

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского
Кафедра экономики АПК

ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Методические указания по организации самостоятельной работы и контролю
знаний студентов по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»
Очной, очно-заочной и заочной форм обучения

Составитель: Труфанова С.В.

Молодежный, 2022

УДК 330.01

ББК 65.2

Печатается по решению методической комиссии ИЭУПИ ФГБОУ ВО Иркутского государственного аграрного университета имени А.А. Ежевского протокол № 4 от 21 апреля 2022 г.

Рецензент: к.э.н., доцент кафедры менеджмента, предпринимательства и права
ФГБОУ ВПО ИрГСХА И.В. Попова

Труфанова С.В. Теория отраслевых рынков: Методические указания по организации самостоятельной работы и контролю знаний студентов по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» очной, очно-заочной и заочной форм обучения. – 2-е изд., испр. / сост.: С.В. Труфанова; Иркут. гос. аграр. у-т им. А.А. Ежевского. – Молодежный: Изд-во ИрГАУ, 2022. – 44 с.

В современном образовательном процессе наиболее важной проблемой является организация самостоятельной работы студентов в связи с возросшими требованиями к набору профессиональных качеств, которыми должен самостоятельно овладеть студент. Особое значение приобретает педагогическое обеспечение самостоятельной работы студентов вуза.

Методические указания по организации самостоятельной работы и контролю знаний студентов подготовлены на кафедре «Экономика АПК» Института экономики управления и прикладной информатики ФГБОУ ВО Иркутского государственного аграрного университета имени А.А. Ежевского. Составлены в соответствии с требованиями ФГОС, ОП по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», учебным планом университета, учебной программой курса «Теория отраслевых рынков». Содержат общие методические рекомендации по изучению дисциплины, контрольные вопросы, задания для выполнения контрольной работы и тесты для контроля знаний студентов. Основой для составления методических рекомендаций послужил учебно-методический комплекс по дисциплине «Теория отраслевых рынков», составленный Т.А. Пантелеевой и Т.А. Шевченко.

© Труфанова С.В., 2022

© ИрГАУ, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1 ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ ОБЪЕМ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ.....	5
2 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ....	9
2.1 Тематический план изучения дисциплины	9
2.2 Задание для самостоятельной работы студентов	12
2.3 Примерные вопросы на тестирование	19
3 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ. ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ЗАОЧНИКОВ	24
3.1 Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету	24
3.2 Варианты контрольных заданий для заочников	25
4 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	41
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	43

ВВЕДЕНИЕ

Современная экономика представляет собой сложный процесс переплетения интересов и взаимодействия различных субъектов: фирм, потребителей, государства. Механизмы этого взаимодействия, инструменты конкурентной стратегии и тактики, а также их последствия анализируются в рамках особого раздела экономической теории, называемого «Теорией отраслевых рынков», в центре которой находится исследование конкуренции во всех ее аспектах.

В современных условиях рассмотрение теоретического фундамента дисциплины «Теория отраслевых рынков» является важным фактором повышения конкурентоспособности бакалавров на рынке услуг. Данная дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре в объеме 108 ч. Теория отраслевых рынков – это раздел современной экономической теории, который изучает закономерности формирования рыночной структуры, зависимость стратегического поведения фирмы и результатов их деятельности от особенностей рынков.

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов современного типа экономического мышления и поведения на основе выработки представлений о структуре и функциях основных звеньев рыночной экономики, о логике и эффективности главных экономических процессов, о принципах принятия оптимальных экономических решений, об основах функционирования и взаимодействия различных отраслевых рынков.

Основные задачи освоения дисциплины:

- изучение экономических основ теории отраслевых рынков и моделей поведения фирм в условиях многообразных рыночных структур;
- освоение форм и методов экономического анализа применительно к исследованию рыночных структур, функционированию отраслей;
- формирование навыков самостоятельного и творческого использования полученных знаний в практической деятельности специалиста.

Результатом освоения дисциплины «Теория отраслевых рынков» является овладение бакалаврами по направлению подготовки 38.03.01 Экономика общепрофессиональной компетенцией ОПК-2.

Успешное усвоение внутренней логики и содержания дисциплины в целом, более эффективное овладение учебным материалом во многом определяется самостоятельной работой студентов (СРС), ставшей в современном мире не просто формой образовательного процесса, а фундаментом для формирования профессиональной самостоятельности студента. СРС стимулирует познавательные и профессиональные интересы, содействует реализации основной цели – формированию коммуникативной компетенции и способствует росту мотивации обучения студентов экономики.

Методические указания по организации самостоятельной работы и контролю знаний студентов составлены в соответствии с требованиями ФГОС, ОП по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», учебным планом университета, учебной программой курса «Теория отраслевых рынков».

1 ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ ОБЪЕМ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций (табл. 1):

Таблица 1 – Компетенции и планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции

Код компетенции	Результаты освоения ОП	Индикаторы компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач	ИД-2 _{опк-2} Осуществляет сбор, обработку и анализ данных отраслевых рынков	Знать: методы сбора, обработки и анализа данных отраслевых рынков Уметь: осуществлять сбор, обработку и анализ данных отраслевых рынков Владеть: навыками сбора, обработки и анализа данных отраслевых рынков

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов – 3 з.е.

Разделы дисциплины и виды занятий представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц
	Очная форма	Заочная форма / Очно-заочная
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/3
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	44	12
в том числе:		
Лекции (Л)	22	6
Семинарские занятия (СЗ)	22	6
Самостоятельная работа:	64	96
Расчетно-графическая работа (РГР)	6	6
Реферат (Р)	6	6
Эссе (Э)	6	6
Контрольная работа	6	6
Самостоятельное изучение разделов	10	58
Самоподготовка	30	14
Подготовка и сдача зачета с оценкой	-	-

Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий представлено в таблицах 3, 4.

Таблица 3 – Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения:

№ п/п	Раздел дисциплины (тема)	Семестр	Неделя семестра	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Основные проблемы теории отраслевых рынков	4	21	2	2	3	24 неделя – домашняя расчетная работа по теме: «Структура рынка и рыночная власть». 27 неделя – эссе на тему: «Барьеры входа на рынок», предполагающее анализ условий входа на отдельный рынок (или в отрасль) 30 неделя – тестирование, написание реферата
2	Рынок и механизм его функционирования	4	22	2	2	7	
3	Структура рынка и рыночная власть	4	23	4	4	5	
4	Рыночные барьеры и динамика рынка	4	24	2	2	7	
5	Поведение предприятия в условиях Монопольного рынка	4	25	2	2	7	
6	Взаимодействие на олигополистическом рынке	4	26	2	2	7	
7	Продуктовая дифференциация	4	27	2	2	7	
8	Ценовая дискриминация	4	28	2	2	7	
9	Концентрация производства отрасли	4	29	2	2	7	
10	Асимметрия информации и ее влияние на рынки	4	30	2	2	7	
	Зачет с оценкой			22	22	64	

Таблица 4 – Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий

Заочная (очно-заочная) форма обучения:

№ п/п	Раздел дисциплины (тема)	Курс	Неделя семестра	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Основные проблемы теории отраслевых рынков	3	Согласно расписанию	3	3	6	Домашняя расчетная работа по теме: «Структура рынка и рыночная власть». Эссе на тему: «Барьеры входа на рынок», предполагающее анализ условий входа на отдельный рынок (или в отрасль) Тестирование Написание реферата
2	Рынок и механизм его функционирования					10	
3	Структура рынка и рыночная власть					10	
4	Рыночные барьеры и динамика рынка					10	
5	Поведение предприятия в условиях Монопольного рынка			10			
6	Взаимодействие на олигополистическом рынке			10			
7	Продуктовая дифференциация			10			
8	Ценовая дискриминация			10			
9	Концентрация производства отрасли			10			
10	Асимметрия информации и ее влияние на рынки			10			
	Зачет с оценкой			6	6	96	

По результатам работы в семестре студент может получить автоматическую оценку без сдачи экзамена, зачета по следующей шкале: **91-100** – «отлично», «зачтено», **71-90** – «хорошо», «зачтено», **51-70** – «удовлетворительно», «зачтено». Если студент(а):

- не удовлетворяет оценка, он может сдать экзамен и, возможно, повысить свою оценку;
- набрал более 100 баллов, то в ведомость проставляется только 100 баллов;
- не набрал минимального числа баллов в течение семестра (40), то он не допускается к экзамену, зачету.

Неуспевающим студентам предоставляется возможность ликвидировать задолженность по контрольным точкам в предусмотренные кафедрой и директором сроки на различных условиях в зависимости от причины неуспеваемости.

РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»

2 курс, IV семестр

Лекций – 22 ч., практических занятий – 22 ч. Зачет с оценкой

Промежуточные аттестации: 1 – тестирования, 1 – эссе, 1 – расчетная работа, 1 – реферат

Распределение баллов по разделам

№ п/п	Название модуля (название раздела, темы)	Форма контроля	Сроки сдачи	Баллы
1.	Основные проблемы теории отраслевых рынков. Рынок и механизм его функционирования. Структура рынка и рыночная власть.	Домашняя расчетная работа	24 неделя семестра	0-10
2.	Рыночные барьеры и динамика рынка. Поведение предприятия в условиях монопольного рынка. Взаимодействие на олигополистическом рынке.	Эссе	27 неделя семестра	0-10
3.	Продуктовая дифференциация. Ценовая дискриминация. Концентрация производства отрасли. Асимметрия информации и ее влияние на рынки	Реферат Тестирование	30 неделя семестра	0-20 0-20
	ИТОГО:			0-60
	Сумма баллов для допуска к зачету с оценкой			0-40
	Итоговый рейтинговый балл			0-100

Распределение баллов по другим видам работ:

№ п/п	Вид работы	Единица измерения работы	Премиальные баллы
1.	Активность на семинарском занятии	семестр	0-8
2.	Посещение занятий	семестр	0-5
3.	Внеаудиторная самостоятельная работа	семестр	0-12
4.	Участие в конференциях, конкурсах	одно участие	0-15
	Итого		0-40

2 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Итоговой формой контроля по дисциплине «Теория отраслевых рынков» является дифференцированный зачет, который выставляется по результатам текущего контроля.

