 8 Конституции РФ, предполагает возможность беспрепятственно заниматься законным предпринимательством, конкурировать с другими хозяйствующими субъектами и устанавливать цены по соглашению сторон. Конституция РФ гарантирует свободу хозяйствования, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств и единство экономического пространства в качестве основы конституционного строя. Поэтому свободные (рыночные) цены (тарифы) преобладают в деятельности предпринимателей в России. В исключительных случаях государство ограничивает эту свободу, осуществляя тем самым публичное регулирование ценообразования – прежде всего в отношении субъектов естественных монополий. Законодательство о естественных монополиях формируется федеральным законодателем и субъектами Российской Федерации. В соответствии с п. «и» ст. 71 Конституции РФ федеральные энергетические системы, ядерная энергетика, федеральные транспорт, пути сообщения, информация и связь находятся в исключительном ведении Российской Федерации и регулируются федеральными законами. Кроме того, согласно Конституции РФ (ст. 71, «ж»), установление правовых основ единого рынка и основы ценовой политики отнесены к предмету исключительного ведения Российской Федерации. Поэтому неслучайно в ст. 4 Закона о естественных монополиях приведен исчерпывающий перечень сфер федерального значения, в которых применяется этот закон.

На сегодняшний день развитие и стимулирование конкуренции является одним из приоритетных направлений современной экономической политики российского государства.

Злоупотребление монопольными субъектами приводит к ухудшению социально-экономических проблем общества в целом. Зачастую монополистическое поведение, естественная монополия являются препятствием для развития конкуренции на других товарных рынках, ограничивающим фактором для экономического роста предприятий, зависящих от их деятельности и поэтому приводящих к существенному дисбалансу интересов в национальной экономике.

Для понимания поведения естественных монополий в Российской Федерации и других зарубежных стран, ниже приведена таблица их сравнение. [4]

Таблица 2 - Сравнительный анализ функционирования естественных монополий в РФ и зарубежом

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | В РФ | За рубежом |
| Объем финансовых ресурсов | Ниже | Выше |
| Форма собственности | Государственная, смешанная | Государственная и смешанная, частная |
| Правило «золотой акции» | нет | + |
| Допуск иностранных инвесторов | Нет в ряд отраслей стратегического значения | В некоторых странах |
| Начало периода трансформации | 2007 год | 1980 года в США, 1995 год в странах ЕС |
| Вид интеграции | Региональная, функциональная | Функциональная |
| Государственные дотации | нет | присутствуют |
| Административное регулирование | + | Есть, но не превалирует |
| Ценовое регулирование | + метод «средних издержек» | + «метод нормы прибыли», «модель установления относительного предельного тарифа» |

Продолжение таблицы 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Механизм доступа на рынок на основе договорного права | Слабо развит | Франшиза наиболее распространен |
| Механизм конкурсного доступа на рынок | + | + |
| Условия создания «конкурентного звена» | Пока нет или не удачен | + |

Как видно из анализа данных таблицы в странах ЕС более развит механизм государственного регулирования, который построен на сочетания минимизации административного регулирования; в сочетании методами ценового регулирования и механизма доступа на рынок на основе договорного права. Интеграция проводилась по функциональному признаку. В США и Канаде более развит акцент на создание условий присутствия конкуренции.

В РФ естественные монополии не имеют условий присутствия конкуренции; механизм регулирования акцентирован на ценовом регулировании. Государство стремится отстраниться в участия в собственности естественных монополий. В то время как в странах ЕС большинство из них являются государственной собственностью.

* 1. **Самые крупные представители монополии в РФ и их влияние на экономику страны**

Естественная монополия — это понятие, пришедшее к нам из глубокой древности. Тогда несколько розничных торговцев могли бы подключиться, чтобы получить полный контроль над отраслью, что им можно было бы позволить устанавливать любую цену на свои товары или услуги. Сейчас почти во всех цивилизованных странах действуют антимонопольные законы, защищающие покупателей от произвола продавцов. Создание естественной монополии всегда оправдано. Эта организация не мешает экономическому развитию страны, а наоборот позволяет производить и продавать продукцию эффективно, безопасно и выгодно для всех сторон.

