Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева

**ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

*Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе*

*для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика всех форм обучения*

Красноярск 2020

СОДЕРЖАНИЕ

[1.Введение в теорию отраслевых рынков 3](#_Toc41612)

[2.Место отрасли в народном хозяйстве 6](#_Toc41613)

[3.Структура отраслевого рынка: показатели концентрации и рыночной власти 10](#_Toc41614)

[4.Анализ барьеров входа в отраслевой рынок и выхода из него 13](#_Toc41615)

[5.Олигополистические модели поведения фирм в отрасли 17](#_Toc41616)

[6.Ценовые стратегии фирмы 20](#_Toc41617)

[7.Неценовые стратегии фирмы: дифференциация продукции и реклама 23](#_Toc41618)

[8. Неценовые стратегии фирмы: интеграция и диверсификация 26](#_Toc41619)

[9. Государственная политика регулирования отраслей 30](#_Toc41620)

[10.Политика поддержки конкуренции в России 34](#_Toc41621)

# 1.Введение в теорию отраслевых рынков

**План практического занятия** 1. Традиционная модель рассмотрения «Теории отраслевых рынков»: базовые условия, структура рынка, поведение фирм, результативность деятельности.

1. Типы границ рынка.
2. Соотношение понятий отрасли и рынка.
3. Понятие конкуренции. Классификация рынков по уровню конкуренции.
4. Основные проблемы теории отраслевых рынков.

## Вопросы для обсуждения

1. Назовите предмет изучения теории отраслевых рынков. В чем различие между теорией отраслевых рынков и микроэкономической теорией?
2. Какие подходы к анализу организации отраслевых рынков вы знаете?
3. Какую роль сыграла парадигма «структура–поведение–результативность» в исследовании отраслевых рынков? Дайте подробную характеристику схемы парадигмы.
4. Приведите примеры, показывающие существование прямых и обратных связей в рамках парадигмы.
5. Назовите и охарактеризуйте основные направления государственной политики в области рыночного регулирования.
6. В чем заключается суть дебатов по вопросу о роли государственной политики в регулировании рыночных отношений?
7. Какие научные направления в последние десятилетия получили существенное развитие в экономике отраслевых рынков?
8. Что означает понятие эффективной результативности?
9. Достижение каких целей предполагает результативность?
10. Как вы понимаете тезис: «Распределение дохода должно быть справедливым»?
11. С помощью каких относительных показателей можно измерить эффективную результативность отрасли?
12. Покажите место экономики отраслевых рынков в сфере выработки стратегического поведения фирм, регулировании отраслевого поведения фирм, определения промышленной и отраслевой политики государства.

## Задания для самостоятельной работы

1. Если Вы являетесь президентом компании, какой теоретический подход к анализу фирмы Вы бы предпочли? Почему? А если бы Вы были единственным собственником этой компании? Ее работником?
2. Вас попросили определить величины трансакционных издержек и издержек по контролю для нефтяной компании. Какие вопросы Вы зададите (и кому?), чтобы получить информацию, необходимую для принятия решения? Каким, по Вашим прогнозам, могут (или должны) оказаться значения этих величин? Что бы Вы предложили, чтобы снизить эти издержки?
3. Фирма управляется работниками, максимизирующими чистую выручку на одного занятого. Производственная функция фирмы в краткосрочном периоде описывается уравнением Q(L) = 40L - L², где L – число работников фирмы (объем используемого труда). Постоянные затраты фирмы составляют 10. Постройте функцию предложения фирмы при условии, что она действует на рынке совершенной конкуренции.
4. Известно, что 85% сахарной свёклы, выращиваемой в области X, используется местными заводами – производителями сахара. В то же время 90% производимого этими заводами сахара-песка поставляется в другие области и только 10% потребляется местными производителями (кондитерскими фабриками) и местным населением. О каких географических рынках можно в данной ситуации говорить?

## Тесты

1. Наиболее полное определение предмета изучения теории отраслевых рынков:

а) 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.

б) Теория отраслевых рынков исследует место и роль фирмы в экономике

в) Теория отраслевых рынков изучает закономерности формирования рыночной структуры

1. Что является областью исследования дисциплины «Теория отраслевых рынков»?

а) Областью исследования дисциплины «Теория отраслевых рынков» являются: организация отдельных рынков и отраслей

б) Областью исследования дисциплины «Теория отраслевых рынков» являются: организация отдельных рынков и отраслей, деятельность фирм в отрасли, влияние их решений на отраслевую организацию, закономерности формирования различных рыночных структур, принципы поведения фирм на различных рынках, результаты их поведения для всей экономики, варианты отраслевой политики государства.

в) Областью исследования дисциплины «Теория отраслевых рынков» являются экономической анализ рыночных структур.

1. Каковы основные современные подходы к изучению организации отраслевых рынков?

а) Основные подходы к анализу организации отраслевых рынков сформированы Гарвардской школой.

б) В начале ХХ в. сформировались основные подходы к анализу организации отраслевых рынков: Гарвардская школа и Чикагская школа (анализ с точки зрения теории цен).

в) Основные подходы к анализу организации отраслевых рынков сформированы Чикагской школой.

1. Какие основные элементы выделены в Гарвардской парадигме?

а) В центре гарвардской парадигме выделяются следующие основные элементы: структура рынка, поведение фирмы, результативность рынка, государство.

б) В центре гарвардской парадигме выделяются следующие основные элементы: структура рынка, государство.

в) В центре гарвардской парадигме выделяются следующие основные элементы: структура рынка, поведение фирмы.

1. Теоретические основы Чикагского подхода:

а) Гарвардская парадигма была подвергнута критике со стороны Чикагской школы, представители которой характеризуют отраслевой рынок с позиций микроэкономики - микроэкономический подход.

б) Развитие Чикагского подхода связано с достижениями в области теории ценообразования, с одной стороны, и с доступностью статистической информации на более детальном микроэкономическом уровне – с другой.

в) Чикагский подход основывается на том, что отраслевой рынок рассматривается с позиций микроэкономики

1. Наиболее точное определение рынка:

а) Рынок – это совокупность экономических отношений по поводу купли-

продажи товаров по ценам, устанавливающимся на основании взаимодействия спроса и предложения в результате конкуренции.

б) Рынок – это взаимодействия спроса и предложения в результате

конкуренции.

в) Рынок – это совокупность экономических отношений по поводу купли-

продажи товаров

1. Наиболее полное определение отрасли:

а) Отраслью является совокупность ресурсов и технологии.

б) Отраслью является совокупность предприятий, производящих близкие продукты, используя близкие ресурсы и близкие технологии.

в) Отраслью является совокупность предприятий использующих близкие ресурсы и технологии.

1. В чем различие между рынком и отраслью?

а) Различия между рынком и отраслью основаны на том, что рынок объединен удовлетворяемой потребностью, а отрасль – характером используемых технологий.

б) Различий между рынком и отраслью нет.

в) Различия между рынком и отраслью в используемых технологиях.

1. Возможно ли отождествление отрасли и рынка?

а) Отождествление отрасли и рынка неприемлемо, так как товары, реализуемые предприятиями отрасли, могут быть более или менее близкими заменителями, но могут быть и совершенно независимыми товарами. б) Отождествление отрасли и рынка возможно.

в) Отождествление отрасли и рынка возможно, так как товары, реализуемые предприятиями отрасли это товары-заменители.

1. Какие типы границ отраслевого рынка выделяют?

а) Выделяют несколько типов границ отраслевого рынка: продуктовые

границы; временные границы; локальные границы.

б) Выделяют несколько типов границ отраслевого рынка: продуктовые

границы; временные границы.

в) Выделяют несколько типов границ отраслевого рынка: продуктовые

границы; локальные границы.