По каждой теме дисциплины проводятся установочные лекции, выдается задание для СРС, обеспечиваются индивидуальные консультации по выполнению СРС, проверяется уровень остаточных знаний в форме опроса или тестирования.

2.1 Тематический план изучения дисциплины

ТЕМА 1. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Цель изучения темы: рассмотреть историю формирования теории отраслевых рынков как науки, получить представление о процессе формирования новых отраслей в структуре народнохозяйственного комплекса.

Лекционные вопросы.

Введение в экономику отраслевых рынков. Значение теории отраслевых рынков для определения стратегии и тактики поведения фирмы в разных рыночных структурах, классификации рынков, регулирования деятельности фирм, выработки оптимальной промышленной и антимонопольной политики государства.

ТЕМА 2. РЫНОК И МЕХАНИЗМ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Цель изучения темы: исследовать рынок как экономический механизм, выявить параметры соотношения рынка и отрасли.

Лекционные вопросы.

Понятие рынка. Критерии выделения рынка. Границы рынка. Структура рынка. Понятие отрасли. Отрасль и рынок. Экономические границы отрасли и факторы, их определяющие. Экономическая природа и содержание потребительского спроса. Реализованный и неудовлетворенный спрос. Макро- и микроспрос. Индивидуальный спрос отдельного потребителя и рыночный спрос. Факторы формирования спроса. Эластичность спроса на продукцию. Прямая эластичность спроса по цене. Перекрестная эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Предложение продукции и его связь с потребительским спросом. Основные тенденции изменения спроса и предложения продукции.

ТЕМА 3. СТРУКТУРА РЫНКА И РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ

Цель изучения темы: исследовать типы рыночных структур и концентрацию производства как фактор рыночной структуры.

Лекционные вопросы.

Структура рынка и типы рыночных структур. Монополия. Олигополия. Чистая (совершенная) конкуренция. Монополистическая конкуренция. Показатели структуры рынка. Показатель пороговых долей (удельных весов) рынка. Индекс концентрации. Индекс Линда. Индекс Херфиндаля-Хиршмана. Показатели рыночной власти предприятий. Коэффициент Бейна (норма экономической прибыли). Коэффициент Лернера. Коэффициент Тобина. Коэффициент Папандреу.

ТЕМА 4. РЫНОЧНЫЕ БАРЬЕРЫ И ДИНАМИКА РЫНКА

Цель изучения темы: изучение видов рыночных барьеров и определение их влияния на динамику рынка.

Лекционные вопросы.

Природа и определение рыночных барьеров. Экономическая роль рыночных барьеров. Зависимость доходности капитала фирмы от структуры отраслевого рынка (Р. Кейвс, М. Портер, У. Шеферд и др.). Виды барьеров входа-выхода. Нестратегические барьеры: емкость рынка (ограниченность спроса); объем капитальных затрат (первоначальных инвестиций); абсолютное преимущество в издержках; административные барьеры; состояние инфраструктуры рынка; качество товара и репутация фирмы; криминальные барьеры. Стратегические барьеры: ценообразование, ограничивающее вход; дополнительные инвестиции в оборудование; продуктовая дифференциация; долгосрочные контракты с поставщиками и потребителями; репутация «жесткого» конкурента. Показатели оценки рыночных барьеров. Показатели входа: норма входа фирм на отраслевые рынки, норма проникновения новых фирм на действующий рынок, показатель роста. Показатели выхода: норма выхода, коэффициент выживаемости.

ТЕМА 5. ПОВЕДЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ МОНОПОЛЬНОГО РЫНКА

Цель изучения темы: выявить влияние поведения предприятий на структуру и результат функционирования монополистического рынка.

Лекционные вопросы.

Монопольный рынок: предпосылки анализа, основные выводы по модели чистой монополии. Виды монополий: естественная, административная, экономическая. Источники возникновения монополии. Воздействие монополии на общественное благосостояние. Барьеры, защищающие монопольный рынок: юридические барьеры, естественные барьеры, экономические барьеры. Спрос

на продукт монополиста и монопольное предложение. Монопольная цена. Антимонопольное регулирование. Методы борьбы с монополизацией рынков. Формы борьбы с монополиями: предупреждение создания монополий; ограничение использования монопольной власти.

ТЕМА 6. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НА ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Цель изучения темы: выявить влияние поведения предприятий на структуру и результат функционирования олигополистического рынка.

Лекционные вопросы. Предпосылки олигополистического рынка. Общая характеристика отраслевой олигополии. Основные причины существования олигополии. Олигополистическое взаимодействие. Олигополистическое ценообразование. Количественные модели олигополистического взаимодействия: модель дуополии Курно, модель дуополистического рынка Штакельберга, модель дуополии Жозефа Бертрана, модель дуополии Фрэнсиса Эджуорта.

ТЕМА 7. ПРОДУКТОВАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ

Цель изучения темы: выявить роль продуктовой дифференциации в формировании рыночных структур.

Лекционные вопросы.

Структура рынка и дифференциация продукта. Рынки однородных и неоднородных продуктов. Виды продуктовой дифференциации: горизонтальная и вертикальная дифференциация. Показатели дифференциации продукта. Модели горизонтальной дифференциации продукта. Модель «линейного города» (модель Хотеллинга). Модель «кругового города» (модель Салопа). Модель продукта как набора характеристик (модель Ланкастера). Вертикальная дифференциация продукта. Модель Джона Саттона.

ТЕМА 8. ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ

Цель изучения темы: проанализировать формы и механизмы реализации рыночной власти и выявить связанные с этим последствия.

Лекционные вопросы.

Природа и типы ценовой дискриминации. Условия ценовой дискриминации. Степени ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация первой степени – совершенная ценовая дискриминация. Ценовая дискриминация второй степени - ценовая дискриминация по объему покупки. Ценовая дискриминация третьей степени - ценовая дискриминация на сегментированных рынках. Последствия применения ценовой дискриминации.

Влияние ценовой дискриминации разных типов на общественное благосостояние.

ТЕМА 9. КОНЦЕНТРАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА В ОТРАСЛИ

Цель изучения темы: исследовать природу и влияние вертикального контроля и горизонтальных структур на отраслевую организацию.

Лекционные вопросы.

Экономическое содержание и формы концентрации отрасли. Понятие концентрации отрасли. Особенности процессов концентрации в системе услуг. Причины и показатели концентрации капитала и организационных структур в отрасли. Эволюция форм концентрации обслуживающей деятельности. Концентрация и олигополия. Концентрация и монополия. Горизонтальная интеграция в отрасли. Вертикальная интеграция в отрасли. Эволюция форм и методов вертикальной интеграции. Диверсификация в отрасли. Слияния и поглощения отрасли (горизонтальные и вертикальные). Оценка эффективности процессов концентрации.

ТЕМА 10. АСИММЕТРИЯ ИНФОРМАЦИИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РЫНКИ

Цель изучения темы: изучить влияние асимметрии рыночной информации на эффективность функционирования рынка.

Лекционные вопросы.

Несовершенства рынка. Асимметрия информации. Проблемы существования рынков в условиях асимметрии информации. Риск безответственности. Негативный отбор. Проблема «принципал – агент».

2.2 Задание для самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов является обязательной для закрепления полученных знаний по дисциплине «Теория отраслевых рынков» и расширения образовательного кругозора путем самостоятельного изучения, рекомендованного преподавателем, материала.

В рамках самостоятельной работы студентам предлагается подготовиться к следующим видам работ:

1. Реферат – рекомендуемыми являются темы, которые не могут быть достаточно глубоко проработаны в рамках аудиторных занятий:

1. Сравнительный анализ подходов к исследованию рынков и поведения фирм в мировой экономической литературе
2. Чикагская и гарвардская традиции в исследовании рынков

3. Методы анализа рынков и их применение для исследования рыночных структур России
4. Сравнительный анализ методик оценки границ рынка и условия эффективного использования каждой из них
5. Сравнительный анализ типов рыночных структур
6. Факторы, определяющие структуру рынка: определение, роль в экономике, оценка для России
7. Естественные монополии и их регулирование в России
8. Монополии в России до 1917 г.
9. Потери от монополии: альтернативные варианты подсчетов
10. Монополия и конкуренция в экономике зарубежной страны (по выбору)
11. Совершенная конкуренция и монополия: сравнительный анализ поведения фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах
12. Конкурентоспособность Российских товаров на международных рынках
13. Государственная поддержка и защита отечественного производителя
14. Анализ показателей входа фирм на рынок и показателей выхода фирм с рынка для конкретной отрасли экономики
15. Сравнительный анализ величины барьеров входа в различных странах
16. Правило разумности и закон как таковой в антимонопольной политике развитых стран
17. Особенности регулирования неконкурентного поведения фирм в США, Западной Европе и Японии
18. Добросовестная и недобросовестная конкуренция на рынке
19. Сравнительный анализ государственного регулирования экономики в разных странах
20. Проблемы антимонопольного законодательства в России
21. Особенности технологии и стратегии естественных монополистов и олигополистов
22. Механизм регулирования отраслей естественной монополии
23. Сравнительный анализ ценовых и неценовых методов регулирования отрасли естественной монополии
24. Отрицательные последствия регулирования естественной монополии и пути их возможной нейтрализации
25. Поведение доминирующей фирмы на рынке: ценовые и неценовые стратегии приобретения и сохранения доминирования
26. Сравнительный анализ некооперативных взаимодействий крупных фирм
27. Роль фактора ограничения производственной мощности в анализе рыночных структур
28. Сравнительный анализ склонности к картелизации экономик различных стран (США, ЕС, Россия)
29. Государственная политика в отношении экономической концентрации
30. Слияния и поглощения, выгоды, потери, последствия
31. Вертикальная интеграция: виды, причины, механизм, последствия для общественного благосостояния
32. Франчайзинг как особый вид вертикальных ограничений

