

СТАТЬИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

ЭКОНОМИКА

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ ЭКОНОМИКИ

Статья поступила в редакцию: 25.06.2026

Статья принята к публикации: 03.07.2026

Статья опубликована: 01.08.2026

УДК 339.137.2

DOI: 10.32743/UniLaw.2026.142.8.23134

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ

Иванов Степан Антонович

аспирант

Московский Гуманитарно-экономический Университет

РФ, г. Москва

E-mail: StepanIvanovAM@yandex.ru

Алексашин Иван Дмитриевич

аспирант

Московский Гуманитарно-экономический Университет

РФ, г. Москва

E-mail: aleksashinvan@mail.ru

Горбенко Владислав Сергеевич

аспирант

Московский Гуманитарно-экономический Университет

РФ, г. Москва

E-mail: steammenlayn@mail.ru

Калинин Дмитрий Александрович

аспирант

Московский Гуманитарно-экономический Университет

РФ, г. Москва

E-mail: kdim4728@gmail.com

COMPETITION AND MONOPOLY: THEORETICAL APPROACHES AND CONTEMPORARY MANIFESTATIONS

Ivanov Stepan Antonovich

*graduate student at Moscow University of Humanities and Economics
Russia, Moscow*

Aleksashin Ivan Dmitrievich

*graduate student at Moscow University of Humanities and Economics
Russia, Moscow*

Gorbenko Vladislav Sergeyevich

*graduate student at Moscow University of Humanities and Economics
Russia, Moscow*

Kalinin Dmitry Alexandrovich

*graduate student at Moscow University of Humanities and Economics
Russia, Moscow*

Аннотация

В статье рассматриваются конкуренция и монополия как взаимосвязанные формы организации рыночного пространства. Цель исследования состоит в уточнении теоретического содержания конкуренции и монополии с учетом современных изменений в цифровой экономике, на рынках государственных закупок, в сфере искусственного интеллекта и на социально значимых товарных рынках. Показано, что классическое противопоставление свободной конкуренции и монополии сохраняет методологическое значение, однако недостаточно описывает современные рынки, где рыночная власть часто формируется не только через контроль над объемом выпуска, но и через данные, платформенную инфраструктуру, алгоритмы, сетевые эффекты, доступ к вычислительным мощностям и институциональные барьеры. Обосновано, что современная монополизация имеет гибридный характер, поскольку сочетает экономию на масштабе, технологическое лидерство, контроль над экосистемами и способность влиять на правила доступа к рынку. Особое внимание уделено российской практике антимонопольного регулирования, цифровым платформам, закупочным картелям и новым рискам алгоритмической координации. Сделан вывод о необходимости перехода от узкой ценовой оценки конкуренции к комплексному анализу структуры рынка, поведения фирм, барьеров входа, инновационной динамики и распределения выгод между потребителями, бизнесом и государством.

Abstract

This article examines competition and monopoly as interrelated forms of market organization. The aim of the study is to clarify the theoretical concepts of competition and monopoly, taking into account contemporary changes in the digital economy, public procurement markets, the field of artificial intelligence, and socially significant commodity markets. It is shown that the classical contrast between free competition and monopoly retains its methodological significance but fails to adequately describe modern markets, where market power is often formed not only through control

Библиографическое описание: Иванов С.А., Алексахин И.Д., Горбенко В.С., Калинин Д.А. Конкуренция и монополия. Теоретические подходы и современные проявления // Universum: экономика и юриспруденция : электрон. научн. журн. 2026. 8(142). URL: <https://7universum.com/ru/economy/archive/item/23134>

over output volume but also through data, platform infrastructure, algorithms, network effects, access to computing power, and institutional barriers. It is argued that modern monopolization is hybrid in nature, as it combines economies of scale, technological leadership, control over ecosystems, and the ability to influence market access rules. Particular attention is paid to Russian antitrust regulation practices, digital platforms, purchasing cartels, and the new risks of algorithmic coordination. The study concludes that there is a need to shift from a narrow, price-based assessment of competition to a comprehensive analysis of market structure, firm behavior, barriers to entry, innovation dynamics, and the distribution of benefits among consumers, businesses, and the state.

