

УДК 339.13.012.434

*Баранова Алёна Андреевна,*

*студент, 3 курс,*

*факультет «Инноватика», РТУ МИРЭА,*

*Россия, г. Москва, пр. Вернадского, 78*

*Цыганков Савелий Витальевич,*

*студент, 3 курс,*

*факультет «Инноватика», РТУ МИРЭА,*

*Россия, г. Москва, пр. Вернадского, 78*

## **РОЛЬ МОНОПОЛИЙ И ОЛИГОПОЛИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**Аннотация.** В данной статье рассматривается влияние монополий и олигополий на современную экономику, анализируются их положительные и отрицательные стороны. В статье приводятся примеры из реальной жизни, анализируются различные экономические теории и модели. В статье обсуждаются различные формы государственного регулирования монополий и олигополий, направленные на смягчение их негативных последствий для конкуренции и защиты прав потребителей. Исследуется эффективность таких мер, как антимонопольное законодательство, регулирование цен и поощрение конкуренции.

**Ключевые слова:** Монополия, олигополия, рынок, цены, дуополия.

## **THE ROLE OF MONOPOLIES AND OLIGOPOLIES IN THE MODERN ECONOMY**

**Summary.** This article examines the impact of monopolies and oligopolies on the modern economy, analyzes their positive and negative sides. The article provides real-life examples, analyzes various economic theories and models. The

article discusses various forms of state regulation of monopolies and oligopolies aimed at mitigating their negative consequences for competition and consumer protection. The effectiveness of such measures as antimonopoly legislation, price regulation and promotion of competition is being investigated.

**Keywords:** Monopoly, oligopoly, market, prices, duopoly.

В современной экономике монополии и олигополии играют значительную роль, формируя конкурентную среду и влияя на цены, качество товаров и услуг, а также на экономическое благосостояние общества.

Монополия представляет собой ситуацию, когда в рынке находится только один продавец определенной продукции или услуги. В такой ситуации монополисты могут диктовать свою цену, устанавливая высокие цены и ограничивать предложения. Примеры монополии современной экономики – операторы мобильных связей, поставщики электрической энергии и производители лекарственных препаратов [2].

Олигополией является рыночной структурой, в которой небольшое число крупнейших компаний управляет значительной частью рыночной структуры. Компании могут самостоятельно координировать свою деятельность, устанавливая цены, контролировать предложение, создавая условия ограниченному рынку. Основные примеры олигополии - автомобильные производители, авиационные двигатели, мобильные телефоны.

Монополии – явление не новое. Еще в древности и в эпоху феодализма существовали предприятия, обладавшие исключительным экономическим преимуществом. Однако тогда монополии были скорее исключением, а не правилом.

В XX веке ситуация кардинально изменилась: монополии стали широко распространены. С их появлением конкурентная борьба перешла на новый уровень, где соревнуются как монополии с другими предприятиями, так и между собой.

Монополия — это крупные ассоциации предприятий картелей, синдикатов, трестов и др., которые находятся в собственности частных лиц. Они управляют целыми отраслями, рынками, благодаря высокой концентрации производственного и капитального потенциала. Это дает им возможность устанавливать цены монополии и получить монопольные прибыли.

Государственная политика оказывает значительное влияние на деятельность монополий, которое распространяется на все сферы жизни общества.

Монополия как тип структуры рынка обладает следующими особенностями:

- 1) на рынке присутствует только одна фирма и множество покупателей её продукции;
- 2) нет товаров, могущих служить конкурентами тем, которые предлагает эта фирма;
- 3) полный контроль монополиста над ценой товара и объемом продаж;
- 4) наличие определенных преград для вхождения на рынок других фирм.

Возникновение монополий - естественный результат развития экономики, обусловленный концентрацией производства и технологическим прогрессом. Несмотря на негативные последствия, такие как ограничение конкуренции и установление высоких цен, монополии стали неотъемлемой частью современной экономики [1].

Проблемы монополизации и конкуренции на рынках сегодня волнуют не только экономистов, но и всех нас. Отношение общества и государства к монополиям всегда было неоднозначным, поскольку они одновременно играют как положительную, так и отрицательную роль.

Монополии, имея исключительное положение на рынке, могут искусственно ограничивать производство и устанавливать завышенные цены.

Это приводит к неэффективному использованию ресурсов и усиливает неравенство в доходах.

Доминантное положение на рынке дает возможность монополиям диктовать свои условия, устанавливая монопольные цены и получая сверхприбыль. Они продают свою продукцию по завышенным ценам, а приобретают необходимые товары по заниженным.

В условиях монополизированной экономики цены становятся негибкими, реагируя слабо на колебания спроса и потребностей. Монополия, блокируя сигналы от спроса к производству, приводит к искажению инвестиционных потоков. В результате, потребители сталкиваются с нехваткой товаров и услуг, неспособные удовлетворить свои потребности.

Монопольная цена, помимо перераспределения продукта между хозяйствующими субъектами на основе внеэкономических факторов, отражает и экономические преимущества крупного, высокотехнологичного производства, позволяя получать сверхприбыль.