1. Какие критерии выделения отраслевого рынка выделяют в странах Европейского союза?

а) В странах Европейского союза есть следующие критерии выделения отраслевого рынка: показатель изменения выручки при изменении цены, корреляция цен товаров во времени, географическая ограниченность рынка.

б) В странах Европейского союза есть следующие критерии выделения отраслевого рынка: корреляция цен товаров во времени, географическая ограниченность рынка.

в) В странах Европейского союза есть следующие критерии выделения отраслевого рынка: показатель изменения выручки при изменении цены, географическая ограниченность рынка.

# 2.Место отрасли в народном хозяйстве

**План практического занятия**

1. Общее, частное и единичное разделение труда.
2. Отраслевая дифференциация и ее экономическое значение. Признаки и показатели развития отраслей.
3. Классификация отраслей, ее значение и назначение. Отраслевые классификаторы.
4. Масштабы и темпы развития отраслей.
5. Отраслевая структура народного хозяйства и определяющие ее факторы.
6. Структурная перестройка экономики России. Современное состояние и особенности процессов изменения отраслевой структуры.
7. Производственные взаимосвязи отраслей. Методы изучения межотраслевых связей и пропорций. Применение межотраслевого баланса.

## Вопросы для обсуждения

1. Дайте определение отрасли.
2. Опишите классификацию отраслей по видовому признаку.
3. Опишите классификацию отраслей по ОКОНХ.
4. Дайте характеристику отраслей промышленности и сельского хояйства.
5. Охарактеризуйте структуру ОКВЭД.
6. Дайте определение понятия межотраслевого баланса.
7. Назовите факторы, определяющие отраслевую структуру народного хозяйства страны.
8. Какие показатели отражают отраслевую структуру?
9. Назовите методы управления отраслевой структурой.
10. В чем заключается сущность коэффициентов прямых затрат в межотраслевых балансах?
11. Опишите математическую модель межотраслевого баланса. 12. Какие задачи позволяют решать межотраслевые балансы?

## Задания для самостоятельной работы

1. По данным Федеральной службы государственной статистики проанализируйте производство ВВП и валовой добавленной стоимости по видам экономической деятельности за период 2015-2018 годы. Определите факторы, повлиявшие на изменение структуры ВВП.
2. По данным Федеральной службы государственной статистики проанализируйте изменения, произошедшие в структуре обрабатывающих производств за последние пять лет. Какие последствия для национальной экономики могут вызвать эти изменения?

## Тесты

1. Общее разделение труда - это:

а) разделение труда между промышленностью, сельским хозяйством, строительством, транспортом и связью

б) разделение труда в отдельных отраслях и подотраслях национальной экономики

в) разделение труда внутри отдельного предприятия

г) разделение труда между странами

1. Уровень специализации экономического агента выражается:

а) объемом выпускаемой продукции

б) степенью общности видов деятельности

в) величиной доли рынка

г) ничем из выше перечисленного

1. Частное разделение труда в промышленности выражается:

а) в дифференциации ее на отрасли и подотрасли

б) в повышении концентрации капитала

в) в увеличении числа предприятий, находящихся в частной собственности

г) в дифференциации размеров предприятия

1. Структура машиностроения формируется под воздействием следующих факторов:

а) научно-технический прогресс

б) темпы развития отраслей национальной экономики

в) рост материального благосостояния и культурного уровня населения

г) все ответы верны

1. Глубина процесса отраслевой дифференциации может быть охарактеризована следующими показателями:

а) количеством отраслевых подразделений каждого уровня, учитываемых классификациями отраслей национальной экономики б) долей того или иного отраслевого подразделения

в) количеством отраслевых подразделений низшего уровня, входящих в отраслевые подразделения более высокого уровня

г) все ответы верны

1. Трубопрокатный завод объединяется с предприятием, производящим сталь. Это пример:

а) вертикальной интеграции

б) горизонтальной интеграции

в) конгломеративного слияния

г) все ответы неверны

1. Корпоративный сектор экономики России представляет собой:

а) систему акционерных обществ

б) объединение товариществ

в) союз предпринимателей

г) объединение производственных кооперативов

1. Конкуренция в Российской экономике в основном характеризуется: а) олигополией

б) чистой монополией

в) монополистической конкуренцией

г) все ответы неверны

1. Оптимальный уровень специализации экономического агента в условиях нестабильности внешней среды связан с достижением:

а) сбалансированности внутренней и внешней гибкости профиля экономического агента

б) высокого уровня продуктивности использования ресурсов фирмы

в) широкого ассортимента выпускаемой продукции

г) все ответы неверны

1. К формам концентрации промышленности в целом относятся:

а) концентрация производства технологически и конструктивно однородной продукции на специализированных предприятиях б) технологическая концентрация

в) концентрация взаимосвязанных разнородных производств одной или разных отраслей промышленности в рамках одного предприятия-комбината г) верны ответы а и в

1. Уровень концентрации характеризуется показателями:

а) средним размером предприятия, определяемым объемом его годового выпуска продукции

б) долей продукции крупных предприятий в общем выпуске продукции промышленности (отрасли)

в) среднегодовой стоимостью основных производственных фондов в расчете на одно предприятие

г) верны все ответы

1. . Формами специализации являются:

а) предметная

б) технологическая

в) подетальная

г) верны все ответы

1. Уровень кооперирования характеризуют:

а) доля стоимости полуфабрикатов, деталей, узлов, услуг, получаемых со стороны в порядке кооперирования, в общем объеме выпускаемой продукции

б) доля стоимости полуфабрикатов, деталей, узлов, услуг отправляемых на сторону в порядке кооперирования, в общем объеме выпускаемой продукции

в) количество предприятий, с которыми кооперируются головное предприятие г) верны все ответы

1. Главной и ведущей отраслью материального производства является:

а) промышленность

б) сельское хозяйство

в) торговля

г) все ответы неверны

1. Производственный потенциал России представлен в основном:

а) топливно-энергетическим комплексом

б) оборонно-промышленным комплексом

в) агропромышленным комплексом

г) верны ответы а и б

1. С 1 января 2003 г. разработка официальной статистической информации осуществляется на основе: а) ОКВЭД

б) ОКОНХ

в) ОКДП

г) все ответы неверны

1. Инвестиционное машиностроение – это группа предприятий отрасли, развитие которой прежде всего определяется:

а) инвестиционной активностью ТЭКа, строительного и транспортного комплексов

б) платежеспособностью сельхозпроизводителей

в) потребностью всех иных отраслей промышленности, в том числе и самого машиностроения

г) все ответы неверны.

# 3.Структура отраслевого рынка: показатели концентрации и рыночной власти

**План практического занятия**

1. Понятие концентрации. Абсолютная и относительная концентрация. Размер производств, размер предприятия и факторы, его определяющие.
2. Причины концентрации. Показатели концентрации. Статистические методы измерения уровня концентрации.
3. Рыночная власть. Измерение рыночной власти. Источники и причины рыночной власти. Эмпирические исследования рыночной власти и ее эффектов.
4. Факторы, определяющие структуру рынка. Экономические признаки продукции. Структура издержек предприятия. Эффект масштаба. Обеспеченность информацией. Воздействие политики правительства.

## Вопросы для обсуждения

1. Дайте определение концентрации продавцов на отраслевом рынке.
2. Назовите показатели, используемые для измерения концентрации продавцов на рынке.
3. Какие типы рынка выделяют в зависимости от значений индекса Херфиндаля-Хиршмана и коэффициента концентрации?
4. В чем особенность расчета индекса Джини?
5. В чем проявляется связь индекса энтропии и уровня концентрации отраслевых рынков?
6. Назовите показатели, определяющие уровень рыночной власти фирм.
7. Раскройте экономическое содержание коэффициента Бейна.
8. В чем заключаются возможности использования индекса Лернера в определении степени интенсивности конкуренции на отраслевых рынках?
9. В чем заключается смысл коэффициента Тобина?
10. Какие коэффициенты используются при оценке монопольной власти? В чем преимущества коэффициента Папандреу?