33. Особенности регулирования вертикальных взаимоотношений фирм в различных странах
34. Ценовая дискриминация: виды, условия эффективности, последствия для общественного благосостояния
35. Ценовая политика фирм. Особенности ценообразования крупных и мелких фирм для разных типов рынков и отраслей
36. Добросовестная и недобросовестная ценовая конкуренция
37. Взаимосвязь между рыночной структурой и уровнем продуктовой дифференциации
38. Роль рекламы в формировании спроса на рынках с продуктовой дифференциацией
39. Сигналы качества на товарных рынках: теория и практика
40. Расточительная реклама и общественное благосостояние
41. Роль минимальной и максимальной пространственной дифференциации на российских и зарубежных продуктовых рынках.
42. Ценовая дискриминация и продуктовая дифференциация: сравнительный анализ поведения фирмы в условиях монополии и олигополии
43. Пространственная дифференциация в динамичном контексте: анализ краткосрочных и долгосрочных последствий
44. Динамическое ценообразование при горизонтальной продуктовой дифференциации
45. Динамическое ценообразование при вертикальной продуктовой дифференциации
46. Влияние структуры рынка на стимулы к инновациям, срокам осуществления открытия, последствиям инновационной деятельности для общественного благосостояния
47. Влияние государственной промышленной политики на инновационную деятельность фирм (субсидии, налоги, патенты, лицензирование)
48. Сравнительный анализ поведения крупных и мелких фирм на инновационном рынке
49. Уровень концентрации в отрасли и расходы на НИОКР: есть ли взаимосвязь?
50. Теория прав собственности и разделение прав в современных фирмах

Реферат подлежит публичной защите с презентацией. При защите реферата учитывается логичность построения реферата и доклада, наглядность презентации, соблюдение регламента выступления.

2. Домашняя (расчетная) работа. В рамках курса «Теория отраслевых рынков» студентам может быть предложена расчетная работа по теме «Структура рынка и рыночная власть» на примере конкретного рынка или отрасли. Кроме собственно расчета показателей и индексов целью работы является поиск необходимых для расчета статистических данных, которых можно найти в третьем зале библиотеки в п. Молодежном (статистические сборники, бюллетени) и интерпретация полученных результатов.

Для поиска необходимой статистической информации и методических рекомендаций по расчету показателей можно воспользоваться следующими сайтами:

1. www.beafnd.org – Фонд «Бюро экономического анализа» (г. Москва)
2. <http://economics.boom.ru/> – материалы по экономике отраслевых рынков
3. <http://www.economy.gov.ru> – Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации.
4. <http://www.ecsocman.edu.ru> – Федеральный образовательный портал – ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ – учебные материалы.
5. <http://www.forecast.ru> – Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (г. Москва).

Для расчета количественных и качественных показателей, характеризующих структуру товарного рынка, можно воспользоваться следующими формулами:

1) количественные показатели:

а) **численность продавцов, действующих на данном рынке;**

б) **доли, занимаемые продавцами на данном рынке услуг:**

$$D_i = \frac{Q_i}{\sum Q_i}, \quad (1)$$

где Q_i – доля i -го предприятия на рынке; $\sum Q_i$ – совокупный объем продаж участников рынка;

в) показатели рыночной концентрации:

- **показатель пороговых долей (удельных весов) рынка** – определенный рынок для поддержания нормальной рыночной конкуренции считается безопасным, когда на рынке имеется: 10 фирм и более; одна фирма не занимает более 35% рынка; две фирмы не занимают более 44% рынка; три фирмы не занимают более 54% рынка; четыре фирмы не занимают более 64% рынка;

- **индекс концентрации (CR)** показывает долю наиболее крупных фирм (компаний, корпораций, объединений) в общем объеме рынка в процентах. Он рассчитывается как сумма рыночных долей наиболее крупных фирм, осуществляющих свою деятельность на определенном рынке. Рекомендуется использовать уровень концентрации трех (CR-3), четырех (CR-4), шести (CR-6), восьми (CR-8), десяти (CR-10) или двадцати пяти (CR-25) крупнейших продавцов:

$$CR_i = \sum D_i, \quad (2)$$

где D_i – доля продаж данной фирмы в объеме реализации рынка.

Индекс концентрации фирм может колебаться в следующих пределах от 0 до 100%. Если $CR < 45\%$, то концентрация считается нормальной, а рынок – конкурентным; если $45\% < CR < 70\%$, то концентрация достигает средней степени; а при $CR > 70\%$ получается высокая степень концентрации, рынок является неконкурентным;

- **индекс Линда (Ил)** в основном применяется в странах Европейского союза и рассчитывается прежде всего для наиболее крупных фирм:

Для двух наиболее крупных фирм индекс Линда:

$$Ил_2 = \frac{D_1}{D_2} \times 100, \quad (3)$$

где D_1, D_2 – рыночные доли (удельные веса) соответствующих фирм в общем объеме продаж.

Для трех наиболее крупных фирм индекс Линда:

$$Ил_2 = \frac{1}{2} \left[\frac{D_1}{(D_1 + D_3)/2} \times \frac{(D_1 + D_2)/2}{D_3} \right] \times 100, \quad (4)$$

где D_1, D_2, D_3 – рыночные доли (удельные веса) соответствующих фирм в общем объеме продаж.

В случае намерения слияния фирм государственные органы могут дать соответствующее разрешение при условии, если индекс Линда будет находиться в следующих пределах: $120\% < Ил < 200\%$;

- **индекс Херфиндаля-Хиршмана:**

$$И_{xx} = \sum D_i^2, \quad (5)$$

где $\sum D_i^2$ – сумма долей (удельных весов) всех фирмы на рынке в общем объеме произведенной продукции.

При этом $\sum D_i^2 = 100\%$, т. е. при любом количестве в конкретной отрасли фирм (компаний, предприятий) общий удельный вес произведенной ими продукции должен составлять 100%.

При проведении расчета индекса по методу Херфиндаля-Хиршмана рынок считается неконцентрированным (нормальным для конкуренции), если общий $И_{xx} < 1000$ ед. При таких значениях индекса Херфиндаля-Хиршмана разрешается любое слияние фирм. Рынок считается высококонцентрированным (неконкурентным), если общее значение указанного индекса превышает 1800 ед. Если $1000 < И_{xx} < 1800$, то рынок услуг считается умеренно-концентрированным, однако в этом случае с учетом дополнительной проверки государственные органы могут разрешить слияние фирм. Если $1000 < И_{xx} < 2000$, то рынок обладает средней степенью концентрации. Последняя становится очень высокой при $И_{xx} > 2000$ ед. В этом случае объединение фирм государственными органами не разрешается.

Таким образом, при значениях индекса Херфиндаля-Хиршмана, равных 1000 ед. и ниже, рынки считаются неконцентрированными. Они конкурентны, и в силу этого предложение услуг и их производство достаточно быстро реагируют на изменение ситуации на рынке.

Понятие «рыночной» или «монопольной власти» базируется на сравнении анализируемых рынков с рынком совершенной конкуренции.

Наиболее типичным индикатором для сравнения указанных рынков является взаимосвязь «предельные издержки – цена». Чем больше цена фирмы отклоняется от предельных издержек, тем больше рыночная власть фирмы, и, соответственно, несовершеннее рассматриваемый рынок.

Основным свидетельством рыночной власти фирмы является полученная прибыль, а точнее величина доходности капитала.

Наиболее удален от рынка совершенной конкуренции рынок монополии, поэтому показатели, характеризующие рыночную власть фирмы, чаще называют показателями монопольной власти.

К числу таких показателей относят:

- **коэффициент Бейна (норма экономической прибыли)** показывает экономическую прибыль, получаемую на единицу инвестированного капитала:

$$K_{\text{Бейна}} = \frac{(\Pi_{\text{бух}} - \Pi_n)}{K_c}, \quad (6)$$

где $\Pi_{\text{бух}}$ – бухгалтерская прибыль; Π_n – нормальная прибыль; K_c – собственный капитал фирмы.

В условиях совершенной конкуренции на рынке эффективного рынка норма прибыли будет одинаковой (нулевой) для всех видов активов. Если норма прибыли какого-либо актива фирмы выше конкурентной нормы, то этот вид инвестирования становится более предпочтительным, а рынок не конкурентным.

- **коэффициент Лернера** – показатель степени конкурентности рынка. Его применение базируется на использовании данных о предельных издержках фирмы и эластичности спроса:

$$L = \frac{(P - MC)}{P} = -\frac{1}{Ed}, \quad (7)$$

где P – цена; MC – предельные издержки; Ed – ценовая эластичность спроса.

Если эластичность спроса не зависит от цены, то индекс Лернера постоянен. Интервал значений индекса от нуля до единицы. Чем выше значение индекса, тем выше монопольная власть фирмы. Следовательно, значение индекса, равное нулю, характеризует рынок совершенной конкуренции, а равное единице – монополии.