Ключевые слова: конкуренция, монополия, рыночная власть, антимонопольное регулирование, цифровые платформы, сетевые эффекты, картели, искусственный интеллект, государственные закупки, концентрация рынка.

Keywords: competition, monopoly, market power, antitrust regulation, digital platforms, network effects, cartels, artificial intelligence, government procurement, market concentration.

Введение

Конкуренция и монополия относятся к числу базовых категорий экономической теории, поскольку через них раскрывается механизм распределения ресурсов, формирования цен, отбора технологий и определения границ предпринимательской свободы. На уровне учебной модели конкуренция обычно связывается с множеством независимых производителей, свободой входа и равновесной ценой, а монополия описывается как власть единственного продавца над предложением и ценой. Однако реальная экономика значительно сложнее. Современные рынки редко находятся в чистом состоянии совершенной конкуренции или абсолютной монополии. Чаще наблюдаются промежуточные формы, где фирмы конкурируют по цене, качеству, скорости доставки, данным, стандартам, интерфейсам, технологическим решениям, доступу к финансовым ресурсам и способности удерживать потребителя внутри экосистемы.

Актуальность темы усиливается тем, что в последние десятилетия конкуренция перестала восприниматься только как естественный результат рыночной свободы. Международные исследования показывают рост концентрации в ряде отраслей, усиление рыночной власти крупных компаний, снижение динамики входа новых фирм и укрепление позиций цифровых платформ. OECD указывает, что в странах OECD с начала 2000-х годов конкуренция в среднем ослабла, рынки стали более концентрированными и менее динамичными, а наценки фирм выросли. В европейских отраслях средняя доля четырех крупнейших компаний увеличилась с 26 процентов в 2000 году до 32 процентов в 2019 году, а средние наценки за тот же период выросли на 7 процентов. Эти данные важны не как доказательство универсального исчезновения конкуренции, а как сигнал о трансформации ее форм.

В России вопрос конкуренции имеет особую значимость из-за сочетания рыночных, инфраструктурных и институциональных факторов. В одних секторах сохраняется естественная монополия, что требует тарифного и недискриминационного регулирования. В других секторах формально действует множество участников, но конкуренция

ограничивается закупочными сговорами, административными барьерами, высокой зависимостью от крупных заказчиков или доминированием платформенных посредников. По данным ФАС России, в 2024 году нарушения антимонопольного законодательства на торгах были выявлены в 4 369 закупочных процедурах в 78 субъектах Российской Федерации, а совокупная начальная максимальная цена контрактов составила 122,4 млрд рублей. Это показывает, что монопольная практика может возникать не только в виде крупной корпорации, но и в виде координации множества участников, имитирующих конкуренцию.

Цель исследования заключается в систематизации теоретических подходов к конкуренции и монополии и выявлении современных проявлений рыночной власти. Для достижения цели рассматриваются классические, неоклассические, институциональные, эволюционные и цифровые подходы, а также анализируются проявления монополизации в платформенной экономике, искусственном интеллекте, государственных закупках и социально значимых рынках.

Задача исследования состоит в выявлении и систематизации современных форм проявления конкуренции и монополии, а также в определении факторов, которые способствуют усилению рыночной власти в условиях цифровизации экономики, развития платформенных рынков, искусственного интеллекта и трансформации антимонопольного регулирования.

Материалы и методы

Методологическая основа статьи включает сравнительный анализ экономических теорий, институциональный подход, элементы структурно поведенческого анализа рынка и обобщение данных современных международных и российских источников. В качестве информационной базы использованы материалы OECD, UNCTAD, Европейской комиссии, Stanford Institute for Human Centered Artificial Intelligence, Competition and Markets Authority Великобритании, Federal Trade Commission США, ФАС России, а также классические и современные работы по теории конкуренции и рыночной власти.

В рамках исследования конкуренция рассматривается не только как состояние рынка, но и как процесс соперничества, в котором фирмы стремятся получить преимущество за счет цены, качества, инноваций, масштаба, доступа к данным, управленческих компетенций и способности влиять на правила игры. Монополия анализируется не только как наличие единственного продавца, но и как способность хозяйствующего субъекта или группы субъектов ограничивать доступ к рынку, удерживать сверхприбыль, навязывать условия контрагентам или снижать интенсивность инновационного давления.

