

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/365878>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Микроэкономика

Введение 5

1. Теоретические аспекты конкуренции и монополии 7

1.1. Основы конкуренции на рынке 7

1.2. Понятие монополии как крайнего случая несовершенной конкуренции 13

1.3. Причины и последствия монополии 19

2. Оценка деятельности монополий в России 22

2.1. Характеристика монополий в России 22

2.2. Оценка деятельности ПАО «Ростелеком» как естественной монополии 25

Заключение 33

Список использованных источников 36

Введение

Обоснование выбора темы и ее актуальность. Порою без принятия мер твердых и последовательных против проявлений монополизма невозможно бывает надеяться на успешность экономических реформ и успешное развитие рыночной экономики. В РФ процесс по созданию эффективного государственного контроля по недопущению конкуренции недобросовестного характера фактически в свое время был начат с нуля, потому что существующая еще совсем недавно в экономическом управлении централизованная система по собственной сути исключала наличие конкуренции свободной при ведении предпринимательской деятельности. От экономики советского периода отечественной экономикой был унаследован высокий уровень производственной концентрации в большом количестве отраслей хозяйства страны. В РФ вместе с тем достаточно большим объемом рыночной власти обладают ее естественные монополии, которые существуют в базовых экономических сферах – сферах электроэнергетики и транспорта.

Степень изученности проблемы. В качестве основы имеющихся разработок теоретического характера проблемы монополизации рынка и конкуренции выступают труды зарубежных ученых, к которым относят: К. Маркса, А. Маршалла, Д. Нортона, У. Петти, П. Салена, А. Смита, Э. Чемберлина и др., которыми изучались проблемы конкуренции и монополии, рыночной организации, эффективности экономики.

Значимый вклад в исследование разного рода аспектов монополии и конкуренции был внесен учеными О. Белокрыловой, В. Булатовым, Д. Зеркиным, Р. Капелюшниковым, О. Мамедовым, А. Радченко, Ф. Шамхаловым, Е. Ясиным и пр. Важнейшие особенности практической деятельности в сфере антимонопольного регулирования и отдельно взятые нюансы указанной проблемы были раскрыты А.

Барышевой, М. Ершовым, О. Локота, Т. Окрепиловой и пр. Анализ разных работ по данной проблематике продемонстрировал, что в современных условиях в общем есть сформированность важнейших принципов и положения теории и практики деятельности монополий и антимонопольного регулирования. Актуальность темы курсовой исследования, её практическая значимость определили выбор темы данной курсовой работы.

Целью исследования является изучение и обобщение существующего опыта монополий и конкуренции. Задачи курсовой работы:

Целью исследования является изучение и обобщение существующего опыта монополий и конкуренции.

Задачи курсовой работы:

- исследование основ конкуренции на рынке;
- изучение монополии как крайнего случая несовершенной конкуренции;
- характеристика причин и последствий монополий;
- исследование состояния монополий в России;
- изучение деятельности ПАО «Ростелеком» как естественной монополии.

Объектом исследования является конкуренция и деятельность монополий в России.

Предметом исследования являются конкуренция и монополия.

Теоретико-методологической основой и информационной базой курсового исследования выступают труды отечественных и зарубежных исследователей, которые посвящены вопросам конкуренции и антимонопольного регулирования. В качестве информационной базы использованы материалы Росстата.

1. Теоретические аспекты конкуренции и монополии

1.1. Основы конкуренции на рынке

В современных условиях экономической действительности конкуренция выступает в качестве важнейшего фактора процветания рыночных отношений. Как на уровне региона, так и государства конкурентные отношения эффективным образом влияют на развитие рыночных механизмов, а вместе с тем образуют условия для роста экономики. Как раз с конкуренцией самым тесным образом связано развитие уровня конкурентоспособности современной организации в отрасли. В условиях современных рыночных отношений особого рода акцент нужно ставить на конкурентные преимущества организации, потому что как раз именно данный товар будет более предпочтительным для заказчика или покупателя по причине оптимальности сочетания потребительских характеристик.

Конкуренция (если смотреть на перевод с латинского, то *concurrere* дословно значит «сталкиваться; соперничать») представляет собой соревнование за ресурс, имеющий ограниченный характер, вражду с целью получения определенной выгоды. Конкуренция выступает в качестве исходной категории, которая характеризует суть рыночных отношений.