Определить величину предельных издержек можно по формуле:

$$MC = AVC + \frac{(r + d) \times K}{q}, \quad (8)$$

где AVC – средние переменные издержки; r – нормальная норма прибыли; d – норма амортизации (в долях); K – величина капитальных активов; q – объем выпуска продукции.

- **коэффициент Тобина** основан на сравнении рыночной стоимости активов фирмы (рыночная цена ее акций) с восстановительной стоимостью активов, равной сумме расходов, необходимых для приобретения активов в текущий момент времени:

$$TI = \frac{Cp}{Cb}, \quad (9)$$

где Cp – рыночная стоимость активов фирмы; Cb – восстановительная стоимость активов фирмы.

Преимущество этого индекса в том, что он более прост в расчете, так как не использует параметры норм доходности и предельных издержек. Индекс Тобина принимает значение выше единицы в том случае, если оценка активов фирмы фондовым рынком выше их восстановительной стоимости. В этом случае фирма либо получила, либо ожидает получить положительную экономическую прибыль.

- **коэффициент монопольной власти Папандреу (коэффициент проникновения)** показывает в процентном отношении изменение объема продаж данной фирмы при изменении цены конкурента на аналогичные товары на 1%:

$$PI = \lambda_i \times \frac{dQ_{di}}{dP_j} \times \frac{P_j}{Q_{di}}, \quad (10)$$

где λ_i – коэффициент ограниченности мощности конкурентов, который определяется как отношение потенциального увеличения объема оказания услуг к росту объема спроса на услуги, вызванного понижением цены ($0 < \lambda_i < 1$); Q_{di} – объем спроса на услуги фирмы, обладающей монопольной властью; P_j – цена конкурента.

Выражение $\frac{dQ_{di}}{dP_j} \times \frac{P_j}{Q_{di}}$ определяет перекрестную эластичность спроса на услуги фирмы, т. е. показывает возможность переключения спроса потребителей на услуги фирм-конкурентов. Коэффициент λ_i характеризует возможность конкурентов воспользоваться увеличением спроса на их товары. Чем выше любой из этих сомножителей, тем ниже монопольная власть фирмы.

3. Эссе. В рамках курса «Теория отраслевых рынков» студентам может быть предложено написать эссе по теме «Барьеры входа», предполагающее анализ условий входа на отдельный рынок (или в отрасль). Объект анализа выбирается студентами, обязательным является вывод – оценка относительной высоты барьеров входа.

4. Контрольные работы. Контрольная работа является завершающим контрольным мероприятием. Ее целью является проверка умения решать типовые задачи по всем изученным темам.

2.3 Примерные вопросы на тестирование

1. В соответствии с Гарвардской школой в основе исследования отраслевых рынков лежит:

- А) исследование проблем экономического выбора фирм, функционирующих в отрасли на основе микроэкономических моделей;
- Б) исследование эффективности рынков и поведения присутствующих на них фирм;
- В) исследование взаимосвязей между характеристиками отрасли и поведением функционирующих в отрасли фирм;
- Г) исследование уровня концентрации продавцов на отраслевых рынках;
- Д) нет правильного ответа.

2. Монопсония, ограниченная олигополией, это рыночная структура, в которой на рынке присутствуют:

- А) один доминирующий покупатель и несколько мелких покупателей;
- Б) один доминирующий продавец и несколько крупных покупателей;
- В) несколько крупных продавцов и несколько крупных покупателей;
- Г) один продавец и один покупатель;
- Д) нет правильного ответа.

3. Функция предложения монополиста:

- А) это зависимость между рыночной ценой и объемом предлагаемой на рынок продукции;
- Б) совпадает с функцией предельных издержек;
- В) совпадает с функцией средних издержек;
- Г) нет правильного ответа.

4. В модели совершенной конкуренции для отдельного производителя возможно получение положительной экономической прибыли при условии, что...

- А) выручка покрывает постоянные затраты производителя;
- Б) отрасль рассматривается в коротком периоде;
- В) отрасль рассматривается в долгосрочном периоде;
- Г) такая ситуация невозможна.

5. Коэффициент Бэйна выводится исходя из:

- А) рыночной и восстановительной стоимости фирмы;
- Б) показателя перекрестной эластичности спроса;
- В) соотношения экономической прибыли и собственного капитала;

Г) показателя прямой эластичности спроса по цене и показателя ограниченности мощностей конкурентов;

Д) нет правильного ответа.

6. Необходимость покупки лицензии на ведение деятельности монополистом приводит к:

А) снижению выручки;

Б) росту цены на продукцию;

В) снижению объема выпускаемой продукции;

Г) росту цены и снижению объема выпуска;

Д) нет правильного ответа.

7. Снижение транспортных затрат в модели Хотеллинга означает:

А) снижение потребительского спроса на данный вид товара;

Б) увеличение потребительского спроса на данный вид товара;

В) уменьшение дифференциации товара для потребителей;

Г) увеличение приверженности потребителей к товару;

Д) нет правильного ответа.

8. В модели Салопа увеличение барьеров входа и транспортных затрат приводит в долгосрочном плане к:

А) росту числа фирм;

Б) сокращению числа фирм;

В) число фирм не изменится;

Г) нет прямой связи.

9. Поглощения, в результате которых улучшается эффективность работы предприятия, называют:

А) стяжательными поглощениями;

Б) аллокативными поглощениями;

В) управленческими поглощениями;

Г) конгломератными поглощениями.

10. Ценовая дискриминация второй степени предполагает:

А) межличностное и межперсональное различие цен спроса;

Б) только межличностное различие цен спроса;

В) только межперсональное различие цен спроса;

Г) нет правильного ответа.

11. В условиях ценовой дискриминации выполняется следующее (Q_I , Q_{II} , Q_{III} – оптимальные для дискриминирующей фирмы объемы при соответствующих видах ценовой дискриминации):

- А) $Q_I < Q_{II} < Q_{III}$;
- Б) $Q_I > Q_{II} > Q_{III}$;
- В) $Q_I > Q_{II}$ и Q_{III} ;
- Г) $Q_I < Q_{II}$ и Q_{III} ;
- Д) $Q_{III} > Q_I$ и Q_{II} ;
- Е) $Q_{II} > Q_I$ и Q_{III} .

12. Малой фирме наиболее выгодно увеличивать расходы на рекламу при наличии в отрасли крупной фирмы, если:

- А) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
- Б) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов незначителен;
- В) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
- Г) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов незначителен.

13. Вытеснение с рынка высококачественных товаров низкокачественными обусловлено:

- А) феноменом недобросовестного поведения контрагента;
- Б) проблемой негативного отбора;
- В) нерациональностью потребителей;
- Г) А+Б+В.

14. Какой из ниже перечисленных факторов не способствует решению проблемы асимметричности информации:

- А) репутация фирмы;
- Б) гарантии на продукцию;
- В) высокие цены на продукцию;
- Г) расточительные расходы;
- Д) низкие входные цены.

15. Цены Рамсея для многопродуктового монополиста используются государством для:

- А) увеличения общественного благосостояния;
- Б) ограничения объемов выпускаемой продукции;
- В) выравнивания цен на различных рынках;

- Г) дотирования естественных монополий;
- Д) нет правильного ответа.

16. Монопольная власть в соответствии с коэффициентом Папандреу растет при:

- А) росте мощностей конкурентов и росте перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;
- Б) росте мощностей конкурентов и снижении перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;
- В) снижении мощностей конкурентов и снижении перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;
- Г) снижении мощностей конкурентов и росте перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов.

17. Применение монополиями двуставочного тарифа вместо линейного ведет к:

- А) потере общественного благосостояния;
- Б) росту общественного благосостояния;
- В) общественное благосостояние не меняется;
- Г) нет правильного ответа.

18. Объем расходов на рекламу в условиях монополистической конкуренции:

- А) меньше оптимального;
- Б) больше оптимального;
- В) равен оптимальному;
- Г) может быть как выше, так и ниже оптимального.

19. При долгосрочном равновесии в модели монополистической конкуренции рыночная цена:

- А) равна предельным издержкам;
- Б) превышает средние издержки;
- В) равна средним издержкам;
- Г) равна предельной выручке;
- Д) нет правильного ответа.

20. В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):

- А) торговой марки;
- Б) упаковки;
- В) качества;

- Г) уровня цены;
- Д) уровня дохода;
- Е) удовлетворяемых вкусов.

21. В случае горизонтальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):

- А) торговой марки;
- Б) упаковки;
- В) качества;
- Г) уровня цены;
- Д) уровня дохода;
- Е) удовлетворяемых вкусов.