Деятельность естественных монополий регулируется Федеральным законом от 17.08.1995 № 147-ФЗ. Филиалы их работы означают полное отсутствие конкуренции. Все дело в том, что наличие конкурентных структур увеличивает себестоимость, а вместе с ними и цену выпускаемой продукции. Для бизнеса более высокие издержки означают более низкую прибыль. Спрос на продукцию естественных монополий всегда стабилен, поэтому потребителям придется приспосабливаться к любым изменениям цен. Это основная причина, по которой цены на продукцию подлежат жесткому государственному регулированию.

Монополистические структуры функционируют в таких отраслях:

‒ железнодорожные перевозки

‒ транспортировка нефти и газа по трубопроводам

‒ подача электрической и тепловой энергии

‒ водоснабжение и водоотведение

‒ предоставление услуг в транспортных терминалах, аэропортах, морских и речных портах

‒ захоронение радиоактивных отходов

‒ предоставление общедоступных электросвязи и почтовой связи

‒ оперативно-диспетчерское управление в электроэнергетике

‒ пользование инфраструктуры внутренних водных путей и ледокольная проводка судов в Северном морском пути

Крупнейшими монополиями в России являются ООО "Газпром" и РАО "ЕЭС России" действующие в энергетической отрасли. ОАО «Транснефть» и ОАО "РЖД" единственный монополист в России в отрасли железных дорог. Ниже мы рассмотрим деятельность нескольких из них и влияние их на экономику страны.

Приоритетным направлением деятельности "Газпрома" является освоение газовых источников на полуострове Ямал, Арктическом месторождении, в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. Основные производственные мощности расположены в Ямало-Ненецком автономном округе. Газпром владеет крупнейшей в мире газотранспортной системой-единой системой газоснабжения России (156,9 тыс. км).

Самыми крупными и значимыми проектами ООО «Газпром» является «Северный поток» и «Северный поток – 2».

«Северный поток — 2» — новый экспортный газопровод из России в Европу через Балтийское море. Решение о создании газопровода «Северный поток — 2» основывается на успешном опыте строительства и эксплуатации газопровода «Северный поток». Новый газопровод, также, как и действующий, напрямую свяжет «Газпром» и европейских потребителей и обеспечит высокую надежность поставок российского газа в Европу.

Это особенно важно в условиях падения добычи газа в Европе и роста спроса на его импорт.

Точкой входа газопровода «Северный поток — 2» в Балтийское море станет район Усть-Луги Ленинградской области, далее газопровод пройдет по дну Балтийского моря и выйдет на территории Германии в районе Грайфсвальда, недалеко от точки выхода «Северного потока». Протяженность маршрута — более 1200 км. Совокупная мощность двух ниток «Северного потока — 2» — 55 млрд куб. м газа в год. Таким образом, суммарная проектная мощность «Северного потока» и «Северного потока — 2» составляет 110 млрд куб. м газа в год. [18]

ООО «Газпром» осуществляет очень активную благотворительную деятельность в отношении разных сфер социальной ответственности, одними из последних новостей на сегодняшний день является актуальная проблемы СOVID – 19 и Газпром активно участвует в помощи больницам и малообеспеченным семьям или семьям с больными детьми, также помощь оказывается некоторыми филиалами своему региону.

ООО «Газпром добыча Астрахань» выделило более 200 тысяч рублей на приобретение одноразовой посуды для вновь оборудованного инфекционного госпиталя, открытого при государственном бюджетном учреждении здравоохранения Астраханской области «Александро-Мариинская областная клиническая больница». от 21.04.2020 [18]

ООО «Газпром трансгаз Томск» выделило почти 3,5 млн рублей на приобретение медицинского оборудования томской городской больнице № 3. Средства направлены на дооснащение реанимационного отделения и палаты интенсивной терапии учреждения. От 15.04.2020 [18]

Значительные объемы поставок газа, нефти, продуктов их переработки, электроэнергии и тепла на внешний и внутренний рынки обеспечивают поступление таможенных платежей и налогов в бюджеты всех уровней.