## Задания для самостоятельной работы

1. В таблице приведены данные о мощности энергетических компаний. Рассчитайте показатели концентрации на рынке, считая, что мощность компаний используется на 80%. Как изменится концентрация, если использование производственной мощности крупными производителями повысится, а мелких понизится?

|  |  |
| --- | --- |
| Энергетическая компания  | Мощность, млн. КВт.  |
| Компания 1 Компания 2 Компания 3 Компания 4 Компания 5 Компания 6 Компания 7  | 57,439 12,914 1,136 8,113 1,827 0,16 0,59  |

1. На рынке действуют четыре фирмы, каждая из которых контролирует 25% рыночных продаж в условиях взаимодействия по Курно. Пакеты акций всех фирм можно продать втрое дороже номинала. Акционерный капитал каждой фирмы составляет по номиналу 100 млн. долл., сумма прибыли – 23%. Нормальная прибыль для отрасли составляет 8% на акционерный капитал. Известно, что эластичность рыночного спроса составляет (-2). Определите возможные показатели монопольной власти. Интерпретируйте полученные результаты.
2. Данные о производстве продукции автомобильной промышленности в

России для за два года представлены в таблице.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Автозавод  | 1 полугодие предыдущего периода, шт.  | 1 полугодие текущего периода, шт.  |
| ГАЗ  | 59805  | 61086  |
| КАМАЗ  | 8943  | 6196  |
| АвтоВАЗ  | 351824  | 337146  |
| ЗИЛ  | 4156  | 22026  |
| УАЗ  | 23889  | 18319  |
| СеАЗ  | 3805  | 4990  |
| РоАЗ  | 3264  | 3124  |
| Ижмаш  | 3483  | 1187  |

Рассчитайте все возможные показатели концентрации для двух периодов и проанализируйте полученные результаты.

## Тесты

1. Какие существуют параметры для оценки уровня рыночной концентрации?

а) существуют два основных параметра для оценки уровня рыночной концентрации: численность продавцов на рынке (производителей в отрасли) и распределение рыночных долей фирм, реализующих товар на данном рынке.

б) существуют следующие основные параметры для оценки уровня рыночной концентрации: численность продавцов на рынке, распределение рыночных долей фирм.

в) основным параметром для оценки уровня рыночной концентрации является численность продавцов на рынке.

1. Как определяется коэффициент рыночной концентрации?

а) коэффициент рыночной концентрации измеряется как сумма рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке.

б) коэффициент рыночной концентрации измеряется как разность рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке

в) коэффициент рыночной концентрации измеряется как произведение рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке

1. Концентрация продавцов на рынке отражает:

а) изменение выручки при изменении цены;

б) долю объёма товара X к общему объёму реализации предприятий, отнесённых к отрасли X.

в) относительную величину и количество фирм, действующих в отрасли.

4.Сумму рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке, отражает:

а) индекс Херфиндаля-Хиршмана;

б) индекс концентрации;

в) индекс Лернера.

5.Кривая концентрации строится путём нанесения на график:

а) нарастающих рыночных долей самых крупных фирм на рынке;

б) нарастающих рыночных долей самых мелких фирм на рынке;

в) нарастающих объёмов реализации самых крупных фирм на рынке.

6.Сумма квадратов рыночных долей всех фирм, действующих на рынке, отражает:

а) индекс Херфиндаля-Хиршмана;

б) индекс энтропии;

в) Индекс Лернера;

г) индекс Холла-Тайдмана.

7.Факторами объективного и субъективного характера, из-за которых новым фирмам трудно функционировать в выбранных отраслях, являются: а) концентрация продавцов на рынке;

б) положительный эффект масштаба;

в) барьеры входа на рынок.

8.Фирма, которая является лидером на отраслевом рынке, имеет возможность оказывать влияние на рыночную цену продукции, которую выпускает, и на функционирование на этом рынке конкурентных фирм-аутсайдеров – это: а) диверсифицированная фирма;

б) доминирующая фирма;

в) вертикально-интегрированная фирма.

9.Понятие рыночной или монопольной власти базируется на сравнении анализируемых рынков с рынком: а) совершенной конкуренции;

б) монополистической конкуренции;

в) монополии.

10.Коэффициент монопольной власти, которвй показывает в процентном отношении изменение объёма продаж данной фирмы при изменении цены конкурента на аналогичную продукцию на 1%, - это:

а) коэффициент Бэйна (норма экономической прибыли);

б) коэффициент Тобина;

в) коэффициент Папандреу.

# 4.Анализ барьеров входа в отраслевой рынок и выхода из него

**План практического занятия**

1. Определение рыночных барьеров.
2. Классификация рыночных барьеров.
3. Статистика входа-выхода фирм на рынок.

4.

## Вопросы для обсуждения

1. Дайте определение понятия «барьеры входа».
2. Какие факторы могут быть рассмотрены как барьеры входа?
3. Дайте определение понятия «барьеры выхода».
4. Почему барьеры выхода имеют значение для фирм?
5. Какую классификацию отраслей в зависимости от высоты барьеров входа предложил Джо Бейн?
6. Какие две группы барьеров входа выделяют?
7. Какие барьеры входа называют нестратегическими барьерами?
8. Какие виды нестратегических или объективных барьеров можно выделить?
9. Охарактеризуйте емкость рынка как барьер входа на отраслевой рынок. 10. Почему величина капитальных затрат является барьером входа на товарный рынок?
10. В чем состоит сущность барьеров входа, основанных на абсолютном преимуществе в уровне затрат?
11. Охарактеризуйте барьеры, основанные на относительном преимуществе в издержках.

## Задания для самостоятельной работы

1.В таблице приводится оценка нормы прибыли в цене по методу Бейна для отраслей промышленности Великобритании в 1991 г. Насколько велики барьеры входа в различные отрасли Великобритании?

|  |  |
| --- | --- |
| Отрасль промышленности  | Норма прибыли в цене товара, %  |
| Производство цемента  | 73  |
| Розлив вина  | 38  |
| Фармацевтические товары  | 33  |
| Издательское дело  | 30  |
| Мясоперерабатывающая промышленность  | 16  |
| В среднем по обрабатывающей промышленности  | 14  |

2.В таблице приводятся данные относительно совокупных издержек двух фирм отрасли.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   | Постоянные издержки  | Средние переменные издержки  |
| Первая фирма  | 0  | 35  |
| Вторая фирма  | 10  | 25  |

Функция спроса от цены – линейная, резервная цена составляет 100 руб. Одна из фирм является лидером на рынке, а другая пытается войти в отрасль. Для защиты старая фирма использует лимитирующее ценообразование. Какой может быть величина цены, ограничивающей вход? Если предположить, что старая фирма не смогла предотвратить входа, какой будет цена товара и совокупный объём его предложения?

## Тесты

1. Определение «барьеры входа» на отраслевых рынках.

а) Под барьерами входа понимают: факторы объективного характера, которые не препятствуют новым фирмам организовывать прибыльное производство в отрасли.

б) под барьерами входа понимают: факторы объективного или субъективного характера, которые препятствуют новым фирмам организовывать прибыльное производство в отрасли.

в) под барьерами входа понимают факторы, которые препятствуют

организовывать производство в отрасли.

1. Основные виды «барьеров входа» на отраслевые рынки.