3 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ. ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ЗАОЧНИКОВ

3.1 Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету по дисциплине «Теория отраслевых рынков»

1. Предмет и метод курса «Теория отраслевых рынков». Современные теоретические школы, их методологические отличия.
2. Понятие отраслевой рынок. Определение границ рынка и отрасли. Классификация рынков и отраслей.
3. Рынок: понятие, границы выделения, структура.
4. Критерии классификации рынков, их сущность и характеристика.
5. Экономическая природа и содержание потребительского спроса.
6. Эластичность спроса на услуги, ее виды и методы расчета.
7. Предложение услуг и его связь с потребительским спросом.
8. Основные тенденции изменения спроса и предложения услуг.
9. Монополия как тип рыночной структуры: понятие, сущность, основные признаки.
10. Олигополия как тип рыночной структуры: понятие, сущность, основные признаки.
11. Чистая (совершенная) конкуренция как тип рыночной структуры: понятие, сущность, основные признаки.
12. Монополистическая конкуренция как тип рыночной структуры: понятие, сущность, основные признаки.
13. Количественные показатели структуры рынка услуг.
14. Показатели монопольной власти.
15. Монопольная власть. Экономическая прибыль и проблемы ее измерения.
16. Модели олигополистического взаимодействия фирм на рынке.
17. Дифференциация продукта, виды, влияние на структуру рынка, измерение степени дифференциации.
18. Модель дуополии Курно: сущность и значение.
19. Модель дуополии Бертрана: сущность и значение.
20. Модель дуополии Эджуорта: сущность и значение.
21. Модель дуополии Штакельберга: сущность и значение.
22. Модели горизонтальной продуктовой дифференциации.
23. Сущность вертикальной продуктовой дифференциации.
24. Модели горизонтальной дифференциации продукта. Модель Хотеллинга.
25. Модели горизонтальной дифференциации продукта. Модель Салопа.
26. Модель Ланкастера.
27. Меры концентрации производителей.
28. Модели горизонтальной продуктовой дифференциации.
29. Сущность вертикальной продуктовой дифференциации.
30. Экономическое содержание и формы рыночной концентрации.

31. Оценка эффективности процессов концентрации.
32. Горизонтальная рыночная интеграция, ее сущность и формы проявления.
33. Эволюция форм и методов вертикальной рыночной интеграции.
34. Направления диверсификации на рынке.
35. Слияния и поглощения предприятий, виды, стимулы, последствия.
36. Барьеры входа в отрасль.
37. Рынок доминирующей фирмы. Условия доминирования, ценовые стратегии доминирующей фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах.
38. Проблемы, возникающие в связи с асимметричностью информации о качестве товара. Рынок «лимонов» Акерлофа.
39. Решение проблем асимметричности информации.
40. Ценовая дискриминация потребителей.
41. Двуставочный тариф и нелинейное ценообразование.
42. Отраслевая политика государства. Цели, задачи, типы и виды.
43. Естественные монополии. Основные методы государственного регулирования естественных монополий.
44. Антимонопольная политика государства.

3.2 Варианты контрольных заданий для заочников

Студентам, обучающимся по заочной форме обучения, для получения допуска к дифференцированному зачету предлагается выполнить **контрольную работу**. Контрольная работа состоит из теоретической и практической частей.

В теоретической части раскрывается один из предложенных выше вопросов, **в практической части** – на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы решаются ситуационные задачи по тематике дисциплины.

Контрольная работа должна быть аккуратно оформлена. Она выполняется на отдельных листах форматом А4 и на каждой странице следует оставлять поля: справа – 15 мм, слева – 35 мм, сверху – 20 мм, снизу – 25 мм. Нумерация страниц работы начинается с титульного листа внизу справа. Образец его оформления приведен в приложении 1.

Объем контрольной работы должен составлять не более 20 страниц текста, набранного шрифтом Times New Roman размером 14 пт с полуторным межстрочным интервалом без форматирования. Она должна включать в себя: титульный лист; содержание с указанием страниц; раскрытие теоретического вопроса; решение ситуационных задач и список использованной литературы.

Таблицы и рисунки должны иметь порядковые номера. Таблицы выполняются шрифтом Times New Roman размером 12 пт с одинарным межстрочным интервалом. Название таблицы должно кратко отражать задачи обобщения представленной информации, территориальные границы, период или

момент времени, к которому относится изучаемая совокупность, единицы измерения, если они одинаковы для всех данных, содержащихся в таблице.

Формулы в тексте записываются в соответствии с теми обозначениями, которые используются в учебниках или лекциях, расшифровка обозначения приводится непосредственно под формулами.

При ссылке на литературный источник ставится его порядковый номер в соответствии со списком литературы, который приводится в конце контрольной работы и номер страницы.

Вариант контрольной работы определяются в соответствии с первой буквой фамилии и последней цифрой зачетной книжки (табл. 5)

Таблица 5 – Варианты контрольной работы¹

Первая буква фамилии	Последняя цифра зачетки									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
А, Б, В, Г	1, 41, 70	2, 42, 69	3, 43, 68	4, 44, 67	5, 45, 66	6, 46, 65	7, 47, 64	8, 48, 63	9, 49, 62	10, 50, 61
Д, Е, Ж, З	11, 31, 60	12, 32, 59	13, 33, 58	14, 34, 57	15, 35, 56	16, 36, 55	17, 37, 54	18, 38, 53	19, 39, 52	20, 40, 51
И, К, Л, М	21, 21, 50	22, 22, 49	23, 23, 48	24, 24, 47	25, 25, 46	26, 26, 45	27, 27, 44	28, 28, 43	29, 29, 42	30, 30, 41
Н, О, П, Р	31, 11, 60	32, 12, 61	33, 13, 62	34, 14, 63	35, 15, 64	36, 16, 65	37, 17, 66	38, 18, 67	39, 19, 68	40, 20, 69
С, Т, У, Ф	41, 1, 20	42, 2, 21	43, 3, 22	44, 4, 23	1, 5, 24	2, 6, 25	3, 7, 26	4, 8, 27	5, 9, 28	6, 10, 29
Х, Ц, Ч, Ш, Щ, Э, Ю, Я	7, 30, 51	8, 31, 52	9, 32, 53	10, 33, 54	11, 34, 55	12, 35, 56	13, 36, 57	14, 37, 58	15, 38, 59	16, 39, 60

Задачи для контрольной работы:

Тема 2. Рынок и механизм его функционирования

1. Как влияют перечисленные в таблице изменения на спрос и предложение в случае, если начальная ситуация на рынке является равновесной (поставьте «галочки» в колонках, название которых характеризует эффект изменения):

Изменение при прочих равных условиях	Сдвиг кривой спроса	Движение вдоль кривой спроса	Сдвиг кривой предложения	Движение вдоль кривой предложения
1. Цен				

¹ первая цифра – это номер теоретического вопроса, перечень которых дан на странице 21-22 данных методических указаний; вторая, третья цифры – номера задач представленных ниже

конкурирующих товаров				
2. Внедрение новой технологии				
3. Изменение моды на товар				
4. Изменение потребительских доходов				
5. Изменение цен на сырье				

2. Укажите для каждого ниже приведенного фактора, в каком направлении он будет смещать кривую спроса на автомобили:

Факторы, влияющие на спрос	Смещение кривой спроса		
	Вправо	Влево	Не смещается
Цены на автомобили снижаются			
Цены на бензин выросли в три раза			
Доход покупателей сократился			
Плата за проезд в общественном транспорте резко упала			
Ожидается рост цен на автомобили			
Снизилась цена сервисного обслуживания автомобилей			

3. В таблице представлены данные, характеризующие различные соотношения спроса и предложения на рынке.

Цена, ден. ед.	Объем спроса, шт.	Объем предложения, шт.
60	110	70
65	100	80
70	90	90
75	70	100
80	65	105

Задание:

1. Изобразите кривую спроса и предложения по приведенным данным.
2. Если рыночная цена продукции равна 60 рублей, что характерно для данного рынка: излишки или дефицит товаров? Каков их объем?

3. Если рыночная цена на единицу продукции равна 80 рублей, что характерно для данного рынка: излишки или дефицит товаров? Каков их объем?

4. Чему равна равновесная цена на данном рынке?

5. Рост потребительских расходов повысил потребление продукции на 20 единиц при каждом уровне цен. Каковы будут равновесная цена и равновесный объем производства?

4. Предложение на рынке характеризуется уравнением: $S = 1600 + 2,1p$, где p – цена в рублях за единицу, а спрос определяет функция $D = 3620 - 3,2p$. Определите равновесную цену на данном рынке.

5. В результате повышения цены товара с 25 до 31 рубля объем спроса сократился с 9 млн. шт. до 7 млн. шт. в год. Общий уровень цен не изменился. Определите коэффициент эластичности спроса по цене.

6. Определите коэффициент эластичности спроса по цене, если цена на услуги парикмахерских возросла на 150 рублей и составила 900 рублей. При этом спрос снизился на 100 услуг и составил 9000 услуг.

7. Реальный среднедушевой доход населения снизился на 500 рублей и составил 16400 рублей, соответственно спрос на мясные изделия снизился на 0,5 кг и составил 2 кг. Определите коэффициент эластичности спроса по доходу.

8. Эластичность спроса населения на данный товар по цене равна -0,35. Эластичность спроса по доходу равна 0,72. Насколько процентов изменится объем спроса на данный товар, если его цена уменьшится на 7,4%, а доходы населения увеличатся на 5,1%? При этом предполагается, что общий уровень цен останется неизменным.

9. Потребитель весь свой доход расходует только на три вида товаров: хлеб, колбасу и молоко. В настоящее время 15% своего дохода он расходует на хлеб, 55% – на колбасу и 30% – на молоко. Определить эластичность спроса на молоко по доходу, если эластичность спроса на хлеб по доходу равна -1, эластичность спроса на колбасу по доходу равна 2.

10. Эластичность спроса на продовольствие по доходу равна 0,84. Первоначально 42% своих доходов население расходовало на продовольствие. Предположим, доходы населения увеличились на 10,1%. Определить долю расходов на продовольствие в доходах населения.

11. Функция рыночного спроса на товар: $P_d = 15 - 3Q$, а функция предложения: $P_s = 4 + 2Q$. Государство ввело налог с продаж в размере 2 ден.

единиц. Какова будет новая равновесная цена и новое равновесное количество продукции?

12. Определить выгодность (невыгодность) для производителя, являющегося лидером на определенном рынке, снижение установленной цены одного изделия на 4 рубля при следующих данных:

1. установленная (текущая) цена одного изделия составляет 35 рублей;
2. планируемый объем реализации – 51 000 штук изделий;
3. показатель эластичности спроса по цене – 1,7.