В классической политической экономии конкуренция понималась как механизм естественного ограничения индивидуального интереса. У А. Смита конкуренция связывалась с множеством самостоятельных продавцов и покупателей, свободным движением капитала и стремлением предпринимателей к прибыли. Она выступала не только экономическим, но и социальным механизмом, поскольку заставляла производителей учитывать интересы покупателей даже без прямого принуждения со стороны государства. В таком подходе конкуренция близка к идее саморегуляции рынка.

Д. Рикардо и последующая классическая традиция развивали представление о конкуренции как о механизме выравнивания нормы прибыли между отраслями. Переток капитала должен был направлять ресурсы туда, где они используются эффективнее. В этом смысле конкуренция служила способом согласования частных решений и общественной потребности. Однако уже в классической теории было понятно, что конкуренция требует определенных условий. Если существуют привилегии, закрытый доступ к ресурсам, исключительные права или административные ограничения, то механизм выравнивания нарушается.

Неоклассическая теория предложила более формализованную модель совершенной конкуренции. В ней предполагается большое число фирм, однородность продукта, полная информация, свободный вход и выход, а также невозможность отдельного продавца влиять на рыночную цену. Такая модель важна как аналитический эталон, позволяющий оценивать отклонения реальных рынков. Ее ограничение состоит в том, что она описывает скорее идеальный предел, чем обычное состояние экономики. В реальности фирмы стремятся отличаться друг от друга, формировать бренды, снижать зависимость от ценовой конкуренции и закреплять потребителя.

Теория монополистической конкуренции Э. Чемберлина и теория несовершенной конкуренции Дж. Робинсон стали важным шагом к анализу реальных рынков. Они показали, что фирма может иметь рыночную власть даже при наличии конкурентов, если ее продукт отличается от других товаров в восприятии потребителя. Дифференциация, реклама, качество, местоположение, сервис и репутация создают ограниченную монопольную власть. Поэтому конкуренция и монополия перестают быть абсолютными противоположностями. В каждой конкурентной стратегии присутствует стремление к временному монопольному преимуществу.

Й. Шумпетер предложил еще более динамичную трактовку. Для него конкуренция проявляется не только в снижении цены, но и в создании новых комбинаций, технологий и рынков. Предприниматель получает временную монопольную прибыль за счет инновации, но эта прибыль стимулирует последователей и запускает процесс творческого разрушения. В этом подходе монополия может быть не только угрозой, но и результатом инновационного успеха. Проблема возникает тогда, когда временное преимущество превращается в устойчивую защиту от последующей конкуренции.

Институциональная теория подчеркивает, что конкуренция зависит от правил, прав собственности, контрактов, судебной системы, качества государственного управления и поведения регуляторов. Даже при большом числе фирм рынок может быть неконкурентным, если вход затруднен лицензированием, доступ к инфраструктуре ограничен, информация асимметрична, а крупные участники обладают возможностью влиять на нормативные решения. Поэтому конкуренция является не только экономической, но и институциональной категорией.

Таблица 1.

Основные теоретические подходы к конкуренции и монополии

Подход	Понимание конкуренции	Понимание монополии	Современное значение
Классическая политическая экономия	соперничество независимых производителей и движение капитала	исключительное положение, нарушающее свободу обмена	значима для анализа барьеров входа и привилегий
Неоклассическая теория	состояние рынка с множеством фирм и ценовым равновесием	единственный продавец с контролем над ценой	дает эталон для оценки рыночных отклонений
Теория несовершенной конкуренции	соперничество при различиях товаров и фирм	рыночная власть через дифференциацию	объясняет бренд, рекламу, сервис и лояльность
Эволюционный подход	динамический процесс инноваций и отбора	временная прибыль инноватора	важен для анализа технологий и стартапов
Институциональный подход	результат правил, стимулов и качества институтов	власть через правила, доступ и административные барьеры	применим к закупкам, инфраструктуре и регулированию
Цифровой подход	соперничество экосистем, платформ и алгоритмов	контроль над данными, интерфейсами и сетевыми эффектами	ключевой для анализа платформ и искусственного интеллекта

Современная монополия все чаще имеет не статический, а экосистемный характер. Крупная цифровая компания может не быть единственным продавцом на каждом отдельном рынке, но она способна контролировать набор взаимосвязанных сервисов, платежные решения, рекламу, данные, пользовательский интерфейс и условия доступа партнеров. В таком случае власть выражается не только в цене. Она проявляется в ранжировании предложений, правилах допуска приложений, размере комиссии, условиях использования данных, возможности копировать продукты зависимых разработчиков и способности переносить влияние с одного рынка на другой.