а) барьеры входа подразделяются на два вида, связанные с ценовыми и

неценовыми стратегиями поведения фирм.

б) Барьеры входа подразделяются на связанные с ценовыми и неценовыми

критериями развития фирм.

в) барьеры входа подразделяются в соответствии со стратегиями поведения

фирм.

1. Сущность лимитирующего ценообразования

а) лимитирующее ценообразование формируют фирмы, уже действующие в

отрасли, знающие совокупный спрос и предложение, они могут назначить такую цену, чтобы предотвратить нежелательное появление на рынке новых конкурентов.

б) лимитирующее ценообразование – это цены сформированные новыми

фирмами-производителями на отраслевом рынке.

в) лимитирующее ценообразование формируют фирмы в соответствии с

совокупным спросом.

1. Определение нестратегических барьеров входа на отраслевые рынки.

а) нестратегическими называют барьеры, создаваемые деятельностью фирм на отраслевом рынке.

б) нестратегическими называют барьеры, по большей части зависимые от

деятельности фирмы или поддающиеся ее воздействию.

в) нестратегическими называют барьеры, создаваемые фундаментальными условиями отрасли, факторами объективного характера и по большей части независимые от деятельности фирмы или слабо поддающиеся ее воздействию.

1. Что такое емкость отраслевого рынка?

а) емкость рынка – это совокупный платежеспособный спрос покупателей; возможный годовой объем продаж определенного вида товара при сложившемся среднем уровне цен.

б) емкость рынка зависит от степени освоения данного рынка, эластичности спроса, от изменения экономической конъюнктуры, уровня цен, качества товара и затрат на рекламу.

в) емкость рынка характеризуется размерами спроса населения и величиной

товарного предложения.

1. Какие различают уровни емкости отраслевого рынка?

а) различают два уровня емкости рынка: потенциальный и реальный.

б) различают три уровня емкости рынка: потенциальный, базовый и

реальный

в) различают один уровень емкости рынка: потенциальный.

1. Какие различают административные «барьеры входа» на отраслевые рынки?

а) административные барьеры создаются органами государственной власти на всех уровнях. К ним относятся: лицензирование отдельных видов деятельности, квотирование, усложненный порядок регистрации, наличие неформальных отношений между органами власти и предприятиями, экологические нормы и т.п.

б) административные барьеры создаются фирмами на всех уровнях.

в) административные барьеры создаются домохозяйствами.

1. Какие различают типы отраслевых рынков по высоте и эффективности барьеров входа?

а) выделяют четыре типа отраслевых рынков по высоте и эффективности барьеров входа: рынки со свободным входом; рынки с неэффективными барьерами входа; рынки с эффективными барьерами входа; рынки с блокированным входом.

б) выделяют два типа отраслевых рынков по высоте и эффективности

барьеров входа: рынки со свободным входом; рынки с блокированным входом.

в) выделяют три типа отраслевых рынков по высоте и эффективности барьеров входа: рынки со свободным входом; рынки с эффективными барьерами входа; рынки с блокированным входом.

1. Сущность «барьеров выхода» на отраслевые рынки.

а) барьеры выхода – факторы объективного или субъективного характера,

которые препятствуют фирме без существенных потерь выйти из отрасли.

б) барьеры выхода – это разного рода необратимые издержки, которые

невозможно возместить.

в) барьеры выхода – факторы, которые способствуют фирме без существенных потерь выйти из отрасли.

# 5.Олигополистические модели поведения фирм в отрасли

**План практического занятия**

1. Олигополия как рыночная структура
2. Олигополистические модели некооперативного поведения
3. Олигополистические модели кооперативного поведения. Картели.

## Вопросы для обсуждения

1. Чем отличается структура олигополистического рынка от структуры рынка с монополистической конкуренцией?
2. Какие характерные черты отличают олигополию?
3. Что представляет собой дуополия?
4. Что вы понимаете под стратегическим поведением фирмы на рынке?
5. Всегда ли дуополия ведет к соглашению между фирмами? В каких случаях такое соглашение будет устойчивым и длительным? Когда соглашение эффективно?
6. Почему часто, несмотря на условия, которые на первый взгляд благоприятны для кооперативного и согласованного поведения, олигополистические фирмы тяготеют к войне цен? В чем смысл ценовой войны? Какие последствия она несет для потребителей и продавцов?
7. Какова роль кооперативного и некооперативного поведения на рынке?
8. В каких случаях сотрудничество фирм на рынке выгоднее, чем их конкуренция? С точки зрения фирм? С точки зрения общества в целом? С точки зрения потребителя?
9. Какие методы ценообразования применяют олигополисты?
10. В чем состоит особенность теоретического подхода к проблеме олигопольного ценообразования в модели Курно?
11. В чем состоит вклад теории игр в теорию олигопольного ценообразования?
12. Когда картели являются стабильными или нестабильными? Почему?
13. Какие социальные издержки картелизации отрасли встречаются на рынке?
14. Что лежит в основе принятия решений относительно цен и объемов выпуска олигополистами?
15. В чем заключаются проблемы оценки поведения конкурентов на рынке?
16. К каким последствиям на рынке приводит асимметрия информации?
17. В чем особенности стратегического взаимодействия фирм по принципу «лидер - последователь»? Всегда ли на рынке существует признанный лидер? При каких условиях может быть начата борьба за лидерство, и чем она может закончиться?
18. Условия возникновения ценовой войны.
19. В чем заключается парадокс Бертрана? Что лежит в его основе и существую ли пути его решения?
20. Что влияет на устойчивость картеля? Почему стратегия одностороннего увеличения производства выгодна любой фирме картеля?
21. Как изменяются параметры рыночного равновесия при увеличении числа фирм на рынке?
22. Каковы причины доминирования фирмы на рынке?
23. Перечислите предпосылки и характеристики, присущие ценовым и количественным моделям.
24. Выигрывает ли общество от формирования олигопольных рынков?

## Задания для самостоятельной работы

1. В городе М рынок кофе представляет собой дуополию. Оптовая цена 100 граммовой баночки кофе (разных марок) в среднем составляет 2 руб. у фирмы А и 1,5 руб. у фирмы Б. Качество кофе, продаваемого разными фирмами, является приблизительно одинаковым. Каким образом фирма Б может использовать в стратегических целях информацию о сбоях в поставках кофе и отсутствии запасов у фирмы А? Предположим, что фирме Б удалось вытеснить с рынка фирму А. В каком случае фирма Б вынуждена будет все-таки проводить такую же политику ценовой дискриминации, как если бы фирма А все еще присутствовала на рынке?
2. В отрасли 5 производителей, на долю которых приходится 60 % рынка данной продукции, заключают соглашение о контроле над ценами. В настоящее время ценовая эластичность рыночного спроса равна (-0,6), а ценовая эластичность конкурентных поставок некартелированных производителей составляет 0,75. Определите величину монопольной прибыли участников картеля и величину прибыли производителей в условиях свободной конкуренции. Какова норма прибыли картеля по сравнению с прочими производителями?

## Тесты

1. Что такое олигополия?

а) Олигополия — тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, в

которой доминирует крайне малое количество фирм.

б) Олигополия — тип рыночной структуры, в которой не доминируют какие-

либо фирмы.

в) Олигополия — тип рыночной структуры совершенной конкуренции.

1. Приведите пример олигополий

а) Примерами олигополий можно назвать производителей пассажирских

самолетов, таких как «Боинг» или «Эйрбас» и др.

б) Примерами олигополий можно назвать производителей пассажирских самолетов, таких как «Боинг» или «Эйрбас», производителей автомобилей, таких как «Мерседес», «БМВ» и др.

в) Примерами олигополий можно назвать производителей автомобилей,

таких как «Мерседес», «БМВ» и др.