13. Перекрестная эластичность спроса между двумя товарами + 1.00.

Принадлежат ли эти товары к одному рынку? Какой должна быть перекрестная эластичность спроса и взаимозаменяемость, чтобы два товара считались принадлежащими к одному рынку?

14. В таблице представлен объем спроса на мороженое при разных уровнях цен:

Цена (P)	Объем спроса (Q)	Выручка от продажи (TR)	Коэффициент ценовой эластичности (ED)
2,1	10		
1,8	20		
1,5	30		
1,2	40		
0,9	50		
0,6	60		
0,3	70		

Задание:

1. Начертите кривую спроса.
2. Рассчитайте выручку от продажи и коэффициент ценовой эластичности.
3. Начертите кривую выручки от продажи и определите, при какой цене она окажется максимальной?

15. По данным эмпирических исследований эластичность спроса по цене на следующие товары и услуги выглядит так:

- а) 0,6 – эластичность спроса на медицинское оборудование;
- б) 4,0 – эластичность спроса на зарубежные поездки;
- в) 1,2 – эластичность спроса на телевизоры.

Рассчитайте, насколько изменится спрос при увеличении цены на 2%. Выгодно ли продавцу увеличивать цену данных товаров и услуг в каждом из перечисленных случаев?

16. Определите, при какой величине эластичности спроса по цене прибыль предприятия сохранится на уровне 150 рублей за единицу товара при снижении цены на 50 рублей, если себестоимость производства и реализации

товара составляет 2300 рублей при доле переменных затрат в себестоимости при существующем объеме производства равной 0,8.

17. Допустим, потребитель имеет доход 40 тыс. руб. в месяц и весь он должен быть израсходован на покупку двух товаров А и Б. Товар А стоит 5 тыс. руб., а товар Б – 17 тыс. руб. Нарисуйте бюджетную линию.

Какой будет бюджетная линия, если доход потребителя вырастает до 47 тыс. руб.? Какой будет бюджетная линия при доходе 40 тыс. руб., но снижении цены товара А до 3 тыс. руб.

Тема 3. Структура рынка и рыночная власть

18. В таблице отметьте галочкой варианты, характеризующие соответствующие модели рынков.

Характеристики	Модели рынка			
	Совершенная конкуренция	Чистая монополия	Монополистическая конкуренция	Олигополия
Кривая спроса имеет «нисходящий» характер				
Предприятия производят дифференцированный продукт				
Предприятия поддерживают жесткую ценовую политику				
Предприятия не воздействуют на рыночные цены товаров				
Цена товара регулируется государством				
Прибыль предприятия максимальная, когда предельные издержки равны предельным доходам				
Кривые спроса и Предельных доходов совпадают				
Кривые спроса предприятия и отрасли совпадают				
Интенсивно используется реклама				
Относительно много небольших предприятий				

19. Оцените степень безопасности рынка для поддержания нормальной конкуренции, если на рынке конкретного товара функционирует 8 предприятий, причем за анализируемый период отмечаются следующие показатели их деятельности: первое предприятие реализовало продукции на сумму 100 условных единиц (у.ед.); второе – на сумму 50 у.ед., третье – на сумму 80 у.ед., четвертое – на сумму 250 у.ед., пятое – на сумму 180 у.ед., шестое – на сумму 130 у.ед., седьмое – на сумму 100 у.ед., восьмое – на сумму 250 у.ед. Для решения задачи выполните следующие задания:

- 1) определите доли каждого предприятия на данном рынке;
- 2) оцените долю самого крупного предприятия на рынке, сделайте выводы;
- 3) рассчитайте индексы концентрации для 2-х, 3-х, и 4-х предприятий, сделайте выводы;
- 4) рассчитайте индекс Линда для 2-х, 3-х и 4-х крупнейших предприятий, сделайте выводы;
- 5) определите индекс Херфиндаля-Хиршмана;
- 6) на основе расчета индекса Херфиндаля-Хиршмана определите возможность слияния первого и третьего предприятий; четвертого и пятого предприятий;
- 7) оцените возможность увеличения доли рынка четвертой компании до 25% на основе расчета индекса Линда для трех фирм. Возможно ли увеличение доли восьмой компании до 40%? Пятой компании до 30%?

20. На рынке действует 8 фирм. Объем их продаж представлен следующим данными, млрд. руб.:

Фирма	1	2	3	4	5	6	7	8
Объем продаж	100	90	80	130	70	60	110	50

Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана. Определите рыночную структуру отрасли.

21. Известно, что распределение рыночных долей в отрасли выглядит следующим образом:

Фирма	Доля в общем объеме продаж
1	0,4
2	0,3
3	0,2
4	0,1

- 1) Определите показатель дисперсии рыночных долей.
- 2) Определите индекс Херфиндаля-Хиршмана, сделайте вывод об уровне концентрации в отрасли.
- 3) Определите среднеотраслевой индекс Лернера, если известно, что ценообразование не согласованное, а при снижении цены на 4% общий объем продаж вырос на 12%.

22. Определить изменения в деловой активности и концентрацию предприятий на отраслевом рынке. Рассчитать доли рынка, индекс концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана по предприятиям отрасли. Сделать выводы.

Предприятия	Объемы выручки, млн. руб.		Доли рынка, %		
	Прошлый год	Отчётный год	Прошлый год	Отчётный год	Отклонение отчетного от прошлого
А	1500	1320			
Б	2000	1980			
В	2100	2170			
Г	2400	2600			

23. Определите коэффициент Бейна, если прибыль одной фирмы составляет 12000 ден.ед. в год, собственный капитал – 800000 ден.ед., прибыль другой фирмы составляет 15000 ден.ед., собственный капитал – 750000 ден.ед. Средняя рентабельность собственного капитала по отрасли составляет 1,8%.

У какой из фирм больше монопольная власть на данном рынке?

24. Авиакомпания имеет предельные издержки $MC = 214$ долл., а цена на ее продукцию составляет 320 долл. Каким будет индекс Лернера и наценка? Как можно использовать эти показатели для определения уровня монопольной власти?

25. Объем продаж фирмы 2,5 млн. у.е., индекс Лернера составляет 0,65, а предельные издержки 38 у.е.

а) Какую цену фирма назначит своим потребителям?

б) Какова будет торговая наценка?

в) Как вы думаете, есть у фирмы рыночная власть? Объясните.

26. Определите с помощью расчета коэффициента Тобина, какая из фирм имеет монопольную власть: рыночная стоимость активов первой фирмы равна 18 млн. руб., их восстановительная стоимость 19 млн. руб., рыночная стоимость активов второй фирмы равна 15 млн. руб., их восстановительная стоимость – 17 млн. руб.

Тема 4. Рыночные барьеры и динамика рынка

27. На основании приведенных данных определите норму входа фирм на рынок и норму выхода:

Наименование показателей	Годы			
	2011	2012	2013	2014
Общее количество фирм (на начало года)	104			
Количество вошедших фирм за год	15	16	1	4
Количество вышедших фирм за год	1	2	1	1

28. В течение года на рынке возникло 2 новых фирмы и прекратили свое существование 4 фирмы. Общее количество действующих фирм на конец года – 15, которые произвели продукцию на сумму 120 млн. руб., в том числе вновь

образовавшиеся фирмы – на сумму 12 млн. руб. Определите норму входа на рынок, норму проникновения новых фирм на рынок, норму выхода. Сделайте выводы.

29. Оцените барьеры входа на отраслевой рынок и сделать выводы.

Наименование показателей	Годы			
	2011	2012	2013	2014
Количество вошедших фирм за год	15	18	25	29
Общее количество фирм (на начало года)	120	127	130	132
Общее количество фирм, действующих на рынке в течение года				
Выручка от реализации продукции вошедших фирм, млн. руб.	3410	3542	4217	4920
Выручка от реализации продукции фирм, действующих на начало года, млн. руб.	42100	45240	51240	67200
Выручка от реализации продукции фирм, действующих на рынке в течение года, млн. руб.				
Норма входа, %				
Норма проникновения, %				

30. Две одинаковые фирмы решают, стоит ли входить на рынок. Затраты на вход, s , маленькие, но положительные. Продукт однородный с обратной кривой спроса $P = 1 - Q$, где Q – совокупное количество. Предельные издержки равны нулю.

1. Предположим, что фирмы будут проводить ценовую конкуренцию, если войдут на рынок. Рассчитайте равновесное число фирм, цену и прибыль для каждой фирмы.

2. Предположим, что фирмы конкурируют объемами продаж, если войдут на рынок. Рассчитайте равновесное число фирм, которое войдет на рынок, цену и прибыль для фирмы.

3. Как изменится равновесие в вопросе (2), если $s = 1/8$?

4. Дайте общие комментарии по тому, как равновесный уровень концентрации зависит от размера невозвратных издержек и жесткости конкуренции.

5. Должно ли государство регулировать данный рынок? В каком случае это целесообразно? В каком нецелесообразно?

31. В таблице ниже приводится оценка по методу Бейна нормы прибыли в цене для отраслей промышленности. Насколько велики барьеры входа в различных отраслях?

Отрасль	Норма прибыли в цене товара, %
1	72
2	51
3	30
4	14

Тема 5. Поведение предприятий в условиях монопольного рынка

32. Естественная монополия регулируется государством. При ценообразовании по типу «цена = предельные издержки» выпуск может составить 100 ед. При ценообразовании по Рамсею выпуск составит 70 ед.

Функция издержек монополии линейна. Спрос $Q = 100 - P$.