Природой конкуренции предопределяются три важнейших подхода к определению конкуренции в качестве категории экономики:

1. Конкуренция является неким действием на рынке. Данного рода подход базируется на понимании конкуренции в качестве соперничества за достижение самых лучших результатов в данном бизнесе.
2. Конкуренция является элементом рыночного механизма, который предоставляет возможность обеспечения согласованности спроса и предложения на рынке. Данный подход является характерным для классической теории экономики.
3. Конкуренция выступает в качестве одного из важнейших оценочных критериев экономики. Данного рода подход базируется на понимании конкуренции в качестве неотъемлемого рыночного свойства.

Для анализа понятия конкуренции рассмотрим мнения некоторых российских ученых.

Д.э.н., профессор, член-корр. Российской академии образования Ю.Б. Рубин дает такое определение конкуренции: это «взаимные действия людей. Которые основаны на конфликте интересов и необходимости их самостоятельного отстаивания». Данного рода действия направлены на то, чтобы достичь определенного рода превосходства над соперниками в доступе к некоторым нужным им благам и ресурсам, а вместе с тем на обеспечение относительно лучших условий их функционирования и развития.

Никонец О.Е. в своих трудах так говорит о конкуренции: это «экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке субъектами с целью обеспечения лучших возможностей сбыта собственной продукции, удовлетворения разнообразных потребностей покупателей, как и монополия, образуют диалектическое единство, на постоянной основе противостоят друг другу на рынке».

По словам Н.А. Овчаренко, конкуренция может быть определена как «соперничество между хозяйствующими единицами, которые заинтересованы в достижении одной и той же цели при условии ограниченности ресурсов, способствующих достижению этой цели. Если цель конкретизировать с точки зрения рыночной экономики, то рыночная конкуренция есть борьба хозяйствующих субъектов за получение прибыли».

Таким образом, на основе мнений некоторых ученых можно дать авторское определение: конкуренция является определенным видом соперничества субъектов экономики за право пользования определенного рода ресурсами, занятия определенной рыночной ниши с целью усиления своих рыночных позиций и улучшения результатов функционирования и развития.

Рыночный спектр услуг и товаров является довольно широким. Это ведет к тому, что субъект экономики на рынке очень часто сталкивается с соперничеством иного рода рыночных представителей. Как правило, организации, являющиеся соперниками, выпускают и реализуют подобные услуги/товары.

Проявление соперничества видно в виде повышения реализации товаров в больших количествах и несколько лучшего качественного уровня, чем у конкурентов. К примеру, определение более низкого уровня цен, чем у конкурента, может выступать как следствие лучшей организации процесса производства, интенсивности и успешности рекламной компании, поиска продавцов и покупателей более активного характера и т.д.

Конкуренция является центром тяжести всей системы рыночных отношений.

Конкуренцию ведут продавцы и покупатели между собой для того, чтобы добиться каждый собственной

цели за счет их конкурентов. Та цена, которая установилась в ходе ведения данной конкурентной борьбы, выполняет функцию по регулированию спроса и предложения. В ходе соперничества на рынке происходит заключение сделок и изменение доли участия на рынке.

Наиболее часто выделяют пять типов конкурентного поведения:

- независимое поведение означает, что фирма принимает свои решения без учета действий конкурентов. Такое поведение характерно для лидеров или сильных фирм, доминирующих на рынке;
- кооперативное поведение означает стремление скорее к согласию, чем к конфронтации между фирмами. На рынках нередко наблюдается как бы молчаливое согласие между фирмами о его разделении. В наиболее явной форме это происходит при олигополии, когда фирмы заключают между собой различные соглашения;
- адаптивное поведение основано на явном учете действий конкурентов, оно заключается в приспособлении фирмой своих решений к наблюдаемым действиям конкурентов. Если на рынке большинство фирм придерживаются такой линии поведения, то это приводит к его стабилизации;
- опережающее поведение является более сложным. Оно состоит в том, чтобы спрогнозировать реакцию конкурентов на действия своей фирмы, предполагая, что они сохранят прежний тип поведения. Возможная ответная реакция конкурентов учитывается при принятии фирмой маркетинговых решений;
- агрессивное поведение также предусматривает прогнозирование реакции конкурентов на решения фирмы. Но в отличие от опережающего поведения в этом случае предполагается, что конкуренты будут занимать самую неблагоприятную позицию по отношению к фирме. Наиболее часто такое поведение встречается на олигополистическом рынке при нерасширяемом совокупном спросе, поскольку выигрыш любой фирмы в этом случае возможен только за счет проигрыша другой.