1. Какие основные свойства олигополии?

а) Основные свойства олигополии следующие: доминирование на рынке небольшого количества продавцов-олигополистов; очень высокие барьеры для вступления в отрасль; не обязательно производить дифференцированную продукцию; решение каждой фирмы влияет на ситуацию на рынке, и одновременно зависит от решений других фирм; доля четырех фирм-лидеров отрасли должна быть больше 40 %.

б) Основные свойства олигополии следующие: доминирование на рынке небольшого количества продавцов-олигополистов; не высокие барьеры для вступления в отрасль; решение каждой фирмы не влияет на ситуацию на рынке, и одновременно зависит от решений других фирм.

в) Основные свойства олигополии следующие: доминирование на рынке небольшого количества продавцов-олигополистов; решение каждой фирмы влияет на ситуацию на рынке, и одновременно зависит от решений других фирм; доля четырех фирм-лидеров отрасли должна быть больше 40 %.

1. Что такое картель?

а) Картель — форма объединения, гласное или негласное соглашение группы

близких по профилю предприятий об объемах продажи, ценах и рынках сбыта.

б) Картель — форма объединения предприятий по объемам продаж.

в) Картель — форма объединения, соглашение группы предприятий об

объемах продажи, ценах и рынках сбыта.

1. Что такое олигопсония?

а) Олигопсония в экономике — это ситуация на рынке, для которой характерно ограниченное число потребителей и большое число продавцов (производителей). На таком рынке продавцы очень чувствительны к политике ценообразования и маркетинговым стратегиям друг друга.

 б) Олигопсония — объединение предприятий для завоевания рынка.

 в) Олигопсония — это ситуация на рынке, для которой характерно не

ограниченное число потребителей и малое число продавцов (производителей).

# 6.Ценовые стратегии фирмы

**План практического занятия**

1. Понятие ценовой стратегии
2. Виды ценовой стратегии
3. Стратегия ценовой дискриминации
4. Тарифная политика

## Вопросы для обсуждения

1. Какие виды ценовой дискриминации используются в экономическом анализе?
2. Какие критерии применяются для выделения типов ценовой дискриминации?
3. Всегда ли ценовая дискриминация является эффективной? В каких случаях ценовая дискриминация эффективна? В каких нет?
4. К каким результатам ведет ценовая дискриминация для экономики в целом? Для потребителей? Для фирмы, которая придерживается данной политики? Для других фирм на рынке?
5. Каким образом фирма может использовать психологические особенности поведения потребителей для проведения ценовой дискриминации?
6. В чем особенность рынка товаров длительного пользования?
7. Какие типы стратегий ценообразования используются современными фирмами?
8. Как меняются величина цены и методы ценообразования в ходе жизненного цикла товара?
9. Каким образом связаны цена и качество товара?

## Задания для самостоятельной работы

1. Московское метро ввело систему скидок для студентов. Функция спроса для студентов описывается как: D = 1000 – 2P, а обычных граждан как

D = 1000 – P/ Цена месячного проездного для студентов равна 100 рублей, а для граждан 300 рублей. Ответьте на вопросы:

1. Чему равны издержки метрополитена;
2. Какой объем поездок характерен для каждого спроса.

* 1. Компания по производству компьютерной техники поставляет свою продукцию фирмам двух типов. Функция спроса фирмы первого типа составляет Q1 = 30 – P1  Функция спроса фирмы второго типа равна: Q = 602 – 4P2. Известно, что общее число офисов фирм типа 1 составляет 200, а общее число офисов фирм типа 2 равно 300. Издержки единицы товара для фирмы производителя постоянны и равны 5 руб.
	2. Чему будут равны объемы продаж фирмы-производителя, ее цены на товар, совокупная прибыль, излишек потребителя и чистые потери благосостояния общества, если:

1.фирма придерживается стратегии единой цены;

2.фирма проводит ценовую дискриминацию первой степени;

1. фирма проводит ценовую дискриминацию второй степени; 4. фирма проводит ценовую дискриминацию третьей степени.

Какие методы политики поддержки конкуренции вы бы предложили государству в каждом случае.

## Тесты

1. Ценовая дискриминация – это:

а) продажа по разным ценам одной и той же продукции различным

покупателям;

б) различие в оплате труда, зависящее от национальности и пола;

 в) эксплуатация трудящихся путем установления высоких цен на

потребительские товары;

г) повышение цены на товар более высокого качества.

1. Отличие ценообразования в условиях совершенной конкуренции от ценообразования в условиях несовершенной конкуренции заключается в том, что:

а) в условиях совершенной конкуренции фирма вынуждена приспосабливаться

к существующей рыночной цене;

б) в условиях совершенной конкуренции фирма распространяет свое влияние

на меньшее число агентов;

 в) в условиях совершенной конкуренции фирма применяет ценовую

дискриминацию;

г) в условиях несовершенной конкуренции у фирмы нет стимулов назначать

цену выше предельных издержек.

1. Ценовая дискриминация второй степени предполагает:

а) межличностное и межперсональное различение цен спроса;

б) только межличностное различение цен спроса;

в) только межперсональное различение цен спроса;

г) нет правильного ответа.

1. Совершенную ценовую дискриминацию трудно осуществить в силу:

а) Недостатка информации;

б) Законодательного запрета;

в) Морального запрета;

г) Большого объема необходимых расчетов.

1. Бесплатный вход в Эрмитаж для членов Союза художников является примером:

а) Совершенной ценовой дискриминации;

б) Сегментной ценовой дискриминации;

в) Неоправданных льгот;

г) Нет правильного ответа.

1. Какие предпосылки формирования ценовой дискриминации?

а) ценовая дискриминация складывается при следующих предпосылках: если продавец обладает достаточно высокой степенью монопольной власти, обеспечивающей контроль над производством и ценами; если можно сегментировать рынок – разбить покупателей на разные группы, различающиеся степенью эластичности по цене; способность фирмымонополиста исключить перепродажу продукту на отраслевом рынке.

б) ценовая дискриминация складывается при следующих предпосылках: если можно сегментировать рынок – разбить покупателей на разные группы, различающиеся степенью эластичности по цене; способность фирмымонополиста исключить перепродажу продукту на отраслевом рынке.

в) ценовая дискриминация складывается при следующих предпосылках: если продавец обладает достаточно высокой степенью монопольной власти, обеспечивающей контроль над производством и ценами; если можно сегментировать рынок – разбить покупателей на разные группы, различающиеся

1. Определите, какой тип ценовой дискриминации используется производителем если кемпинговая фирма предоставляет домики для отдыха в одном из горнолыжных курортов. Для учащейся молодежи, а также семейных пар с детьми предлагаемая цена путевки значительно ниже обычной.

а) дискриминация первой степени;

б) дискриминация второй степени;

в) дискриминация третьей степени.

1. Каковы психологические методы ценовой дискриминации?

а) повышенный тариф в «часы-пик», скидки для заказчиков в наименее

загруженные часы;

б) трансфертное ценообразование и ценообразование клубных благ;

в) эффект Вебера-Фешнера, эффект «странных цифр». «эффект якоря». 9. Назовите разновидности ценовой дискриминации второй степени:

а) эростой тариф, блочный тариф, двойной тариф;

б) Ззональные цены, дифференциация цен в зависимости от статуса

потребителя;

в) взаимосвязанные продажи при фиксированных пропорциях производства и

нефиксированных.

10. Что представляет собой нелинейное ценообразование?

а) равные цены за единицу продукции;

б) расходы потребителя не пропорциональны покупаемому объему;

в) способ тайных ценовых скидок при продаже связанного товара по более

низкой цене.