Особенно сложной становится оценка монополии на рынках с нулевой денежной ценой для потребителя. Многие цифровые сервисы формально бесплатны, но пользователь оплачивает их данными, вниманием и зависимостью от экосистемы. Традиционный тест роста цены оказывается недостаточным. Нужно учитывать качество, приватность, выбор, совместимость, прозрачность алгоритмов и возможность переключения на альтернативный сервис.

Таблица 2.

Современные проявления рыночной власти

Сфера	Механизм усиления рыночной власти	Возможный эффект для конкуренции
Цифровые платформы	сетевые эффекты, данные, контроль интерфейса	зависимость продавцов и потребителей от одного канала
Искусственный интеллект	доступ к вычислениям, данным, талантам и облакам	закрепление преимущества крупных технологических компаний
Государственные закупки	картели и согласование заявок	имитация конкуренции и рост бюджетных расходов
Инфраструктурные отрасли	естественная монополия и высокая капиталоемкость	необходимость тарифного и недискриминационного регулирования

Сфера	Механизм усиления рыночной власти	Возможный эффект для конкуренции
Розничная торговля	масштаб сетей, переговорная сила, контроль полки	давление на поставщиков и изменение ценовой динамики
Финансово цифровые экосистемы	связка платежей, данных, маркетинга и кредитования	рост издержек переключения для пользователя

Результаты и обсуждения

Российская модель конкуренции формируется в условиях высокой роли государства, значимости инфраструктурных отраслей, неоднородности региональных рынков и чувствительности социально значимых товаров. Антимонопольное регулирование в России опирается на Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135 ФЗ О защите конкуренции, а также на практику ФАС России, отраслевые нормативные акты и Национальный план развития конкуренции на 2021–2025 годы, утвержденный распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 сентября 2021 года № 2424 р.

Одной из ключевых проблем остается различие между формальным числом участников и реальной интенсивностью конкуренции. На рынке может присутствовать много компаний, но если они связаны общими бенефициарами, согласуют поведение, зависят от одного поставщика или получают доступ к заказам через устойчивые неформальные каналы, то конкуренция ослабляется. Особенно заметно это в сфере закупок. Закупочный картель не является монополией в классическом смысле единственного продавца, но по экономическому результату он приближается к монопольному поведению. Участники создают видимость соперничества, однако заранее распределяют победу, поддерживают цену или ограничивают снижение предложения.

Данные ФАС России за 2024 год показывают масштаб этой проблемы. Нарушения антимонопольного законодательства на торгах были выявлены в 4 369 закупочных процедурах с совокупной начальной максимальной ценой контрактов 122,4 млрд рублей на территории 78 субъектов Российской Федерации. В антикартельной практике за 2024 год также указывались 315 возбужденных дел и 245 принятых решений. Эти показатели не означают, что вся система закупок является неконкурентной, но они показывают устойчивый риск согласованного поведения в сферах, где государственный спрос велик, а контроль за независимостью участников затруднен.

Дополнительные статистические данные позволяют увидеть, как меняется конкуренция на современных российских рынках. Особенно заметно это в тех секторах, где активно развиваются цифровые технологии, есть крупная сетевая инфраструктура и быстро меняется поведение потребителей. Один из таких примеров — онлайн-торговля. За период с июля 2023 года по июнь 2024 года четыре крупнейшие площадки — Wildberries, Ozon, «Яндекс Маркет» и «Мегамаркет» — обеспечили около 5 млрд заказов из 7,4 млрд. Это примерно 68 % от общего числа заказов в электронной коммерции. Такая структура говорит о том, что конкуренция не исчезает, но все больше сосредоточивается вокруг нескольких крупных платформ, у которых есть сильные преимущества в логистике, данных, платежных сервисах и рекламных инструментах.