Современный рынок характеризуется наличием большого количества компаний, предлагающих многообразные товары и услуги. Стремясь максимизировать свою прибыль и увеличить масштабы хозяйственной деятельности, предприятия вступают в конкурентную борьбу. В условиях жесткой конкурентной борьбы каждая фирма для нормального функционирования и оценки собственных возможностей должна знать уровень своей конкурентоспособности и методы ведения конкурентной борьбы.

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/.
2. Федеральный закон «О естественных монополиях» от 17.08.1995 №147-ФЗ (с изм. от 11.06.2021) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7578/.
3. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 №135-ФЗ (с изм. от 29.12.2022) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/.
4. Аналитическая карта магистральных сетей связи в России. Vision. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.comnews.ru/sites/default/files2019/vision-files/mapmagistr2020-2.pdf>.
5. Воробьев М.Г. Естественные монополии в современной России / М.Г. Воробьев // Молодой ученый. – 2022. - №43. – С.241-244.
6. Годовые отчеты ПАО «Ростелеком», 2013-2021 гг. [Электронный ресурс]. URL: https://www.company.rt.ru/ir/disclosure/annual_reports/.
7. Ежегодный сборник «Российская статистика» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru>.
8. История экономических учений: учебник и практикум для вузов / под ред. С. А. Толкачева. - М.: Издательство Юрайт, 2021. - 509 с.
9. Копылова А.А. Рыночная конкуренция. Методы конкурентной борьбы / А.А. Копылова // Научный электронный журнал Меридиан. – 2021. - №1. – С.264-266.
10. Маховикова Г. А. Микроэкономика. Продвинутый курс: учебник и практикум для магистров / Г.А. Маховикова. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 322с.
11. Никонец О.Е. BIGTECH – главный конкурент традиционных банков / О.Е. Никонец, А.В. Новиков // Тенденции и перспективы развития банковской системы в современных экономических условиях: материалы II междунауч.-практ. конференции. – Брянск: БГУ им. ак. И.Г. Петровского, 2020. – С.197-202.
12. Овчаренко Н.А. Экономическая эффективность как фундаментальный приоритет развития современного российского предпринимательства / Н.А. Овчаренко // Экономика и предпринимательство. – 2020. - №1. – С.127-130.
13. Очак П.К. Конкуренция и монополия / П.К. Очак, С.А. Мамий // Colloquium-Journal. – 2021. - №10-2. – С.29-

31.

14. Пасько М.Н. Анализ механизма рынка несовершенной конкуренции на примере естественной монополии ПАО «Ростелеком» / М.Н. Пасько // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. - №10. – С.258-268.
15. Реестр субъектов естественной монополии. ФАС России [Электронный ресурс]. URL: <http://fas.gov.ru/pages/activity/tariffregulation/reestr-subektov-estestvennyix-monopolij.html>.
16. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков в 2 ч. Часть 1: Учебник для вузов / Н.М. Розанова. - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. - 345 с.
17. Рубин Ю.Б. Основы предпринимательства: Учебник / Ю.Б. Рубин. – М.: Университет Синергия, 2020. - 518с.
18. Сальник Д.А. Влияние монополии на экономический рост / Д.А. Сальник // Символ науки: международный научный журнал. – 2023. - №1-1. – С.47-48.
19. Смирнова Е.А. Деятельность естественных монополий в современном аспекте / Е.А. Смирнова, И.О. Бадула // Заметки ученого. – 2021. - №7-1. – С.387-392.
20. Тимченко Я.С. Проблемы и особенности неценовой конкуренции в сфере государственных и муниципальных закупок / Я.С. Тимченко // Инновации. Наука. Образование. – 2021. - №28. – С.426-431.
21. Тишина Ю. «Ростелеком» подключился к социальным объектам / Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4033221>.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/365878>