# 7.Неценовые стратегии фирмы: дифференциация продукции и реклама

**План практического занятия**

1. Дифференциация продукции: определение и классификация
2. Монополистическая конкуренция
3. Модели продуктовой дифференциации
4. Модели пространственной дифференциации
5. Роль рекламы на отраслевых рынках

## Вопросы для обсуждения

1. Какие основные типы дифференциации продукта вам известны?
2. Как связаны стратегии фирм с особенностью продуктовой дифференциации?
3. Каким образом можно измерить уровень дифференциации продукта на рынке?
4. Какова историческая эволюция дифференциации продукта?
5. Что такое бренд?
6. Какова структура бренда?
7. Какова роль бренда в современной экономике?
8. Какие рекомендации на основе модели Ланкастера могут быть сделаны в области выбора направления дифференциации продукции применительно к продукции с низкой (и высокой) степенью замещения брендов? Применительно к каким из этих двух случаев преимущественное значение будет иметь ценовая конкуренция и почему?
9. В чем суть модели пространственной дифференциации Хоттеллинга, включая лежащие в ее основе предпосылки?
10. Каким образом, с научной точки зрения, может быть определена реклама?

Какие основные функции ей свойственны?

1. Какие модели обоснования расходов на рекламу с учетом различных рыночных структур вам известны? Какие основные выводы вытекают из модельных представлений применительно к монополизированному рынку и рынку с олигополистической структурой?
2. Какие основные тенденции характерны для рынка рекламы в России в сопоставлении с международным опытом?

## Задания для самостоятельной работы

1.На локальном рынке действует независимый мелкий продавец, обладающий монопольной властью. Предельные издержки на производство товара постоянны и равны 1 Крупная фирма предлагает ему воспользоваться системой франчайзинга. Использование торговой марки крупного авторитетного продавца повысит спрос на товар независимой фирмы. Остаточный спрос на товар фирмы, не использующей систему франчайзинга, описывается уравнением Qd=10–P; использующей систему франчайзинга – уравнением Qd=10-0,5P. Крупная фирма принимает решение о схеме оплаты франчайзинга, выбирая из трех вариантов:

1. фиксированная плата за использование торговой марки плюс 30 % от

общей выручки;

1. фиксированная плата за использование торговой марки плюс 10 % от

общей выручки;

1. фиксированная плата за использование торговой марки без отчислений от

выручки.

Определите, какая схема предпочтительна для крупной фирмы.

2.Общие издержки зависят от выпуска как TC=10Q, где Q– в тыс. шт. При этом постоянные издержки составляют 25 тыс. руб. Предельная выручка монополиста зависит от объёма продаж как MR=50–Q. По какой цене монополист продает товар? Определите показатель монопольной власти фирмы.

3. Зависимость общих издержек фирмы на рынке монополистической конкуренции от объёма выпуска описывается формулой TC=q3/3–5q2+27q. Остаточный спрос на товар фирмы описывается формулой P=15-q. Находится ли максимизирующий прибыль продавец в состоянии краткосрочного или долгосрочного равновесия.

## Тесты

1. Какой элемент рыночной структуры не является ключевым?

а) барьеры входа и выхода;

б) эффективность управления;

в) дифференциация продукта;

г) дифференциация покупателей и продавцов;

д) нет правильного ответа.

1. 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.

1. 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.

1. В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию, исходя из (2 варианта):

а) Торговой марки;

б) Упаковки;

в) Качества;

г) Уровня цены;

д) уровня дохода;

е) удовлетворяемых вкусов.

1. В случае горизонтальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию, исходя из (отметьте все правильные ответы):

а) Торговой марки;

б) Упаковки;

в) Качества;

г) Уровня цены;

д) уровня дохода;

е) удовлетворяемых вкусов.

1. Автор модели «линейного города»:

а) Хотеллинг;

б) Салоп;

в) Ланкастер;

г) Саттон;

Нет правильного ответа.

1. Фирмы применяют продуктовую дифференциацию для того, чтобы:

а) Увеличить свою рыночную власть;

б) Облегчить потребителям возможности для оптимизации выбора;

в) Добиться более полного удовлетворения потребностей потребителей;

г) Соответствовать требованиям глобальной конкуренции;

д) Нет правильного ответа.

1. Рынок монополистической конкуренции характеризуется:

а) Свободой входа;

б) Свободой выхода;

в) Блокированным входом;

г) Дифференциацией продукта;

д) нет правильного ответа.

1. Наличие в сети магазинов DNS компьютеров с разной мощностью и близкими прочими характеристиками является примером:

а) горизонтальной дифференциации продукта;

б) вертикальной дифференциацией продукта;

в) диагональной дифференциацией продукта;

г) нет правильного ответа.

1. Выпуск компанией «Балтика» более десяти сортов пива является примером:

а) горизонтальной дифференциации продукта;

б) вертикальной дифференциацией продукта;

в) диагональной дифференциацией продукта;

г) нет правильного ответа.

# Неценовые стратегии фирмы: интеграция и диверсификация

**План практического занятия**

1. Типы и мотивы интеграции фирм
2. Вертикальные ограничения и сетевые структуры
3. Классификация, мотивы и современные тенденции диверсификации

## Вопросы для обсуждения

1. Какая фирма называется вертикально интегрированной?
2. Что понимают под вертикальными ограничениями?
3. Какие типы вертикальной интеграции выделяют в экономической теории?

В чем их отличие?

1. Какие стимулы к вертикальной интеграции вы знаете?
2. Как вертикальная интеграция позволяет снижать трансакционные издержки?
3. В чем состоит проблема «двойной надбавки»? Почему она является мотивом к вертикальной интеграции?
4. Почему мотивом объединения фирм в вертикальную интеграцию может стать стремление предприятий уменьшить давление государственного регулирования?
5. Почему использование эффективной системы ценовой дискриминации может являться мотивом к вертикальной интеграции фирм на товарных рынках?
6. Что понимается под диверсификацией, производства и какова его роль как мотива к вертикальной интеграции фирм?
7. В чем состоит проблема морального ущерба производителя и как она решается с помощью вертикальной интеграции?
8. Какие типы вертикальных контрактов используются фирмами для усиления своей власти в рамках вертикальной цепочки?
9. В чем особенности таких форм интеграции фирм, как слияния и поглощения?
10. Перечислите основные волны слияний с конца XIX в. и в XX в. Каковы характерные черты каждой волны?

## Задания для самостоятельной работы

1. Предположим, что автодилер имеет локальную монополию на продажу. «Вольво». Он платит оптовую цену Pw при покупке за каждый автомобиль, который затем продает по розничной цене Pr. Издержки дилера на продажу состоят из 5000 долл. И оптовой цены Pw. Функция конечного спроса

Q = 33000 - Pr. Производственные издержки каждого автомобиля составляют 6000 долл.

Определите розничную и оптовые цены, количество проданных автомобилей и прибыли дилера и производителя. Если обе фирмы решат объединиться, будет ли такая интеграция эффективной?

2. Спрос потребителей на конечный товар описывается функцией

Q = 360 – 3P. Фирма-монополист, действующая на рынке промежуточного продукта, имеет равные и постоянные средние и предельные издержки: AC = MC = 80. Фирма-монополист, действующая на рынке конечного продукта, помимо цены промежуточного продукта имеет равные и постоянные средние и предельные издержки: AC = MC = 60.

Для производства одной единицы конечного продукта необходима одна единица промежуточного продукта. Покупатели не имеют рыночной власти.

Определите параметры равновесия до вертикальной интеграции и после интеграции и сделайте вывод о предпочтительности рыночной структуры с точки зрения экономических агентов, конечных потребителей и общества в целом.

Представьте графическую интерпретацию ко всем пунктам задачи.