Вклад в повышение занятости обеспечивается как самими компаниями группы, так и их подрядчиками и поставщиками. На конец 2015 г. численность работников группы составляла более 462 тыс. человек. Значительно превысила эту цифру численность работающих в подрядных, субподрядных компаниях и у поставщиков всех уровней. Проекты Газпрома создают рабочие места и обеспечивают развитие многих отраслей российской промышленности.

Группа Газпром активно содействует развитию российского бизнеса. Заключено большое количество договоров и партнерских соглашений с крупными компаниями. Не остаются без внимания также средние и малые предприятия. В 2015 г. ПАО «Газпром» значительно упростило процедуру закупок малых объемов товаров, работ и услуг, чтобы расширить доступ предприятий малого и среднего бизнеса к закупкам группы Газпром.

Группа активно занимается газификацией обширных территорий Российской Федерации. Группа Газпром нефть продолжает развивать сбытовую сеть автозаправочных станций (АЗС) в России. Активно идет развитие рынка газомоторного топлива.

Кроме того, группа Газпром является крупнейшим владельцем генерирующих активов на территории России и крупнейшим производителем тепловой энергии не только в России, но и в мире. Газпром энергохолдинг также осуществляет теплоснабжение 12 субъектов Российской Федерации.

Газпром придерживается заданных государством ориентиров в процессе реализации программы импортозамещения в 2014−2015 гг. Компания активно взаимодействует с органами государственной власти субъектов Российской Федерации, вносит свой вклад в развитие регионов присутствия.

Железнодорожный комплекс имеет особое стратегическое значение для России. Она является связующим звеном единой экономической системы, обеспечивает стабильную работу промышленных предприятий, своевременную доставку жизненно важных грузов в самые отдаленные уголки страны, а также является самым доступным транспортом для миллионов граждан.

26 февраля 2020 г. советом директоров ОАО "РЖД" утверждена Комплексная программа инновационного развития холдинга "РЖД" на период до 2025 года (КПИР-2025).

Целью разработки и реализации КПИР-2025 является повышение конкурентоспособности Холдинга на глобальном рынке транспортных и логистических услуг за счет повышения уровня удовлетворенности потребителей сервисов посредством внедрения и тиражирования передовых результатов научно-технической и инновационной деятельности.

В соответствии со Стратегией научно-технологического развития холдинга "РЖД" на период до 2025 года и на перспективу до 2030 основными направлениями инновационного развития Холдинга являются:

1 Развитие транспортно-логистических систем в едином транспортном пространстве на основе ориентированности на клиентов

2 Создание и внедрение динамических систем управления перевозочным процессом с использованием искусственного интеллекта

3 Внедрение инновационных систем автоматизации и механизации станционных процессов ("интеллектуальная станция")

4 Разработка и внедрение перспективных технических средств и технологий инфраструктуры путевого комплекса, железнодорожной автоматики и телемеханики, электрификации и электроснабжения, инновационных информационных и телекоммуникационных технологий

5 Установление требований для создания и внедрения инновационного подвижного состава

6 Развитие системы управления безопасностью движения и методов управления рисками, связанных с безопасностью и надежностью перевозочного процесса

7 Разработка и внедрение технических средств и технологий для развития скоростного и высокоскоростного движения

8 Развитие технологий организации грузового тяжеловесного движения

9 Повышение энергетической эффективности производственной деятельности

10 Внедрение наилучших доступных технологий в природоохранной деятельности

11 Развитие системы управления качеством [6]

Развитие холдинга "РЖД" и, на его основе, всего железнодорожного транспорта в соответствии с целевым сценарием позволит достичь существенных результатов для всех заинтересованных сторон.

‒ Для государства будут созданы инфраструктурные условия долгосрочного инновационного развития экономики, укреплено транспортное единство страны.

