

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/211331>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Государственное регулирование экономики

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

Глава 1. Теоретические основы исследования монополии и антимонопольной политики 4

1.1 Предпосылки модели монополии как формы рыночной структуры 4

1.2.Содержание антимонопольной политики государства 12

Глава 2.Анализ направлений регулирования монополий в современной экономике России 17

2.1. Особенности развития монополий в российской экономике 17

2.2. Основные направления развития антимонопольной политики России 21

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 27

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 30

ВВЕДЕНИЕ

Усиление рыночной и экономической властей на определенных товарных рынках единственного производителя товаров приводит к монополизации всей отрасли и установлению благоприятных условий для извлечения сверхприбыли такой фирмы.

Однако монополизация рынка также приводит к ограничению свобод выбора потребителями товаров либо к невозможности приобрести блага по более низким ценам. Таким образом, монопольная власть производителей товаров может нанести значительный урон как экономической активности остальных конкурентов, так и общественному благосостоянию, поскольку существуют на рынке завышенные цены на некоторые товары, уменьшение объемов выпуска, а также процветание экономически необоснованной прибыли некоторых компаний.

Для минимизации степени монополизации рынков государство стремится производить антимонопольную политику, рассчитывая при этом разные показатели монопольной власти.

Предметом данной контрольной работы является антимонопольная политика.

Целью работы выступает комплексный анализ основ монополизации рынка, разработка антимонопольной политики.

В связи с этой целью ставится ряд задач:

- раскрыть сущность монополии,
- изучить антимонопольную политику в России,
- раскрыть пути минимизации монополии.

Работа состоит из двух частей, в которых анализируются теоретические аспекты и сущность монополии, а также проводится ее анализ на примере российской экономики.

Для раскрытия данной темы были использованы исследования авторов в области микроэкономики, экономические порталы и ресурсы Интернет.

Глава 1. Теоретические основы исследования монополии и антимонопольной политики

1.1 Предпосылки модели монополии как формы рыночной структуры

Отношения на рынках между производителями разных благ и услуг могут строиться на основе различных принципов. В связи с этим выделяются, как правило, конкурентные и монополистические отношения.

Монополия – слово, имеющее греческое происхождение. Оно образовано от двух слов древнегреческого языка: «μονο» (моно) – т.е. один и «πωλέω» (полео) – продаю. Так принято называть предприятие, которое единолично производит продукцию или всецело контролирует ее производство, не допуская при этом возникновения конкурирующих предприятий, которые бы предложили аналоги этих продуктов [11].

Компания может стать монополией благодаря экономическому превосходству над более мелкими фирмами, вследствие естественных причин или других факторов – в частности, экономической политики

государственных органов.

Предприятия, не имеющие конкурентов на рынке и предлагающие потребителям нужные им товары, называются монополией. Они единолично правят на рынке без конкурентов. Это экономическое положение является чрезвычайно выгодным для предприятий, так как они получают возможности устанавливать любую цену и условия для реализации своих товаров или услуг.

Монополист диктует цену поставщику сырья и материалов, так как с большой вероятностью эти материалы никто, кроме него не будет покупать. Благодаря этому доход чистой монополии становится непропорционально большим, и она получает возможности расширить сферу своих интересов далее. Если государство не препятствует этим процессам, в конце концов рынок в стране окажется разделенным между несколькими монополистами, каждый из которых безраздельно властвует в своей отрасли. Таким образом, крупнейшие представители бизнеса окажутся более могущественными и влиятельными, чем государственная власть и получают возможности неограниченно эксплуатировать население, извлекая большую прибыль.

Из-за рисков возникновения такой ситуации подавляющее большинство государств борется с монополиями, следя за тем, чтобы ни одно предприятие не могло получать преимущественные права и возможности в сфере конкретного рынка.

Исключение составляют естественные и государственные монополии, однако их число невелико в стране. В некоторых случаях производство и реализацию отдельных видов товаров берет на себя государство, которое получает существенный доход за это, пополняющий его бюджет. Так, в Российском государстве оно обладало монопольным правом производить и продавать водку, которую в определенный период времени даже называли в народе «монопошкой» (так же именовали питейные заведения где водка продавалась).

Государственная монополия может быть полной или частичной. В первом случае государственные предприятия и производят, и продают товары, во втором – только производят или только продают их. В современном мире государственные монополии существуют, к примеру, в Италии – на табак, спирт, пиво и спички, в Японии – на табачные изделия, соль, спирт и опиаты, и во многих других странах [13].

В некоторых случаях товары или услуги не могут предлагаться большим количеством участников рынка, так как, чем больше игроков, тем выше себестоимость их предложения. В этом случае возникает так называемая естественная монополия, которая нередко полностью или частично контролируется государством.

Так, в России, да и во многих других странах, добычу, торговлю и транспортировку природного газа осуществляет естественный монополист. Такой же монополией является сеть железных дорог, которая представляет собой единый технологический и технический комплекс. Любое дробление железнодорожного комплекса приводит к ухудшению его работы, падению качества услуг и снижению безопасности населения страны.