## Тесты

1. Акционерная компания, в состав активов которой входят пакеты акций юридически обособленных самостоятельных фирм, называется:

а) пул;

б) синдикат;

в) холдинг;

г) все ответы (а – в) неверны;

д) все ответы (а – в) верны.

1. Объединение компаний в рамках единой отрасли или единого товарного рынка является:

а) горизонтальной интеграцией;

б) вертикальной интеграцией;

в) конгломератной интеграцией;

г) все ответы (а –в) неверны.

1. Стратегия фирмы по установлению контроля над производственными ресурсами относится:

а) к вертикальной интеграции вперед;

б) к вертикальной интеграции назад;

в) к универсальной вертикальной интеграции;

г) все ответы (а – в) неверны.

1. К стратегическим стимулам вертикальной интеграции относят:

а) снижение текущих издержек;

б) снижение фактора неопределенности;

в) снижение зависимости от рыночной конъюнктуры;

г) все ответы (а – в) не верны;

д) все ответы (а – в) верны;

1. Способ организации предпринимательской деятельности, заключающийся в передаче различных исключительных прав одной стороной другой стороне за плату, называется:

а) связанным контрактом;

б) бартерной сделкой;

в) сделкой купли-продажи;

г) все ответы (а –в) неверны;

д) все ответы (а –в) верны.

1. Условия франчайзинга в случае сети ресторанов или гостиниц нацелены на:

а) увеличение экономии от масштаба;

б) ускорение обслуживания покупателей в разных точках сети;

в) взаимозаменяемость персонала разных фирм;

г) сохранения и поддержания репутации;

д) нет правильного ответа.

1. Выбор производителя между созданием собственной торговой сети и продажей через независимые фирмы определяется:

а) управленческими способностями;

б) стадией жизненного цикла продукта;

в) принадлежностью товара к предметам роскоши или первой необходимости;

г) соотношением выгод и потерь от интеграции и от изменения мотивации;

д) нет правильного ответа.

1. Что является основным фактором против вертикальной интеграции?

а) барьеры входа на рынок и монопольная власть фирм продавцов;

б) проблема «двойной надбавки»;

в) вид поставщика;

г) нет правильного ответа. 9. Что такое синдикат?

а) синдикат — форма объединения предприятий, выпускающих однородную продукцию, организует коллективный сбыт через единую торговую сеть.

б) синдикат — форма объединения предприятий, выпускающих неоднородную продукцию.

в) синдикат — форма объединения предприятий, выпускающих неоднородную продукцию, организует коллективный сбыт через единую торговую сеть.

1. Что такое трест?

а) трест — форма объединения, в которой участники сохраняют свою производственную и финансовую самостоятельность.

б) трест — форма объединения, в которой участники теряют свою производственную и финансовую самостоятельность.

1. Что такое консорциум?

а) консорциум — временное объединение предприятий на основе общего соглашения для осуществления какого-либо проекта.

б) консорциум —объединение предприятий на основе осуществления инвестиционного проекта.

в) консорциум — постоянное объединение предприятий на основе осуществления инновационного проекта.

1. Что такое конгломерат?

а) конгломерат — объединение разнопрофильных фирм. Обычно сохраняется высокая степень самостоятельности и децентрализация управления.

б) конгломерат — объединение однопрофильных фирм, при этом не сохраняется самостоятельность управления.

в) конгломерат — объединение непрофильных фирм, с высокой степенью централизации управления.

1. Что такое холдинг?

а) холдинг — головная компания, контролирующая деятельность других компаний, может не заниматься производственной деятельностью.

б) холдинг — головная компания, не контролирующая деятельность других компаний, может заниматься производственной деятельностью.

в) холдинг — головная компания, контролирующая деятельность других компаний и занимается собственной производственной деятельностью.

1. Что такое концерн?

а) концерн — объединение предприятий, связанное общностью интересов.

б) концерн — объединение предприятий, не связанных общностью интересов.

в) концерн — объединение предприятий для завоевания рынка.

# Государственная политика регулирования отраслей

**План практического занятия**

1. Понятие отраслевой политики.
2. Виды отраслевой политики государства. Государственная промышленная политика.
3. Теоретические обоснования современной конкурентной политики.
4. Структура и основные направления конкурентной политики.
5. Антимонопольное регулирование в странах развитой рыночной экономики.

## Вопросы для обсуждения

1. Раскройте суть основных концептуальных подходов к обоснованию необходимости вмешательства государства в экономику.
2. Дайте определение понятий отраслевой и промышленной политики.
3. Каким образом может быть представлена типологизация промышленной политики?
4. Назовите основные инструменты государственной промышленной политики.
5. Какие цели преследует государство при вмешательстве в деятельность рынка?
6. Какое поведение фирмы рассматривается в качестве неэффективного с точки зрения общества?
7. Каким образом государство ограничивает нежелательное поведение фирм?
8. Охарактеризуйте основные концепции конкуренции.
9. Опишите взгляды представителей неоклассической теории на необходимость вмешательства государства в экономику. Всегда ли они подтверждаются практикой функционирования отраслевых рынков?
10. В чем заключается эффективность распределения ресурсов?
11. Перечислите факторы ограничения конкуренции.
12. Перечислите основные направления конкурентной политики государства.
13. К каким последствиям приводит монополизация рынков для фирм и общества?
14. От каких факторов зависит эффективность государственной конкурентной политики?
15. Раскройте экономическое содержание коэффициента Бейна.
16. В чем заключается смысл коэффициента Тобина?
17. Сравните антимонопольную политику США, ЕС, Японии. Выделите общие черты и различия.

## Задания для самостоятельной работы

1.Функция издержек компании в отрасли естественной монополии составляет

TC(Q) = 300 + 15Q, спрос отрасли определяется функцией Q(P) = 200 – 2, где Q – это объём, P – цена продукции.

1. Определите выпуск, прибыль монополиста и выигрыш потребителей, если:

А) регулирующий орган назначает цену на уровне предельных издержек;

Б) регулирующий орган назначает цену на уровне средних издержек;

В) нерегулируемый монополист использует двухставочный тариф (цель – максимизация прибыли);

Г) регулирующий орган назначает плату за товар по схеме двухставочного тарифа, с тем чтобы общая сумма оплаты обеспечивала безубыточность производства.

1. Сделайте выводы о сравнительных преимуществах разных схем тарифного регулирования с точки зрения аллокативной эффективности.

2. Традиционно антимонопольная политика основывается на представлении о том, что монополия или фирма с большей рыночной долей будет иметь рыночную власть. В последнее время многие экономисты утверждают, что потенциальная конкуренция (т.е. угроза входа на рынок) ограничит рыночную власть, приводя к эффективному равновесию, даже если у одной фирмы очень большая доля рынка.

Проанализируйте влияние потенциальной конкуренции, ответьте на вопросы:

Почему угрозы входа на рынок завтра влияет на сегодняшнюю цену?

Существуют ли неценовые отклики на угрозу входа? Всегда ли угроза входа на рынок увеличивает общественное благосостояние?

## Тесты

1. Что является основной причиной государственного вмешательства в организацию деятельности отраслевых рынков?

а) основной причиной государственного вмешательства в организацию деятельности отраслевых рынков являются монопольная власть.

б) основной причиной государственного вмешательства в организацию деятельности отраслевых рынков являются провалы рынка. К ним относятся монопольная власть, внешние эффекты (экстерналии), общественные блага и несовершенство информации.

в) основной причиной государственного вмешательства в организацию деятельности отраслевых рынков являются внешние эффекты (экстерналии), общественные блага и несовершенство информации.

1. Что является ведущей целью государственной отраслевой политики?