‒ Российская промышленность получит инфраструктурные возможности для роста выпуска продукции и усиления позиции на зарубежных рынках

‒ Будет дан мощный импульс инновационному развитию отечественного научно-производственного комплекса и других отраслей экономики

‒ За счет роста и качества инфраструктуры и услуг перевозок повысится качество жизни граждан, инвестиционная привлекательность экономики, будет обеспечено развитие регионов

‒ Для грузоотправителей будут расширены география транспортного обслуживания, улучшено качество перевозок и предоставлены дополнительные возможности выбора между различными классами услуг

‒ Для пассажиров реализация Стратегии позволит кардинально повысить уровень сервиса и расширить географию обслуживания. Значительно сократится время в пути следования. Расширятся транспортные возможности для жителей агломераций, что позволит сократить расходы на общественный транспорт и отказаться от затратных поездок на автомобиле

‒ Для населения нашей страны в результате расширения перевозочного и логистического бизнеса, строительства железнодорожных линий и развития промышленности будут созданы новые рабочие места и повышено качество жизни

‒ Для работников Холдинга будет обеспечено долгосрочное поддержание высокого социального статуса и престижности работы в Холдинге

‒ Реализация Стратегии позволит повысить конкурентоспособность, производственную и коммерческую эффективность холдинга "РЖД"

Нефтяная промышленность в Российской Федерации перешла в стадию полной реорганизации. Соответствующее министерство прекратило свою деятельность, и вместе с ним была ликвидирована "Главтранснефть".

Для поддержания единства управления в компании "Транснефть" создано 16 нефтяных компаний. Только производственное объединение магистральных трубопроводов Западной и Северо-Западной Сибири, которое ранее входило в состав Главтраснефту, работало как самостоятельное предприятие "Сибнефтепровод" в течение одного года.

Компания больше не была посредником между добывающими и перерабатывающими предприятиями, она стала полностью независимой отраслью и одновременно крупнейшей в мире нефтетранспортной компанией.

В 1990 году уровень нефтедобычи в России упал, поэтому строительство новых крупных нефтепроводов не велось. В это время главной задачей отрасли было сохранение и поддержание существующих зданий и обеспечение готовности к новому этапу роста и развития. Объем извлекаемых углеводородов вновь начал расти с 1999 года, что также явилось мощным толчком к развитию и ОАО "Транснефть". В 2000-2004 годах было построено более 1,5 тыс. км нефтепроводов и сотни других объектов, в том числе социальных. 2006 год ознаменовался началом строительства первой очереди трубопроводной системы Восточная Сибирь-Тихий океан (ВСТО). Это самый крупный строительный проект в современной России, который позволит вам выйти на растущие рынки Азиатско-Тихоокеанского региона. В то же время компания продолжала развивать и диверсифицировать свои мощности в западном направлении.

ПАО "Транснефть" является субъектом естественных монополий России, 100% голосующих акций компании (78,1% капитала) находятся в федеральной собственности.

Реализация инвестиционных проектов ОАО "Транснефть" по развитию магистральной транспортной системы позволяет создать единую трубную систему, позволяющую быстро перераспределять экспортные потоки, как в западном, так и в восточном направлениях, в зависимости от конъюнктуры рынка.

Финансирование строительства новых нефтепроводов осуществляется за счет рационального сочетания собственных и привлеченных финансовых ресурсов, то есть без использования государственных средств.

Все проекты ПАО "Транснефть" проходят государственную экспертизу в соответствии с действующим законодательством, в том числе по экологической безопасности, а также по принятым техническим решениям и стоимости выполненных работ.

В соответствии с Программой стратегического развития ПАО «Транснефть» на период до 2020 года, основной целью компании является развитие системы магистрального трубопроводного транспорта Российской Федерации для полного обеспечения потребностей в транспортировке нефти и нефтепродуктов на основе применения современных передовых отраслевых технологий, обеспечивающих высокий уровень надежности, промышленной и экологической безопасности.

К числу основных путей достижения поставленной цели относятся:

‒ Увеличение мощности системы магистральных нефтепроводов для обеспечения транспортировки нефти в соответствии с планируемыми объемами добычи нефти на эксплуатируемых и новых месторождениях

‒ Повышение энергоэффективности за счет реализации мероприятий по экономии энергетических ресурсов

‒ Повышение производительности труда

‒ Инновационное развитие производственной деятельности

‒ Обеспечение надежности эксплуатируемой системы магистральных нефтепроводов и нефтепродуктопроводов на основе результатов диагностики, реконструкции и модернизации основных фондов

‒ Повышение экологической и промышленной безопасности производственных объектов компании

‒ Развитие социальных гарантий работников компании [19]

Одним из важнейших приоритетов ПАО «Транснефть» является социальная ответственность по отношению к обществу в целом и ее отдельным гражданам в частности.