Монопольная власть является особым экономическим явлением, которое характеризует состояние рынка в условиях развития несовершенной конкуренции, то есть когда на нем присутствует единственный продавец какого-либо товара или услуги. Конкуренция же наоборот предполагает наличие выбора у потребителей благ, а также разделение экономической власти на рынке.

Таким образом, основными особенностями монопольной власти в отличие от конкуренции являются [7]:

- присутствие на рынке единственного производителя какого-либо товара,
 - товар монополиста является уникальным и не может быть полностью заменен на другой товар, тогда у потребителей товаров фактически отсутствует возможность выбора,
 - монополист имеет власть над рынком и контролирует объемы производимой продукции за счет наличия экономических и юридических барьеров для проникновения в монополизированную отрасль других игроков,
 - монополист имеет огромную силу влияния на цену продукции, однако при этом он ориентируется на эластичность спроса на свою продукцию, устанавливая либо цену, либо объемы производимой продукции.
- Монопольная власть на рынке фактически означает потерю равенства между экономическими правами производителей и потребителей продукции. Это связано с тем, что условия монопольного рынка предоставляют производителям возможность получения сверхприбыли, тогда как потребители вынуждены приобретать ограниченные товары по высоким ценам.

Монополия подразумевает под собой доминирование в производстве каких-либо товаров, услуги или оказании работ. Это объединение, которое единолично владеет правом на предпринимательскую деятельность в той или иной отрасли/сфере.

На сегодняшний день государство рьяно борется с монополистами при помощи такого инструмента как

Федеральная Антимонопольная Служба. Цель данной службы – сохранение тенденции свободной и честной конкуренции, организация свободного и справедливого доступа всех граждан к благам и услугам. Но почему РФ и иные страны обеспокоены проблемами монополии?

Свободная и честная конкуренция предполагает наличие на рынке как можно большего количества конкурирующих между собой компаний, ведущих свою деятельность законным образом. Это очень важно, так как конкуренция способствует регулированию цен на товары, их качество, уровень обслуживания. Конкуренция способна создать некие рамки и ограничения. Например, если одна компания продает свой товар надлежащего качества по цене в 50 рублей, то другая компания не сможет продать аналогичный товар по сумме 200 рублей. Речь не идет о гениальном маркетинге, который способен любой товар превратить в чудо. Дело в том, что потребитель будет сравнивать эти два товара и, обозначив для себя различия лишь в цене, отдаст предпочтение наиболее дешевому товару. В случае с монополией выбирать потребителям не из чего и сравнивать не с чем. Поэтому этот же товар, будет он стоить 50 рублей, или 200 рублей, или даже 1000 рублей, потребитель приобретет.

Таким образом, монополия не предоставляет покупателю возможности выбора. Она как бы диктует потребителям что покупать и за какую цену.

Конкуренция считается двигателем прогресса. Необходимо задуматься, зачем новшества монополистам, когда их товары и услуги будут пользоваться спросом без исключений в силу отсутствия аналогов? А вот конкурирующим фирмам постоянно необходимо совершенствоваться, добавляя себе все новые и новые конкурентные преимущества, дабы отличаться в лучшую сторону.

1. Конституция Российской Федерации// Справочная служба «Консультант-Плюс»
2. Гражданский Кодекс РФ// Справочная служба «Консультант-Плюс»
3. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ// Справочная служба «Консультант-Плюс»
4. Федеральный закон «О естественных монополиях» от 17.08.1995 № 147-ФЗ// Справочная служба «Консультант-Плюс»
5. Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года
6. Базылев Н.И. Экономическая теория. – М.: Инфра-М, 2018. – 672 с.
7. Голиков М.Н. Микроэкономика. – М.: Юнити-Дана, 2019. – 382 с.
8. Гальперин В.М. Микроэкономика. – СПб.: Институт «Экономическая школа», 2016. – 520 с.
9. Гуляев Г.Ю. Эволюция теории конкуренции// Экономика и экономические науки. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-teorii-konkurentsiy>
10. Кистанов В.В., Копылов Н.В. Региональная экономика России: Учебник / В.В. Кистанов, Н.В. Копылов.- М.: Финансы и статистика, 2018. – 584 с.
11. Латышев А.Ю. Противоречия развития современных монополий: теория и практика в России// Вестник ЧГУ. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/protivorechiya-razvitiya-sovremennyh-monopoliy-teoriya-i-rossiyskaya-praktika>
12. Малкина М.Ю. Институциональный анализ естественных монополий в России// Экономика и экономические науки. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnyy-analiz-estestvennyh-monopoliy-v-sovremennoy-rossii>
13. Фролова Т.А. Экономическая теория. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2018. – 479 с.
14. федеральный образовательный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>
15. экономический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economicportal.ru/>
16. федеральная антимонопольная служба РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/>
17. федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/211331>