# Международный Центр Компетенций Казанский Техникум Информационных Технологий и Связи

Исследовательская работу на тему: «развитие конкуренции на рынке услуг Почтовой связи»

Выполнили работу студентка ГАПОУ МЦК КТИТС Житовская Наталья 211 группа и преподаватель ГАПОУ МЦК КТИТС Маннапова Д.Ф.

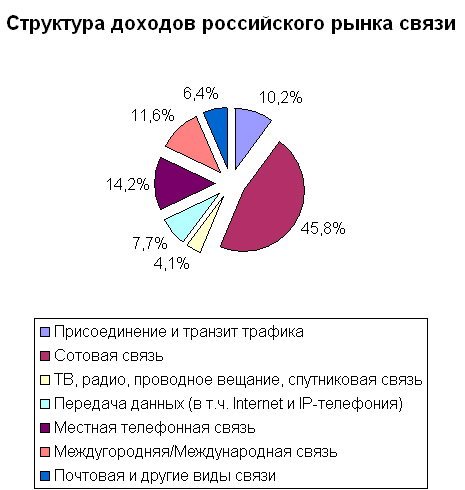
**Цель и задачи исследования:** Целью исследования является проведение анализа конкурентных отношений, складывающих на рынке услуг почтовой связи на современном этапе и выработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности почтовых услуг в РФ и РТ. В связи с обозначенной целью были поставлены следующие задачи**:**