Большое значение в деятельности компании занимают благотворительная и спонсорская деятельность, проведение различных акций в поддержку культуры, науки и образования, физкультуры и спорта, пропаганды здорового образа жизни, охраны и восстановления памятников отечественной истории.

Компания активно участвует в строительстве социальной инфраструктуры в районах прохождения трассы трубопроводов, выделяет значительные средства на строительство жилых домов, школ, детских садов, поликлиник.

Постоянным объектом внимания ПАО «Транснефть» являются ветераны Великой Отечественной войны, воины-интернационалисты, чернобыльцы и другие граждане, выполнявшие свой воинский и патриотический долг.

Много лет осуществляется сотрудничество с Русской Православной церковью и другими конфессиями, направленное на возрождение духовных ценностей и религиозных традиций в России. ПАО «Транснефть» последовательно участвует в восстановлении памятников истории и культуры на территории монастырей, храмов и подворий.

ПАО «Транснефть» регулярно выплачивает дивиденды государству как ключевому акционеру. Кроме того, Группа Транснефть является крупным налогоплательщиком.

Компания получает финансовую помощь от государства в виде налоговых льгот и субсидий. Налоговые льготы связаны с применением организациями системы «Транснефть» пониженных ставок по налогу на прибыль и налогу на имущество, установленных местными органами власти. Размер субсидий, получаемых от государства, не является существенным в масштабах группы.

Таким образом, естественные монополии России оказывают значительное влияние на развитие регионов страны, их функционированию и экономическому состоянию, что в значительной степени оказывает влияние на развитие всей экономики страны.

* 1. **Антимонопольное законодательство в РФ**

В условиях рыночной экономики антимонопольное регулирование является одним из основных инструментов реализации экономической политики государства. Основной задачей конкурентного контроля и надзора является создание условий для равной, честной конкуренции, способствующей эффективному распределению ресурсов и устойчивому экономическому развитию экономики.

Российская экономика по-прежнему имеет значительную долю нерыночного сектора, в том числе бюджетной сферы, в газовой отрасли в условиях поставок на внутренний рынок по регулируемым ценам электроэнергии, железнодорожного транспорта, жилищно-коммунальных услуг и частично в коммуникационных технологиях. Кроме того, в этот сектор входят предприятия других отраслей, которые работают не только на собственные доходы, но и на основе полученных грантов, субсидий и других льгот.

В этом контексте основными задачами должны стать выявление и предупреждение злоупотреблений монопольным положением хозяйствующих субъектов на товарном и финансовом рынках, а их последствия оказывают наиболее негативное влияние на развитие конкуренции и предпринимательства, препятствуют выравниванию условий конкуренции и в конечном итоге являются сдерживающим фактором развития экономики.

Наличие такого значимого сектора экономики, в котором рыночные отношения в одних случаях объективно ограничены, а в других случаях они функционируют в деформированном виде, имеет ряд негативных последствий, в том числе:

‒ неэффективное распределение ресурсов

‒ отсутствие стимулов для экономии материальных и финансовых ресурсов, роста производительности труда

‒ ослабление мотивации к энергосбережению, внедрение новых технологий, привлечение инвестиций в модернизацию производства

Реализация эффективной антимонопольной политики требует разработки нормативной правовой базы, необходимой для регулирования конкурентных отношений на основе принципа равенства хозяйствующих субъектов с учетом современного уровня развития национальной экономики.