Наиболее наглядно это видно на примере маркетплейсов. По данным открытых источников со ссылкой на позицию ФАС России, в 2024 году Wildberries и Ozon занимали около 80 % рынка маркетплейсов. При этом Ozon по итогам 2024 года достиг оборота около 2,8 трлн рублей, выполнил примерно 1,4 млрд заказов и работал более чем с 600 тыс. продавцов. Эти данные показывают двойственный характер конкуренции на цифровых рынках. С одной стороны, маркетплейсы действительно дают малому и среднему бизнесу возможность быстрее выйти к покупателю. С другой стороны, продавцы все сильнее зависят от правил самой платформы: ранжирования товаров, размера комиссий, логистических тарифов и условий договора оферты.

Похожие изменения происходят и в продовольственной рознице. Крупные федеральные сети конкурируют друг с другом уже не только за счет цены. Все большее значение имеют формат магазинов у дома, развитие дискаунтеров, собственные торговые марки, программы лояльности и онлайн-доставка. По оценкам, доля X5, на рынке продуктовой розницы, в 2024 году, составляла около 15 %, при этом компания, прогнозировала рост этого показателя до 20 % к 2028 году. Это показывает, что конкуренция в российской рознице, постепенно смещается от обычной ценовой борьбы, к конкуренции, за плотность торговой сети, скорость доставки, ассортимент, данные о спросе, и способность выстраивать собственную цифровую экосистему.

В итоге статистика по современным российским рынкам показывает не исчезновение конкуренции, а изменение ее характера. Все большую роль начинают играть платформы, логистические сети, экосистемы, финансовые сервисы и алгоритмы продвижения. Поэтому при антимонопольной оценке важно учитывать не только рыночную долю компании, но и то, насколько другие участники рынка зависят от ее инфраструктуры. Также значение имеют прозрачность правил доступа к платформе, возможность перейти на другой канал продаж и влияние алгоритмов на видимость товаров для покупателя.

Другой важный блок связан с социально значимыми рынками. В условиях инфляционного давления и внешних ограничений государство уделяет повышенное внимание продовольственным товарам, лекарствам, топливу, услугам ЖКХ и транспортной инфраструктуре. Здесь конкуренция выполняет не только функцию эффективности, но и функцию социальной устойчивости. Если доминирующий участник или группа компаний способны резко повышать цены, ограничивать поставки или использовать зависимость потребителей, то последствия выходят за пределы обычного коммерческого спора. По сообщениям о докладе ФАС за 2025 год, на рынке продовольственных товаров было возбуждено 32 дела о нарушениях антимонопольного законодательства, выданы предупреждения и предостережения, а также поданы судебные иски в связи с контролем расширения площадей крупных торговых сетей.

Российская специфика проявляется и в сочетании конкуренции с тарифным регулированием. В инфраструктурных секторах невозможно просто заменить монополию множеством конкурентов, поскольку строительство параллельных сетей может быть неэффективным. Поэтому задача государства состоит не в искусственном дроблении таких отраслей, а в обеспечении недискриминационного доступа, прозрачных тарифов, контроля инвестиционных программ и предотвращения перекрестного субсидирования, которое искажает конкуренцию на смежных рынках.

Цифровые рынки в России развиваются под влиянием тех же закономерностей, что и мировые рынки, но имеют национальные особенности. Крупные маркетплейсы, финансово-технологические экосистемы, сервисы доставки, поисковые и рекламные инструменты создают новые возможности для малого бизнеса, но одновременно становятся каналами зависимости. Продавец получает доступ к широкой аудитории, однако теряет часть контроля над данными, продвижением, условиями комиссии и правилами возврата. Потребитель получает широкий выбор, но его решение все чаще формируется алгоритмической выдачей, рекомендациями и программами лояльности.

Сегодня конкуренцию на российском рынке можно увидеть сразу в нескольких крупных сферах.

Один из самых заметных примеров — рынок маркетплейсов. Здесь между собой конкурируют Wildberries, Ozon, «Яндекс Маркет», «Мегамаркет» и более специализированные онлайн-площадки. Борьба идет уже не только за более низкие цены. Для покупателей важны скорость доставки, количество пунктов выдачи, простота возврата товаров и удобство самого сервиса. Для продавцов значение имеют комиссии, рекламные инструменты, условия продвижения и доступ к дополнительным финансовым услугам.