а) ведущей целью государственной отраслевой политики служит повышение общественного благосостояния.

б) ведущей целью государственной отраслевой политики служит решение проблем, связанных с провалами рынка, для повышения общественного благосостояния.

в) ведущей целью государственной отраслевой политики служит решение проблем, связанных с естественными монополиями.

1. В чем основная цель пассивной защитной государственной отраслевой политики?

а) пассивная защитная государственная отраслевая политика ставит основной целью борьбу с монополиями, деятельность которых приводит к неэффективному размещению ресурсов и создает потери общественного благосостояния.

б) пассивная защитная государственная отраслевая политика ставит основной целью борьбу с монополиями, деятельность которых приводит к неэффективному размещению ресурсов и создает потери общественного благосостояния. Непременной частью такой политики служит антимонопольное регулирование, контроль над горизонтальными и вертикальными слияниями и поглощениями.

в) пассивная защитная государственная отраслевая политика ставит основной целью контроль над горизонтальными и вертикальными слияниями и поглощениями.

1. Какова концепция «благоприятного экономического климата»?

а) концепция «благоприятного экономического климата» (наступательная, но пассивная государственная отраслевая политика) предполагает борьбу с монопольной властью.

б) концепция «благоприятного экономического климата» (наступательная, но пассивная государственная отраслевая политика) предполагает не просто ограничение и борьбу с монопольной властью, но и содействие конкретным типам экономической активности - налоговые и финансовые льготы для мелких и средних предприятий, антиинфляционную политику.

в) концепция «благоприятного экономического климата» (наступательная, но пассивная государственная отраслевая политика) предполагает содействие конкретным типам экономической активности.

1. В чем основная цель государственной активной защитной отраслевой политики?

а) активная защитная отраслевая политика использует мероприятия по реализации антимонопольной внутренней политики.

б) активная защитная отраслевая политика использует мероприятия по реализации инвестиционной политики.

в) активная защитная отраслевая политика использует мероприятия по реализации протекционистской внешнеторговой политики, оказывающей существенное воздействие на развитие отраслевых структур.

1. В чем основная цель государственного антимонопольного регулирования?

а) целью антимонопольного регулирования является борьба с недобросовестной конкуренцией.

б) целью антимонопольного регулирования является обеспечение эффективного производства и использования ресурсов.

в) целью антимонопольного регулирования является обеспечение эффективного производства и использования ресурсов, ликвидация нежелательных рыночных структур, помощь одним группам экономических агентов за счет других, борьба с недобросовестной конкуренцией.

1. Какая организация осуществляет проведение государственной антимонопольной политики?

а) проведение государственной антимонопольной политики осуществляется министерством финансов.

б) проведение государственной антимонопольной политики осуществляется министерством экономического развития.

в) проведение государственной антимонопольной политики осуществляется антимонопольным органом исполнительной власти – федеральным антимонопольным органом, который создает свои территориальные органы.

1. Каковы основные задачи федерального антимонопольного органа?

а) к основным задачам федерального антимонопольного органа относятся: содействие формированию рыночных отношений на основе развития конкуренции и предпринимательства; предупреждение, ограничение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции.

б) к основным задачам федерального антимонопольного органа относятся: содействие формированию рыночных отношений на основе развития конкуренции и предпринимательства; государственный контроль над соблюдением антимонопольного законодательства.

в) к основным задачам федерального антимонопольного органа относятся: содействие формированию рыночных отношений на основе развития конкуренции и предпринимательства; предупреждение, ограничение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции; государственный контроль над соблюдением антимонопольного законодательства.

# 10.Политика поддержки конкуренции в России

**План практического занятия**

1. Общая характеристика современно этапа антимонопольного регулирования в Российской Федерации
2. Содержание и особенности правового регулирования монополистической деятельности и злоупотребления доминирующим положением
3. Экономическое содержание и особенности правового регулирования ограничивающих конкуренцию соглашений и согласованных действий хозяйствующих субъектов
4. Обоснование политики регулирования естественной монополии
5. Современные подходы к политике регулирования естественных монополий в РФ.
6. Другие направления реализации антимонопольного регулирования и конкурентной политики в РФ.

## Вопросы для обсуждения

1. Укажите истоки монополизма российской экономики (экономические, политические, технологические).
2. Назовите предпосылки и обоснуйте целесообразность проведения государственной антимонопольной политики и формирования конкурентной среды на товарных рынках РФ.
3. Установите хронологию правового оформления антимонопольной политики в РФ.
4. Дайте характеристику антимонопольного законодательства РФ и органов, контролирующих его использование.
5. Опишите структуру ФЗ РФ № 135 «О защите конкуренции».
6. Какие проявления монополистической деятельности со стороны хозяйствующего субъекта рассматриваются в отечественном законодательстве?
7. Каковы проявления монополистической деятельности со стороны исполнительной власти?
8. Какие формы наказания за монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию предусмотрены российским законодательством?
9. Назовите задачи, функции, полномочия Федеральной антимонопольной службы.
10. Какие виды ответственности предусмотрены за нарушение антимонопольного законодательства?
11. Назовите приоритеты политики демонополизации в РФ.
12. Охарактеризуйте основные направления государственной поддержки и развития малого предпринимательства в России.
13. Какие тенденции существуют в развитии российского антимонопольного законодательства?

14.Какие причины приводят к возникновению естественных монополий?

1. Дайте определение понятия «предприятия естественной монополии», обоснуйте целесообразность их существования и развития.
2. Какие основные виды естественных монополий на федеральном рынке вы знаете?
3. Каким образом обеспечивается государственное регулирование и контроль в сферах естественной монополии в РФ?
4. Какие виды наказания за нарушение закона «О естественных монополиях» предусмотрены в Российской Федерации?

## Задания для самостоятельной работы

1. Представьте в систематизированном виде концептуальные идеи, формирующие теоретическую основу современной конкурентной политики с учетом практики ее применения.

В чем состоит критика стандартных неоклассических подходов о соотношении совершенной конкуренции и монополии в контексте обоснования целесообразности государственного присутствия в экономике?

1. Каково в свете задач формирования конкурентной политики значение представлений о предпринимательской фирме и динамическом

подходе к конкуренции И. Шумпетера?

1. Справедливо ли утверждение, что монополии может быть

свойственна большая эффективность в сравнении с совершенно конкурентной рыночной структурой? Если «да», то при каких обстоятельствах?

1. Каковы основные, используемые крупными, доминирующими на рынке компаниями методы укрепления и реализации монопольного положения? Какие инструменты может использовать современное государство для противодействия этому?
2. Перечислите основные факторы, оказывающие воздействие на современную конкурентную ситуацию. Каковы в этой связи структура и основные направления современной конкурентной политики?
3. Что представляет собой политика контроля за ограничениями конкуренции (вертикальными ограничениями) в качестве одного из направлений современной конкурентной политики? Работа какого экономиста, ставшая хрестоматийной, заложила теоретические основы данной политики? Какова суть сформулированных в ней идей? Есть ли основание утверждать, что вертикальные ограничения всегда нацелены лишь на упрочение монопольной власти и извлечение сверхприбыли?
4. В чем состоят современные подходы к политике регулирования деятельности естественных монополий? Что характерно в этой связи для так называемого структурного регулирования и регулирования поведения субъектов естественных монополий? Насколько проявляют эти современные тенденции свое действие в России?
5. Раскройте суть применяемых ныне следующих основных методов установления цен на продукцию субъектов естественной монополии и контроля за ними: 1) регулирование нормы прибыли; 2) регулирование верхнего предела тарифа; 3) разрешенная (управляемая государством) ценовая дискриминация и перекрестное субсидирование. Прокомментируйте порядок применения этих методов с учетом российской практики.