Для решения данной задачи необходимо обеспечить:

‒ осуществление эффективного контроля и надзора в целях предупреждения и пресечения монополистической деятельности на рынках товаров и услуг, а также недобросовестной конкуренции для получения монопольного положения на рынках, антиконкурентных соглашений и согласованных действий хозяйствующих субъектов

‒ совершенствование системы контроля экономической концентрации с одновременным сокращением видов сделок и действий, подпадающих под указанный контроль, в том числе с учетом интеграции российской экономики в мировую экономическую систему

‒ разработку экономически точных методов антимонопольного регулирования, обеспечивающих определение монопольно высоких и низких цен, доминирующего положения хозяйствующих субъектов и доказательство злоупотребления этим положением с учетом определения географических и товарных границ соответствующих рынков

‒ установление исчерпывающего перечня процедур, порядков и правил рассмотрения заявлений, уведомлений и ходатайств, определения сроков предоставления информации

‒ совершенствование процедуры рассмотрения дел о нарушениях антимонопольного законодательства, направленное на обеспечение гарантии законности и обоснованности принятия решений антимонопольным органом;

‒ прозрачность деятельности антимонопольного органа

‒ использование мер антимонопольного регулирования для защиты российских хозяйствующих субъектов от проявлений антиконкурентной практики крупных иностранных компаний как на внутреннем, так и международных рынках [14]

#### В России существует специальная служба по защите конкуренции и борьбой с монополиями, которые превышают свои полномочия, данная служба называется ФАС (Федеральная Антимонопольная Служба), усилия ФАС России направлены на предотвращение и пресечение ограничивающих конкуренцию действий со стороны хозяйствующих субъектов, субъектов естественных монополий и органов власти.

Как структурный орган ФАС имеет цели, которые реализует в своей деятельности. Данные цели представлены ниже:

#### 1 Благоприятная конкурентная среда в сферах деятельности хозяйствующих субъектов, не являющихся естественными монополиями

#### 2 Равный доступ к товарам (работам, услугам) естественных монополий, и развитие конкуренции в потенциально конкурентных видах их деятельности

#### 3 Прекращение антиконкурентного вмешательства органов власти в функционирование рынков, высокая эффективность бюджетных расходов при размещении государственного и муниципального заказа

#### 4 Эффективная реализация государственной политики в области контроля иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства [11]

#### Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации неоднократно предпринимала попытки внесения нового проекта закона "О естественных монополиях", но её инициатива всё ещё не имеет дальнейшего продвижения.

Эффективная антимонопольная политика способствует поддержке конкуренции. Она влияет на повышение роста научно-технического прогресса, более оперативного внедрения новых технологий и разработок. Органы власти Российской Федерации должны прекратить поддерживать крупных монополистов. Только в этом случае экономика страны будет развиваться с реально положительной динамикой.

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Таким образом, проанализировав ряд источников, можно сделать вывод что представляет из себя конкуренция и монополия, их взаимосвязь и отдельные черты, которые характеризуют каждую из них как по отдельности, так и вместе. Конкуренция – наиболее действенный элемент рыночного механизма хозяйствования, выражающийся в форме взаимодействия рыночных субъектов, которые борются за наиболее выгодные условия продажи товара. Монополия является последствием конкуренции, которую также является неотъемлемой частью рыночных отношений.

Рассмотрев функции конкуренции, стало понятно, с помощью чего и как функционирует рынок, функциями которого являются: инновационная, аллокационная, распределительная, адаптационная, регулирующая и контрольная функции.

Различные виды конкуренции дали нам больше возможности рассмотреть и структурировать понятие «конкуренция», разновидностью же конкуренции является: ценовая и неценовая, совершенная и несовершенная, отраслевая и межотраслевая, прямая и косвенная, продавцов и покупателей.

При монополии конкуренция не исчезает, она просто превращает из борьбы между мелкими производителями в борьбу между монополиями.

Увидев основные черты, присущие монополии мы получили важную информацию о структуре и деятельности монополии. Которую мы подробнее рассмотрели в видах монополии, а именно в деятельности открыто, закрытой или естественной монополии.

Рассмотрев влияние конкуренции и монополии на рынках России в лицах ее самых крупных естественных монополий мы поняли, что их деятельность может заключаться не только в формировании основной части бюджета страны, но и в реализации различных социальных проектов, которые влияют на благосостояние региона, что в значительной степени отражается на экономике всей страны.