В экономике выделяют особый тип монополии — естественную. Она возникает, когда производство товара или услуги наиболее эффективно при участии всего одного производителя. Это обусловлено экономией на масштабах производства и обеспечением технологической надежности и доступности для потребителей.

Естественные монополии играют ключевую роль в экономике, так как часто связаны со стратегически важными сферами, такими как железнодорожные перевозки, электроснабжение, транспортировка нефти и газа в России. От эффективности этих компаний зависит благополучие всей страны.

Законодательство стремится ограничивать монополии и создавать конкурентную среду. Однако искусственное разделение естественной монополии на несколько компаний нецелесообразно, поскольку приводит к росту издержек.

Поскольку естественная монополия единственная на рынке, она обладает правом устанавливать цены (прайс-мейкерство) и контролировать предложение. Это создает риски снижения качества продукции и услуг из-за отсутствия конкуренции.

Такая ситуация угрожает экономике в целом, препятствуя развитию конкурентных отношений и негативно влияя на потребителей.

В России естественные монополии играют ключевую роль в экономике, предоставляя услуги, необходимые для всех отраслей производства. Однако их монопольное положение создает угрозу ценового давления, которое может негативно сказаться как на населении, так и на экономике в целом [4].

Основная проблема заключается в том, что значительная часть российской продукции имеет низкую добавленную стоимость и высокую зависимость от услуг естественных монополий. Повышение цен на электроэнергию, транспортные услуги или газ, даже незначительное, приводит к росту издержек производства, что, в свою очередь, отражается на потребительских ценах.

Например, компания "ФСК ЕЭС", контролируемая государством, обеспечивает электроэнергией 98% страны. Изношенность оборудования и его неэффективное использование приводят к росту издержек, а значит, и к росту цен на электроэнергию. Такая ситуация уже наблюдается: с 2003 по 2014 год расходы на электроэнергию в домохозяйствах выросли в среднем в 1,5 раза.

Текущий метод регулирования тарифов, основанный на покрытии всех затрат, не стимулирует компании сокращать расходы, поскольку они в любом случае будут компенсированы за счет потребителей.

Таким образом, существующая система создает порочный круг: рост цен на услуги естественных монополий ведет к росту издержек и цен на продукцию, что, в свою очередь, ограничивает спрос и тормозит развитие российской экономики.

Необходимы комплексные меры по решению этой проблемы, направленные на повышение эффективности работы естественных монополий, снижение их издержек и стимулирование конкуренции.

Естественная олигополия — это ситуация, когда на рынке несколько компаний-гигантов контролируют производство товаров или услуг. Подобно естественным монополиям, в естественных олигополиях экономически выгоднее, чтобы несколько крупных игроков осуществляли производство, чем множество мелких. Это происходит благодаря экономии на масштабе, когда крупный размер бизнеса позволяет снизить издержки производства [3].

Такие олигополии часто формируются в отраслях с высоким входным барьером, требующим значительных первоначальных инвестиций. Например, металлургия, автомобилестроение или нефтегазовая отрасль — все это сферы, где новым игрокам трудно войти из-за нужности колоссальных вложений. Даже если бы и нашлись компании, способные конкурировать с гигантами, им бы не удалось работать на полную мощность из-за ограниченного рынка. Снижение производства привело бы к простоям оборудования, росту затрат и, как следствие, снижению эффективности производства.

Олигополия – это рыночная форма с ограниченной конкуренцией, в которой немногие производители контролируют большую часть рынка и обычно производят аналогичные или однородные продукты. Из-за небольшого количества фирм и отсутствия конкуренции такая структура рынка часто допускает антиконкурентные партнерские отношения и сговор. Можно выделить следующие основные характеристики олигополистических структур.

1. Максимизация прибыли. Олигополии максимизируют свою прибыль в точке равенства предельных доходов и издержек.

2. Искривленная кривая спроса. Фирмы, работающие на олигополистическом рынке, работают в точке, где предельные издержки равны предельному доходу, независимо от того, увеличиваются или уменьшаются их предельные издержки.

3. Возможность устанавливать цены. Фирмы на олигополистическом рынке устанавливают цены, а не другие рыночные агенты, представленные на рынке, как в случае с совершенной конкуренцией.

4. Отсутствие свободного входа и выхода. Существуют различные барьеры входа и выхода. Барьеры входа включают все меры, которые фирмы используют для сохранения доминирования на рынке.

5. Долгосрочная прибыль. Олигополии могут поддерживать аномальную прибыль в долгосрочной перспективе из-за барьеров для входа на рынок. Входные барьеры препятствуют конкуренции и позволяют фирмам получать ненормальную прибыль даже в долгосрочной перспективе.

6. Дифференциация продуктов: существует два основных продукта: однородные продукты, такие как алюминий и сталь, и дифференцированные продукты, такие как автомобили и сигареты.

7. Совершенная информация: производители полностью осведомлены всей потребительской информацией.