1. Определите функцию производственных издержек монополии.
2. Определите общественное благосостояние при разных методах регулирования.
3. Определите параметры нерегулируемой отрасли.
4. Сделайте вывод об оптимальном методе отраслевой политики.

33. Спрос на продукцию естественной монополии описывается функцией $Q = 100 - 2P$. Средние издержки производства остаются неизменными и равны 50. Если государство применит решение об установлении «справедливой» цены, как изменится выпуск монополии по сравнению с оптимальным для нее выпуском?

34. В условиях одного и того же типа рынка цена, назначаемая фирмами – совершенными конкурентами $P_k = 41$, повысилась бы в два раза при полной монополизации. Хотя средние издержки монополии составят 25 ед., конкурентный выпуск $Q_k = 48$ мог быть на 75% выше монопольного.

Функция спроса на товар линейна, а эффект масштаба постоянный для всех фирм.

1. Оцените суммарные потери общества с учетом эффективности монополии.
2. Как прогнозируемая эффективность производства может повлиять на решение антимонопольных органов о горизонтальном слиянии фирм?

35. Производственная функция естественного монополиста имеет вид:
 $Q = 100L + 50K$. Спрос в отрасли равен $P = 120 - 20Q$. Рыночная цена труда составляет $w = 9$, рыночная цена капитала $r = 14$. Государство устанавливает предельную норму рентабельности капитала в 11%.

Является ли такое регулирование эффективным? Найдите значения выпуска Q , цены товара P , размеров капитала K и труда L в условиях регулирования и без регулирования.

36. Товар X производит фирма-монополист, имеющая функцию издержек $TC(q) = 65 + 10q$. Спрос на продукцию фирмы описывается уравнением $Q_d = 98 - P$. Государство рассматривает три варианта политики по отношению к естественной монополии:

- А) не регулировать деятельность естественной монополии;
- Б) установить «социально справедливую цену». Известно, что государственное регулирование цены естественной монополии повысит переменные издержки производства товара на 25%;
- В) сформировать на основе одной фирмы пять самостоятельных

производителей. Известно, что каждый из пяти производителей будет обладать функцией издержек, аналогичной функции издержек первоначального варианта компании. Однако конкуренция между ними понизит цену на товар X от уровня средних издержек. Сравните результаты выбора того или иного варианта и определите оптимальную политику государства, ставящего целью максимизировать общественное благосостояние.

37. Спрос на продукцию естественной монополии, использующей ценообразование Рамсея, описывается функцией: $Q = 27 - 1,5P$. Кривая долгосрочных средних издержек имеет вид: $LAC = 3Q - 1,8$. Государство устанавливает цену на продукцию естественной монополии $P = 10$. Как отреагирует на это рынок? Возникнет избыток или дефицит товара?

38. Фирма-монополист функционирует на рынке, где спрос описывается функцией: $P = 120 - 2,7Q$. Общие издержки фирмы описываются функцией: $TC = 3Q^2 + 8Q + 21$. Государство вводит новый налог в размере 30 руб./ед. продукции. Определить объем выпуска, цену товара и прибыль фирмы до и после введения налога.

39. На рынке действует N легальных и M нелегальных производителей товара. У всех уровень предельных издержек одинаков: $MC = C$. Спрос на рынке имеет вид: $Q = A - BP$. Государство вводит акциз на продукцию в размере t. На рынке устанавливается свободная конкуренция и уровень цены у всех производителей одинаков. При эффективной борьбе с нелегальной продукцией все N легальных фирм объединяются в картель.

Определите, в каких условиях государству станет не выгодно бороться с нелегальными производителями ($N = M$, $N > M$, $N < M$).

Тема 6. Взаимодействие на олигополистическом рынке

40. Линейная функция цены имеет вид: $P(Q) = 200 - Q$. Q – это уровень производства. На рынке осуществляют деятельность две фирмы А и В, соответственно $Q = Q_A + Q_B$. У каждой фирмы постоянные средние издержки установились на уровне $C = 40$. Определите значение равновесного объема и равновесную цену на данном рынке.

41. В отрасли действуют две одинаковые фирмы, функция общих затрат которых: $TC(q_i) = 8q_i$. Отраслевой спрос задается функцией $P = 795 - 0,8Q$, где $Q = q_1 + q_2$. Определите результаты функционирования отраслевого рынка: равновесную цену, равновесный объем производства и отраслевую прибыль при разных моделях олигополистического взаимодействия – по Бертрону, по Курно.

42. Совершенно конкурентный рынок с равновесным объемом продукции 130 тыс. автомобилей в год захватили две фирмы. Каким будет объем выпуска каждой из них в случае получения ими нулевой экономической прибыли, при условии равенства средних и предельных издержек при любом объеме выпуска?

43. На рынке дуополии рыночный спрос задан функцией $Q = 600 - 2P$. Фирмы производят однородный продукт с постоянными средними издержками, равными 130 у.е. Мощности фирм ограничены.

1. Определите оптимальные ценовые стратегии фирм, если каждая фирма не может производить более 1000 единиц товара ($X = 100$) (1 балл).

2. Определите, при каких ограничениях на производственные мощности для данной задачи модель Эджворта является, по сути, моделью Бертрана.

44. Доминирующая фирма, оценив спрос на свою продукцию и оценив функцию предельной выручки $MR_L = 10 - q$, установила цену за единицу $P_L = 9$. Если функция предельных издержек доминирующей фирмы $MC = 1,1 + q$, а кривая предложения остальных фирм $S_f = 2 + 2q$, то каким будет рыночный спрос Q_D ?

45. В отрасли действует доминирующая фирма, предельные издержки которой равны 30, и мелкие фирмы, суммарное предложение которых $S_f = 1,5P$. Рыночный спрос описывается функцией $QD = 100 - 0,5P$. Определите остаточный спрос на продукцию доминирующей фирмы, рыночную цену, выпуск доминирующей фирмы и выпуск конкурентного окружения.

46. В отрасли с функцией спроса $P = 142 - Q$, с одинаковыми и неизменными для каждой фирмы $MC = AC = 8$ действуют две фирмы, производящие однородный продукт.

1. Сравните уровни выпуска и прибыли фирм и отрасли при взаимодействии по Курно, Бертрону, Штакельбергу.

2. Пусть издержки первой фирмы снизились до 3. Фирма какого типа получит наибольшую выгоду от снижения ее MC (при сохранении MC соперника равными 4): дуополист по Курно? Лидер по Штакельбергу? Дуополист по Бертрону?

47. Спрос на продукцию дуополии описывается формулой: $P = 100 - Q$. Функции издержек фирм имеют вид: $TC_1 = 12Q_1 + 60$; $TC_2 = 0,25Q_2 + 7$. Рассчитайте параметры равновесия, если первая фирма является лидером по Штакельбергу, а фирма-последователь реагирует на смещение объема выпуска в соответствии с линией реакции Курно.

48. Условия рыночного спроса выражены уравнением: $PD = 74 - 2Q$. Средние издержки для первой и второй фирмы равны 7. Фирмы действуют в условиях постоянной отдачи от масштаба. Предполагается, что фирма, принимая решение об изменении выпуска, считает, что производство фирмы конкурента сохранится на том же уровне. Предполагается, что фирмам удалось заключить картельный сговор. Определить равновесную цену и объем выпуска каждой из фирм.

1. Построить уравнение реакции для каждой из фирм;

2. Определить равновесную цену и объем выпуска каждой из фирм.

49. Две фирмы конкурируют по Штакельбергу. Отраслевой спрос задан функцией: $P = 182 - Q$. Предельные издержки для каждой фирмы равны 5. Найти отраслевой выпуск и рыночную цену.

50. На рынке действует дуополия. Первая фирма производит одну единицу продукции, затрачивая 32 единиц труда и 32 единицы капитала. Вторая фирма производит одну единицу продукции, затрачивая 32 единицы труда и 61 единицу капитала. Цена единицы труда равна w , цена единицы капитала r . Функция спроса на продукцию дуополии имеет вид: $P = 95 - Q$. Определить параметры равновесия Курно.

Тема 7. Продуктовая дифференциация

51. Рассмотрим модель линейного города. Предположим, что выбор местоположения осуществляется фирмами последовательно в виде игры, состоящих из трех стадий: выбор местоположения фирмой 1, затем выбор местоположения фирмой 2 (которая может наблюдать выбор фирмы 1), затем наступает период ценовой конкуренции. Найдите равновесие в данной игре.

52. Рассмотрите модель кругового города. Предположим, что функция транспортных издержек квадратична, а не линейна. Найдите равновесную цену, прибыли и число фирм при условии свободного входа на рынок.

53. В модели Хотеллинга, если все фирмы вынуждены назначать и ту же фиксированную цену, покажите, каким будет равновесное местоположение трех фирм. Объясните свой ответ. А что будет, если фирм четыре?

54. Покажите, используя модель Ланкастера, что произойдет, если рынок внедряется новый продукт. Каким образом доминирующая фирма может использовать идеи модели Ланкастера для вытеснения конкурентов с рынка?

Рассмотрите два случая: потребители у доминирующей фирмы и у фирмы аутсайдера одинаковы; потребители различны, причем доминирующая фирма, внедряя новый продукт, стремится сохранить своих старых потребителей.

55. Предельный доход действующей в условиях монополистической конкуренции фирмы описывается формулой $MR = 20 - 2q$, а ее предельные издержки в долгосрочном периоде (на возрастающем участке) – формулой $MC = 3Q - 10$. Минимальное значение долгосрочных средних издержек составляет 11.

Определите избыточные мощности фирмы.