Важно также помнить об антимонопольной политике, которая ограничивает монопольнии, не позволяя ей узурпировать власть на рынке. Ведь благодаря свободной и честной конкуренции способствует развитие научно-технического прогресса, грамотного распределения ресурсов, увеличение выбора товаров для потребителя и возможность усилить позиции на мировом рынке.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Болдырева, Н. П. Теория оценки конкурентоспособности: учебное пособие / Н. П. Болдырева, Н. В. Болдырева. — 2-е изд., стер. — Москва: ФЛИНТА, 2019. — 146 с. — ISBN 978-5-9765-4196-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/125507> (дата обращения: 07.05.2020)
2. Васильев, В. П. Экономика: учебник и практикум для вузов / В. П. Васильев, Ю. А. Холоденко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 316 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13155-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449309> (дата обращения: 07.05.2020).
3. Виды монополий: таблица. Сущность монополии. Режим доступа : https://www.syl.ru/article/166606/new\_chto-takoe-monopoliya-vidyi-monopoliy- tablitsa-suschnost-monopolii
4. Десятниченко Д.Ю., Десятниченко О.Ю. Государственное регулирование деятельности естественных монополий: опыт России и зарубежных стран // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/12/76320> (дата обращения: 03.02.2020).
5. Естественная монополия Режим доступа: [http://center-yf.ru/data/economy/Estestvennaya-monopoliya.php](file:///Users/kirill/Downloads/Виды%20монополий:%20таблица.%20Сущность%20монополии.%20Режим%20доступа%20:%20https:/www.syl.ru/article/166606/new_chto-takoe-monopoliya-vidyi-monopoliy-%20tablitsa-suschnost-monopolii)
6. Инновационное развитие ОАО "РЖД" осуществляется в соответствии с задачами, которые определены Стратегией развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года и Долгосрочной программой развития ОАО "РЖД" до 2025 года (ДПР) – URL: <https://old-www.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=666>
7. Макконнелл, К.P. Экономикс: принципы, проблемы и политика : учебник / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн ; пер. с англ. — 19-е изд. — Москва : ИНФРА-М, 2018. - XXVIII, 1028 с. - ISBN 978-5-I6-006520-5 (print) ; ISBN 978-5-16-106252-4 (online) ; ISBN 978-0-07-351144-3 (alk. paper). - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/944318>
8. О естественных монополиях. Федеральный закон от 17.08.1995 No147-ФЗ (действующая редакция 2016)//Система «Консультант Плюс».- URL:<http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7578/> (дата обращения: 03.11.2016)
9. О защите конкуренции: [федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ] – СЗ РФ. 2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434. (ред. от 29.07.2017).
10. Портер, М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран : [16+] / М. Портер ; И. Квасюк, Д.С. Комиссаров, С.Д. Комиссаров, И.В. Калыгин и др. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 947 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443018> (дата обращения: 15.05.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9614-4835-1. – Текст : электронный.
11. Свобода конкуренции и эффективная защита предпринимательства ради будущего России – URL: <https://fas.gov.ru/pages/about/mission.html>
12. Сидоров В.А Экономическая теория: учеб. для вузов / В.А. Сидоров. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2014. – 400 с. – 2000 экз. ISBN 978-5-8209-1011-1
13. Соловьева, Ю. Н.  Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450666> (дата обращения: 14.05.2020).
14. Статья «Антимонопольная политика» [http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_58275/2bbc9c0027b604482def463767e9f966074a57c5/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58275/2bbc9c0027b604482def463767e9f966074a57c5/ё)
15. Шишкин, М. В.  Антимонопольное регулирование : учебник и практикум для вузов / М. В. Шишкин, А. В. Смирнов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 143 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08003-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451368> (дата обращения: 14.05.2020).
16. Э.Чемберлин. «Теория монополистической конкуренции». М.: Экономика, 2008 г. – 375 URL: <https://b-ok.cc/book/3195034/97f845>
17. <http://propaganda-journal.net>
18. <https://www.gazprom.ru/social/vulnerable-group/>
19. <https://www.transneft.ru/development/>

Изображение выглядит как снимок экрана

Автоматически созданное описание