Еще один пример — продовольственная розница. На этом рынке работают X5, «Магнит», «Лента», «ВкусВилл» и региональные сети. Здесь конкуренция тоже не сводится только к цене. Покупатели обращают внимание на формат магазина, качество товаров под собственными торговыми марками, ассортимент, акции, программы лояльности и возможность заказать продукты онлайн.

Активная конкуренция заметна и в банковском секторе. Сбер, ВТБ, Т-Банк, Альфа-Банк и другие банки соперничают уже не только за клиентов по классическим банковским продуктам. Все большее значение, на сегодняшний день, имеют удобство мобильного приложения, удобные для использования платежные сервисы, кешбэк, инвестиционные и страховые продукты, а также развитие собственных цифровых экосистем для удобства клиентов.

Конкуренция на российском рынке становится более сложной и межотраслевой, так как появление новых игроков на рынке, способствуют еще более агрессивному маркетингу. Компании развивают доставку и финансовые сервисы, банки создают цифровые платформы и маркетплейсы, а крупные онлайн-компании выходят в логистику, рекламу и платежные решения, для того чтобы получить новых пользователей.

Таблица 3.

Примеры современной конкуренции на российском рынке

Рынок	Основные участники	Форма конкуренции	Антимонопольный риск
Маркетплейсы	- Wildberries - Ozon - «Яндекс Маркет» - «Мегамаркет»	- логистика - комиссии - ПВЗ - реклама - финтех - алгоритмы выдачи	зависимость продавцов от правил платформы
Продовольственная розница	- X5 - «Магнит» - «Лента» - «ВкусВилл» - региональные сети	- цена - ассортимент - СТМ - дискаунтеры - доставка	усиление переговорной силы крупных сетей
Банковские экосистемы	- Сбер - ВТБ - Т-Банк - Альфа-Банк	- мобильные сервисы - платежи - кешбэк - подписки - кредитные продукты	рост издержек переключения клиента

Рынок	Основные участники	Форма конкуренции	Антимонопольный риск
Сервисы доставки	- «Яндекс Еда» - Delivery Club - «Купер» - Ozon Fresh - X5 Delivery	- скорость доставки - радиус покрытия - комиссии - подлиски	зависимость ресторанов и магазинов от агрегаторов

Таблица 4.

Сравнение классической и современной монополизации

Критерий	Классическая монополия	Современная монополизация
Основной ресурс власти	Контроль выпуска или сырья	Контроль данных, инфраструктуры, интерфейса и экосистемы
Главный рынок	Отдельный товарный рынок	Система связанных рынков и сервисов
Способ удержания потребителя	Отсутствие заменителей	Издержки переключения, лояльность, данные, совместимость
Главный риск	Завышение цены и сокращение выпуска	Ограничение выбора, качества, приватности и инноваций
Метод регулирования	Контроль доли, цены и сделок	Комплексный контроль поведения, доступа и переносимости данных
Тип доказательств	Цена, объем, доля рынка	Алгоритмы, условия доступа, данные, ранжирование, партнерства

Заключение

Современная конкурентная политика должна сочетать защиту рынка от злоупотреблений с поддержкой инноваций и инвестиционной активности. Ее задача не состоит в наказании крупного бизнеса только за масштаб. Масштаб может быть результатом эффективности и доверия потребителей. Проблемой становится использование масштаба для блокирования входа, навязывания невыгодных условий, дискриминации контрагентов, покупки потенциальных конкурентов без экономического обоснования или ограничения совместимости.

Наиболее перспективной является модель конкурентной политики, которая не противопоставляет государство рынку, а формирует условия для открытого, справедливого и инновационного соперничества. Такая политика должна защищать потребителя, поддерживать предпринимательскую инициативу, ограничивать злоупотребления рыночной властью и одновременно сохранять стимулы к технологическому развитию. В этом состоит ключевой вывод исследования. В XXI веке конкуренция требует не меньшей, а большей институциональной работы, поскольку монополия все чаще принимает цифровую, сетевую и алгоритмическую форму.

Список литературы

1. А.Е. Шашитко Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Экономический фак. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: ТЕИС, 2010. – 827, [1] с.: ил., портр., табл.; 21 см.; ISBN 978-5-7218-1110-4.