56. Предположим, что на вытянутом по прямой пляже протяженностью 500 м, на расстоянии 70 м и 15 м от его левого и правого концов расположены 2 лотка А и Б. Покупатели располагаются равномерно – на расстоянии 1 м друг от друга, и каждый покупает единицу товара в течение заданного периода

времени. Издержки производства товара равны нулю, а издержки его «транспортировки» покупателем от лотка до своего места равны 0,2 руб. на 1 м пути. Определите цену, по которой будет продаваться единица товара с лотков А и Б, и объем продаж с каждого из них за заданный период времени.

57. Население круглого города в количестве 250 человек равномерно распределено по окружности протяженностью 3 км. Вдоль окружности равномерно размещены 8 магазинов. Транспортные издержки, связанные с поездкой в магазин, составляют 21 руб./км и учитываются в оба конца. Функция общих издержек каждого магазина имеет вид $TC = 110 + 9Q$, где Q – количество товаров, продаваемых ежедневно. Определите средние общие издержки, связанные с покупкой одного товара.

58. Иван Иванович единственный кузнец в небольшой деревушке, состоящей из 35 домов. Дома равномерно расположены на расстоянии 0,2 км вдоль главной улицы. Каждый дом пользуется услугами кузнеца минимум один раз в месяц. Чтобы добраться до кузнеца и обратно, требуются транспортные расходы в размере 0,50 у.е. на каждые 100 м. Резервная цена для каждого потребителя услуг кузнеца составляет 10 у.е. Издержки Иван Ивановича равны 2 у.е на единицу предоставляемых услуг. Кузнец может обслуживать только одну кузницу. Где должен Иван Иванович расположить свою кузницу и какую цену он назначит за свои услуги? Предположим теперь, что он может купить передвижную кузницу, которая позволила бы ему оказывать услуги непосредственно в домах жителей деревни. Транспортные расходы Иван Иванович в этом случае взял бы на себя 0,75 у.е. на каждые 100 м поездки. Следует ли ему переключиться на мобильный бизнес?

59. ООО «Блинофф» хочет продавать свои блины на пляже в Крыму, длина которого составляет 3,5 км. ООО «Блинофф» подсчитало, что в среднем 1000 загорающих равномерно распределяются в течение дня по пляжу. Причем каждый загорающий готов купить одну порцию блинов в день при условии, что ее цена не превышает 25 руб. Усилия загорающего, необходимые для покупки порции блинов – встать с лежака, дойти до ларька и вернуться обратно – оцениваются в 1 руб. на каждые 200 м пляжа. Издержки производства одной порции блинов равны 2 руб. Кроме того, 100 руб. в день необходимы для поддержания функционирования ларька, вне зависимости от количества и данных порций.

1. Какое число ларьков откроет ООО «Блинофф», какую цену за одну порцию блинов оно установит, и каково будет распределение прибыли между ларьками компании?

2. Предположим вместо этого, что каждый ларек снабжает блинами с вою строго ограниченную территорию, передвигаясь от загорающего до загорающего. Какое число ларьков следует открыть компании, при условии, что транспортные расходы одного ларька равны транспортным расходам отдыхающих? А если транспортные расходы ларька составляют только 50 коп.

на каждые 200 м пляжа?

60. Проанализируйте компьютерный рынок России. Какие стратегии используют российские фирмы? Иностраные фирмы? Обоснуйте ваш ответ.

Тема 8. Ценовая дискриминация

61. Спрос на услуги аттракционов описан функциями $Q_1 = 25 - P_1$ для взрослых и $Q_2 = 25 - 2P_2$ для детей, где Q – количество билетов в млн. штук. Предельные издержки на услуги аттракционов неизменны и равны 7. Определите цены билетов, если:

1. администрация парка установит единую цену на билеты;
2. администрация парка установит различные цены на билеты для взрослых и детей.

62. Определите величину выручки при реализации 250 изделий по простому и блочному тарифу и соблюдении следующих условий: до 100 изделий по цене 5 руб. до 200 изделий по цене 4 руб. до 300 изделий по цене 3 руб.

63. Спортивный клуб одновременно может оказывать услуги 300 посетителям. Руководство клуба обратило внимание на то, что в пиковые периоды имеют место факты понижения уровня предоставляемых услуг. Принимается решение о повышении вступительных взносов на 15% и текущих на 10%. Имеет ли здесь место:

- первая степень ценовой дискриминации или совершенная дискриминация;
- вторая степень ценовой дискриминации;
- эффект странных цифр;
- политика двойного тарифа;
- нет явления ценовой дискриминации.

Тема 9. Концентрация производства в отрасли

64. Дайте характеристику основных форм концентрации на рынке, заполнив таблицу:

	Горизонтальная интеграция	Вертикальная интеграция	Диверсификация
Сущность			
Особенности			

65. Спрос на готовый продукт компании равен $P(D) = 800 - Q(D)$. Совокупные издержки по сбыту товара равны $TC(D) = 200 + 10 Q(D)$. Совокупные издержки на производство товара составляют: $TCp = 10 + 20Qp + (Qp)^2$. Фирма продает свой товар на конкурентном рынке по цене 45 у.е. за единицу.

1. Определите, какое количество товара будет производить фирма, если весь сбыт осуществляется через собственного дистрибьютора? Какую трансфертную цену она назначит?

2. Как изменятся выпуск и цена, если дистрибьютор будет только внешним?

66. Известны рыночные доли трех фирм на рынке: 42,1%, 30,8% и 13,7%.

1. Оцените степень концентрации рынка, подсчитав индекс концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана.

2. Определите, подлежит ли слияние первой и третьей компаний одобрению антимонопольных органов США. Для определения правомерности слияния используйте следующий критерий (слияние разрешается, если при высокой концентрации в отрасли изменение ИНН после слияния составляет не более 0,005).

67. Определите эффект от слияния компаний через три года, если известны следующие данные по годам:

Показатели	Годы		
	2012	2013	2014
Расчетная дополнительная прибыль от расширения масштабов деятельности	900	1200	2870
Расчетная дополнительная прибыль от снижения риска за счет диверсификации деятельности холдинга	90	90	90
Экономия текущих издержек	70	70	70
Дополнительные инвестиции на реконструкцию и расширение холдинга	800	500	100
Прирост налоговых платежей	40	40	40
Инвестиции в начальный момент поглощения	1100		

68. Определите рыночную стоимость поглощаемой компании, если было выпущено 100 000 шт. акций, рыночная цена одной акции равна 1500 руб., а прибыль на одну акцию составляет 80 рублей?

69. Большинство торговых точек, продающих гамбургеры McDonald's, принадлежат частным предпринимателям, которые платят компании McDonald's за право использовать ее торговую марку и рецепты. При этом несложно найти рецепты ничуть не хуже тех, которые использует McDonald's, по более низкой цене. Почему при наличии более дешевых продуктов схожего качества покупатели франшизы готовы вносить такую высокую плату корпорации франчайзеру? Кто будет готов заплатить больше за право использовать торговую марку McDonald's: владелец торговой точки в центре Москвы или аналогичной точки в небольшом городке? Почему McDonald's требует, чтобы франчайзи покупали булки для гамбургеров, мясо, салфетки и т.д. у них, а не у местных поставщиков, возможно, предлагающих все это по более низким ценам? Есть ли для этого стимулы помимо стремления устранить двойную монопольную надбавку?

Тема 10. Асимметрия информации и ее влияние на рынки

70. Рассмотреть информационную асимметрию и ее последствия на примере различных отраслевых рынков России, определить особенности ее регулирования.

4 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Осипов А. В.. Теория отраслевых рынков. Часть 1 [Электронный учебник]: Учебное пособие / А. В. Осипов. – 2013. – 84 с. – Режим доступа: <http://rucont.ru/efd/225168>
2. Осипов, А. В. Теория отраслевых рынков. Часть 2 [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Осипов. – Казань: ООО «Алекспресс», 2014. – 85 с. – Режим доступа: <http://lib.rucont.ru/efd/248955/info>.
3. Самсонова. Экономика отраслевых рынков: практикум / Самсонова М.В. – Оренбург: ОГУ, 2015. – 135 с. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/304056>

б) дополнительная литература:

1. Беляева С.В. Экономика отрасли и отраслевых рынков [Электронный ресурс]: учеб. пособие для вузов / С.В. Беляева, О.Н. Осипова. – Иваново: 2009. – 1 эл. опт. диск
2. Савицкая Е.В.. Экономический анализ современных рынков: учеб. пособие для вузов : рек. УМО / Е.В. Савицкая, Е.В. Лебединская. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 209 с.
3. Теория отраслевых рынков: учеб. пособие для вузов: допущено УМО / Е. Б. Колбачев [и др.]; под ред. Е.Б. Колбачева, И.С. Штаповой. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 269 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.elibrary.ru/>
3. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.nns.ru/>
4. Гарант – информационно-правовой портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.garant.ru.
5. Официальный Интернет-портал правовой информации: Государственная система правовой информации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pravo.gov.ru.
6. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru.
7. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.minfin.ru.

8. Официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ach.gov.ru.
9. Официальный сайт Федерального казначейства России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.roskazna.ru.
10. Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nalog.ru.
11. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cbr.ru.
12. Российская газета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rg.ru.

ПРИЛОЖЕНИЕ

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени А.А. ЕЖЕВСКОГО

Институт экономики, управления и прикладной информатики
Кафедра экономики АПК

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА / РЕФЕРАТ
по дисциплине «Теория отраслевых рынков»
на тему: ...

Выполнил: студент 4 курса
ИЭУПИ
напр. 38.03.01 1 группы
Иванов А.А

Проверил: к.э.н., доцент
кафедры экономики С.В. Труфанова

Молодежный, 2022