**-** раскрыть содержание конкурентных отношений в условиях современной экономики;

**-**проанализировать оценку развития конкуренции и конкурентных преимуществ рынка услуг ПС РТ;

**-**дать анализ состояния конкурентной среды на рынке услуг почтовой связи Республики Татарстан;

Нынешняя базарная макроэкономика предполагает собою сложный тело, складывающийся с большого числа различных производственных, торговых, экономических также информативных строений, взаимодействующих в фоне развилистой концепции законных общепризнанных мерок коммерциала, также соединяемых общим определением – биржа. По определению **биржа** – данный сформированный состав, в каковой имеются изготовители, а также покупатели, торговцы также потребители, в каком месте во следствии взаимодействия спроса покупателей (спросом именуется число продукта, что покупатели имеют все шансы приобрести согласно конкретной стоимости) также предписания изготовителей (рекомендация - данное число продукта, что изготовители реализуют согласно конкретной стоимости) формируются также стоимости продуктов, также размеры торговель. Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является понятие конкуренции (лат. concurrere - сталкиваться, состязаться) **Конкуренция в маркетинге** - это ситуация соперничества между двумя и более коммерческими организациями за ограниченные рынки.  
Предметы конкурентной борьбы во обстоятельствах торга - данное эта его составная часть, что считается объектом финансового заинтересованности абсолютно всех соучастников. К Примеру, биржа капиталов, биржа узко потребительских продуктов. Есть три вида конкуренции:   
1) Конкуренция среди продавцов - все хотят продать свои товары дороже, побеждает тот, кто уступает в цене, но увеличивает объем продаж;  
 2) Конкуренция среди покупателей - все хотят купить товары по низкой цене, побеждает тот, кто согласится с более высокой рыночной ценой;  
3) Конкуренция между продавцами и покупателями-это главный фронт борьбы, ибо противоборствующие стороны стоят на диаметрально противоположных позициях.   
почтовая связь - вид связи, представляющий собой единый производственно - технологический комплекс технических и транспортных средств, обеспечивающий прием, обработку, перевозку, доставку (вручение) почтовых отправлений (адресованные письменная корреспонденция, посылки, прямые почтовые контейнеры), а также осуществление почтовых переводов денежных средств. Перечисленные услуги почтовой связи оказываются на основании лицензий на оказание услуг почтовой связи.  
При проведении анализа рынка услуг почтовой связи рассматривалась только почтовая связь общего пользования, т.е. составная часть общей почтовой связи Российской Федерации, которая раскрыта в обстоятельствах общественного соглашения с целью использования абсолютно всем жителям, органам общегосударственной правительству Русской Федерации, органам общегосударственной правительству субъектов Российской Федерации, органам регионального самоуправления также адвокатским лицам. В настоящее время на территории Российской Федерации действует одна организация федеральной почтовой связи - ФГУП "Почта России", созданная на базе территориальных управлений федеральной почтовой связи в 2004 году, которая обязана в соответствии с лицензионными условиями оказывать универсальные услуги почтовой связи на лицензионной территории - Российской Федерации. Развитие конкуренции на рынках услуг почтовой связи определяется несколькими факторами, зависящими в том числе и от особенностей самого государства:  
- существование всеохватывающей, традиционной сети почтовой связи, принадлежащей единственной организации федеральной почтовой связи.  
- преимущественный состав покупателей на каждом отдельном рынке (организации, население);  
- особенности территориальной структуры расселения (средняя плотность населения в Российской Федерации составляет 8,4 чел /кв. км., в городах проживает 73% населения, в сельской местности - 27%, однако средняя плотность сельского населения не превышает 2,2 чел/кв. км., на преобладающей части Сибири и Дальнего Востока - менее 1 чел/кв. км., при этом территории сельского расселения занимают более 70% территории страны (например, в Нечерноземье - 88%);  
- высокая степень дифференциации денежных доходов населения - индекс концентрации доходов (коэффициент Джини) в 2012 году составил 0,45;   
- высокая степень дифференциации экономического развития субъектов Российской Федерации - валовой внутренний продукт на душу населения субъектов Российской Федерации отличается в десятки раз. Конкуренция может развиваться на определенном рынке почтовых услуг только для определенной группы потребителей, например, организаций, что обуславливается существованием платежеспособного спроса, особенностями сбора заказов, и т. д. Развитие конкуренции на данном рынке ограничивает ряд факторов:  
- государственное регулирование тарифов;  
- ограниченный доступ альтернативных операторов к сети федеральной почтовой связи;  
- ограничение на оказание универсальных услуг альтернативными операторами в части приобретения знаков почтовой оплаты.  
Рынок внутренних почтовых отправлений Экспресс-почтой (без учета курьерской доставки внутри населенного пункта). Данный рынок, в отличие от других почтовых рынков, начал развиваться как составная часть международных почтовых отправлений "экспресс" без участия организации федеральной почтовой связи и ориентирован на группу потребителей - организации, для которых качество услуги являются определяющим параметром. На первых этапах рынок формировался крупными иностранными компаниями и компаниями с участием иностранного капитала, имеющими международный опыт оказания данных услуг. Основным фактором, ограничивающим развитие конкуренции на рынках почтовых услуг, является ограничение доступа к сети федеральной почтовой связи на любом этапе, хотя статьей 23 Федерального Закона "О почтовой связи" не допускается ограничение прав операторов почтовой связи на использование сети почтовой связи общего пользования в зависимости от их организационно-правовой формы. В целях развития конкуренции на рынке услуг почтовой связи Федеральная антимонопольная служба планирует в ближайшее время разработать правила недискриминационного доступа операторов почтовой связи к сети федеральной почтовой связи, а также порядок взаимодействия операторов федеральной почтовой связи и операторов связи других организационно-правовых форм. Деятельность УФПС «Татарстан почтасы» охватывает 5 ключевых рынков:  
- письменная корреспонденция;  
- посылки и экспресс-почта;  
- финансовые услуги, включая денежные переводы, прием платежей и доставку пенсий;  
- розничная торговля;  
- доставка прессы. Конкуренция усиливается за счет экспансии существующих, выхода на рынок новых международных игроков, создания собственных служб доставки предприятий и потенциального объединения городских курьерских компаний; Вполне очевидно, что Интернет явился одной из главных причин сокращения доходов системы почтовой связи. Письма теперь пишут в основном электронные, информация в Интернете бесплатная, из-за чего значительно снизился спрос на подписные периодические издания. И денежные переводы теперь можно отправлять тоже через Интернет.  
Но при этом Интернет является также и хорошей перспективой для развития услуг почтовой связи. С развитием электронной коммерции увеличивается поток почтовых отправлений от Интернет-магазинов и Интернет-предпринимателей, а соответственно и поток электронных денежных переводов. Еще одним перспективным направлением, является активное сотрудничество с интернет-магазинами и интернет-предпринимателями. Основная причина, останавливающая покупателей, – это непредсказуемость сроков доставки товаров. Решить эту проблему можно, организовав совместно с интернет-магазинами складирование в крупных населенных пунктах определенного количества товаров для ускорения доставки. Таким образом, например, московский интернет-магазин может продавать товар покупателю в Хабаровске и осуществлять доставку в течение одного дня. Если доставка будет осуществлена на дом, то многие потребители предпочтут магазину почтовые услуги.  
Таким образом, итог интеграции организаций почтовой связи с новейшими информационными технологиями также организациями электрического коммерциала даст возможность ФГУП «Почта России» быть основанием дома с целью электрической также почтовой торговли, но кроме того предоставить сильный стимул с целью формирования электрической коммерции также сеть интернет-предпринимательства в Российской Федерации.  
 **Заключение**  
Конкуренция является несомненным двигателем современной экономики. Она позволяет создавать что-то новое, двигаться дальше. Соответственно, высокий уровень конкуренции - показатель развития той ли иной национальной экономики. Грамотно разработанное антимонопольное законодательство способствует развитию конкуренции, что ведет за собой прогресс в науке и технике. Конкуренция является необходимым и определяющим условием нормального функционирования любой рыночной экономики. Однако низкий уровень конкуренции на рынке превращает государственного оператора в сильного монополиста, не заинтересованного в снижении цен и повышении качества оказываемых услуг. Поэтому либерализация рынка услуг почтовой связи должна проводиться одновременно с созданием условий и стимулов для стабильной и эффективной деятельности государственного оператора.



**Литература**

1. Почта России [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Почта\_России (дата обращения 20.02.2021);
2. О работе «Почты России» [Электронный ресурс]. Режим и доступа: http://fom.ru/Ekonomika/10824 (дата обращения 20.02.2021);
3. 5 самых громких скандалов вокруг «Почты России» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://republic.ru/economics/5\_samykh\_yarkikh\_skandalov\_vokrug\_pochty\_rossii-780860.xhtml (дата обращения 20.02.2021).