2. Акт правительства Российской Федерации «об утверждении Национального плана («дорожной карты») развития конкуренции в Российской Федерации на 2021–2025 годы» от 02.09.2021 № 2424-р // Российская газета. – 2021. – № 2424.
3. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2024 год [Электронный ресурс]. // Федеральная Антимонопольная Служба. URL: <https://fas.gov.ru/documents/689965> (дата обращения: 24.06.2026).
4. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2025 год (краткая версия) [Электронный ресурс]. // Федеральная Антимонопольная Служба. URL: <https://fas.gov.ru/documents/690302> (дата обращения: 24.06.2026).
5. Закон Российской Федерации «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ // Федеральный закон.
6. Й. Шумпетер. Теория экономического развития: (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). 1982. – 455 с.
7. Рикардо, Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Д. Рикардо; перевод с английского Н. Зибер. – Москва: АСТ, 2023. – 576 с.. – (Эксклюзивная классика). – ISBN 978-5-17-151634-5.
8. С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова; Ин-т «Открытое о-во». – Москва: Магистр, 1998. – 311 с.: ил., табл.; 22 см.; ISBN 5-89317-082-2.
9. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов: пер. с англ. / А. Смит. – Москва: Эксмо, 2016. – 1056 с.. – (Великие экономисты). – Указ.: С. 1000–1055. – ISBN 978-5-699-84994-9.
10. Теория монополистической конкуренции: Реориентация теории стоимости / Э. Чемберлин; Пер. с англ. Э.Г. Лейкина, Л.Я. Розовского; Под ред. [и с вступ. ст., с. 5–28] О.Я. Ольсевича. – Москва: Экономика, 1996. – 349,[2] с.; 22 см. – (ЭН. Экономическое наследие); ISBN 5-282-01759-8: Б. ц.
11. Экономическая теория несовершенной конкуренции: Пер. с англ. / Дж. Робинсон; Вступ. ст. и общ. ред. И.М. Осадчей. – Москва: Прогресс, 1986. – 471,[1] с.: граф.; 21 см. – (Экон. мысль Запада. ЭМЗ).

References

1. A.E. Shastitko Lomonosov Moscow State University, Faculty of Economics. – 4th ed., rev. and expanded. – Moscow: TEIS, 2010. – 827, [1] P.: ill., portraits, tables; 21 cm.; ISBN 978-5-7218-1110-4.
2. Decree of the Government of the Russian Federation “On the Approval of the National Plan (‘Roadmap’) for the Development of Competition in the Russian Federation for 2021–2025” dated September 2, 2021, No. 2424-r // Rossiyskaya Gazeta. – 2021. – № 2424.
3. Economic Theory of Imperfect Competition: Translated from English by J. Robinson; with an introductory article and general editing by I.M. Osadchaya. – Moscow: Progress, 1986. – 471, [1] P.: ill.; 21 cm. – (Western Economic Thought. EMZ).

4. Law of the Russian Federation “On the Protection of Competition” No. 135-FZ of July 26, 2006 // Federal Law. – 2006. – № 135.
5. Report on the State of Competition in the Russian Federation for 2024 // Federal Antimonopoly Service (accessed June 24,. – URL: <https://fas.gov.ru/documents/689965>).
6. J. Schumpeter. The Theory of Economic Development: (An Inquiry into Entrepreneurial Profit, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle). 1982.
7. Report on the State of Competition in the Russian Federation for 2025 (abridged version) // Federal Antimonopoly Service (accessed June 24,. – URL: <https://fas.gov.ru/documents/690302>).
8. Ricardo, D. Principles of Political Economy and Taxation. Ricardo; translated from English by N. Ziber. – Moscow: AST, 2023. – 576 P. – (Exclusive Classics). – ISBN 978-5-17-151634-5.
9. S.B. Avdasheva N.M. Rozanova; “Open Society” Institute. – Moscow: Magistr, 1998. – 311 P.: ill., tables; 22 cm.; ISBN 5-89317-082-2.
10. Smith, A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations: trans. from English. Smith. – Moscow: Eksmo, 2016. – 1,056 P. – (Great Economists). – Cited P.: 1,000–1,055. – ISBN 978-5-699-84994-9.
11. E. Chamberlin. The Theory of Monopolistic Competition: A Reorientation of the Theory of Value. 1996.