8. Взаимозависимость: несколько доминирующих фирм характеризуют олигополистические рынки. Фирмы на рынке олигополии должны обдумывать ответные действия конкурентов, прежде чем они сделают какие-либо действия.

В дуополии, где рынок контролируют две доминирующие компании, конкуренция становится сложной игрой. Каждой фирме необходимо учитывать действия своего конкурента, ведь они тесно взаимосвязаны [5].

Повышение цен одной компанией скорее всего приведет к потере клиентов в пользу конкурента, поскольку тот вряд ли последует этому примеру. Снижение цен, напротив, может быть более привлекательным для обеих компаний, так как повышает вероятность того, что конкурент также снизит цены.

Таким образом, дуополисты стоят перед выбором: сотрудничать и максимизировать прибыль, действуя как монополисты, или же соревноваться друг с другом, стремясь получить конкурентное преимущество.

Важная особенность естественных олигополий — это их влияние на цены. Из-за небольшого числа участников на рынке каждое изменение цены или объемов производства одной компании сказывается на прибыли всех остальных. Это часто приводит к тайным соглашениям между компаниями, чтобы удерживать цены на высоком уровне.

Необходимо отметить, что товары и услуги, производимые естественными олигополиями, часто являются социально значимыми и играют важную роль в экономике. Например, рост цен на бензин неминуемо повлияет на стоимость транспорта и, следовательно, на цену готовой продукции во многих других отраслях [6].

Олигополии, как правило, ведут активную деятельность и на внешнем рынке. Повышение цен на их продукцию на мировом рынке стимулирует увеличение экспортных поставок, что приводит к сокращению предложения на внутреннем рынке. Это, в свою очередь, оказывает сильное давление на цены, вызывая их рост внутри страны.

В России ярким примером естественной олигополии является нефтяная промышленность. Характерной особенностью этого сектора является наличие вертикально интегрированных нефтяных компаний (ВИНК), контролирующих весь цикл — от добычи и переработки нефти до реализации нефтепродуктов. На российском рынке действуют несколько крупных компаний, таких как "Лукойл", "Сибнефть", "ТНК", "Татнефть", "Роснефть", "Транснефть", "РиТек", "Башнефть", "Сургутнефтегаз" и другие. Пять крупнейших игроков — "Роснефть", "Лукойл", "ТНК-ВР", "Сургутнефтегаз" и "Газпром" — добывают более 80% всей российской нефти, направляя большую ее часть на экспорт.

Формирование внутренних цен на нефтепродукты отличается непрозрачностью. Желание производителей работать на экспорт создает дефицит на внутреннем рынке, что, в свою очередь, приводит к росту цен на бензин и дизельное топливо. К этому добавляется влияние налогов,

составляющих более 40% от конечной стоимости. За период с 2006 по 2014 год цена на бензин АИ-95 выросла с 9,1 рубля за литр до 32,5 рубля.

Таким образом, естественные олигополии, как и естественные монополии, оказывают значительное влияние на общий уровень цен в экономике. Для минимизации негативных последствий необходимо усиление государственного контроля над олигополиями. Среди возможных мер – регулярные проверки, а также установление государственного потолка цен на товары и услуги, производимые естественными монополиями и олигополиями, с ежегодной корректировкой.

В заключении, монополии и олигополии — это неотъемлемая часть современной экономики. Их влияние на экономическое благосостояние общества зависит от мер по регулированию, которые предпринимает государство.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. История экономических учений: учебное пособие / Т. И. Кружкова, О. А. Рущицкая, О. Е. Рущицкая, А. В. Ручкин. – Екатеринбург: Издательство Уральского ГАУ, 2022. – 72 с.
2. Липатова, Н. Н. Лб1 Экономическая теория: учебное пособие. – Кинель: ИБЦ Самарского ГАУ, 2021. – 64-65 с.
3. Новые тенденции и особенности экономического развития в условиях цифровой трансформации: монография / Е. Б. Крылова. Р. Т. Зяблук, О. И. Меньшикова и др.; под ред. Е. Б. Крыловой. — Москва: Издательство Московского гуманитарного университета, 2022. — 18 с.
4. Терешина Н.П., Подсорин В.А., Данилина М.Г. Экономика и управление на транспорте: Учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Экономика», «Менеджмент», «Торговое дело», «Реклама и связи с общественностью». – М.: РУТ (МИИТ), 2021. – 254 с.

5. Трифонов, Е.В. Экономическая теория (микро- и макроэкономика): учеб. пособие / Е.В. Трифонов; Министерство науки и высшего образования РФ, Заполярный гос. ун-т им. Н.М. Федоровского. – Норильск: ЗГУ, 2024. – 54 с.

6. Экономика. Поведение фирмы в различных рыночных моделях: учебное пособие / сост. М.Б. Комарова. — 2-е изд., исправл. — Караваево: Костромская ГСХА, 2021. — 47-48 с.

© Баранова Алёна Андреевна, Цыганков Савелий Витальевич, 2024.