

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ» (ТУСУР)**

Кафедра автоматизации обработки информации (АОИ)

## **ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

Методические указания к практическим занятиям  
и организации самостоятельной работы  
для студентов направления «Бизнес-информатика»  
(уровень бакалавриата)

2018

**Лепихина Зинаида Павловна**

Теория отраслевых рынков: Методические указания к практическим занятиям и организации самостоятельной работы для студентов направления «Бизнес-информатика» (уровень бакалавриата) / З.П.Лепихина. – Томск, 2018. – 17 с.

© Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2018  
© Лепихина З.П., 2018

## Оглавление

|   |   |    |
|---|---|----|
| 1 | Введение.....   | 4  |
| 2 | Методические указания к практическим занятиям.....  | 5  |
| 3 | Методические указания по выполнению самостоятельной работы.....                                 | 8  |
|   | 3.1 Общие положения.....  | 8  |
|   | 3.2 Проработка лекционного материала.....   | 8  |
|   | 3.3 Индивидуальное задание «Проектирование маркетингового исследования на рынках ИС и ИКТ»..... | 10 |
|   | 3.4 Подготовка к контрольным работам.....   | 12 |
|   | 3.5 Подготовка к практическим занятиям.....   | 12 |
| 4 | Рекомендуемые источники.....  | 14 |
|   | Приложение 1. Перечень тем для подготовки докладов.....   | 15 |
|   | Приложение 2. Вопросы и задания для самопроверки.....   | 17 |

## 1 Введение

**Цель дисциплины** — изучение основных проблем и методов анализа отраслевых рынков с точки зрения закономерностей их организации, функционирования и тенденций развития; освоение экономического подхода к изучению и анализу конкретных прикладных экономических задач, таких как оценка степени вертикальной интегрированности отрасли, наличие ценового сговора, черт естественной монополии и др.; а также изучение ряда специфических особенностей конкретных рынков, включая ИТ-рынки современной России

Данные методические указания способствуют расширению и углублению теоретических экономических знаний студентов, а также прививают им необходимые навыки для решения наиболее часто встречающихся на практике задач по вопросам экономики отрасли и управлению.

Задания сгруппированы по темам с соответствии с лекционным материалом. При подготовке к практическим занятиям студенту следует повторить теоретический материал по конспекту лекций и источникам, приведенным в разделе «Рекомендуемая литература».

## **2 Методические указания к практическим занятиям**

Практические занятия разработаны на основе проблемно-ориентированного и проектно-организованного обучения и призваны способствовать развитию навыков публичных выступлений перед разными аудиториями.

Основными целями практических занятий являются закрепление и расширение теоретического материала, формирование навыков анализа конкретных ситуаций, связанных с вопросами управления поведением фирмы на отраслевом рынке.

Работа студентов со статистическими материалами, поиском информации в СМИ, Интернете и периодической печати будет способствовать более эффективному усвоению дисциплины.

Практические занятия проходят в форме семинаров, где студенты выступают с докладами, переходящими в обсуждение.

Темы докладов выбираются студентами самостоятельно в соответствии с рабочей программой дисциплины из предложенных тем (Приложение 1). Однако, исходя из конкретных социально-экономических условий, они могут корректироваться как по названию, так и по содержанию.

Возможны и иные формы проведения занятий, например, написание индивидуальных работ по заказу потребителя, что отвечает профессиональным и образовательным целям.

На практических занятиях проводится проверка знаний студентов в форме контрольных вопросов (Приложение 2).

### **Тема 1. Организация и основные характеристики структуры отраслевых рынков**

1. Объект и предмет теории отраслевых рынков.
2. Понятие и классификация отраслевых рынков.
3. Факторы, определяющие структуру рынка.
4. Классификация рыночных структур.
5. Показатели концентрации и рыночной власти фирмы

#### **Рекомендации по подготовке к занятию.**

Следует рассмотреть термин «Теория отраслевых рынков», определить место отраслевой экономики в системе экономических наук.

Дайте определение терминам «рынок» и «отрасль», рассмотрите типы отраслевых образований, а также продумайте, что включает в себя многомерный и многоаспектный процесс развития отрасли.

Следует объяснить причины существования разных подходов к экономике отрасли.

Необходимо рассмотреть оценку уровня концентрации на отраслевых рынках на основе кривых концентрации, уметь вычислять коэффициенты концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана.

## **Тема 2. Барьеры входа-выхода и структуры рынка**

1. Барьеры входа-выхода и структуры рынка.
2. Показатели статистики входа - выхода фирм на рынок.
3. Подходы к измерению уровня барьеров.
4. Совершенная конкуренция и монополия.
5. Сравнительный анализ поведения фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах.
6. Результативность функционирования отраслевых структур.
7. Информация и проблемы функционирования рынков.

### **Рекомендации по подготовке к занятию**

Определите понятия барьеров входа на рынок и выхода с рынка. Проанализируйте виды нестратегических барьеров и виды стратегических барьеров. На примерах вычислите статистические показатели оценки уровня барьеров входа-выхода.

## **Тема 3. Современные отраслевые рынки**

1. Ценовые и неценовые методы конкуренции на современных отраслевых рынках.
2. Определение и цель дифференциации продукта. Подходы и модели исследования рынков с дифференцированным продуктом.
3. Вертикальная интеграция и диверсификация.
4. Стратегическое поведение фирм на отраслевом рынке.
5. Некооперативные модели стратегического взаимодействия фирм на отраслевом рынке и их классификация.
6. Кооперативные стратегии поведения фирм на рынке. Картельные соглашения. Сговор и согласованное поведение.

### **Рекомендации по подготовке к занятию**

Следует уяснить проблему конкуренции в теории отраслевых рынков, рассмотреть развитие представлений о конкуренции и ее роли. Определите причины несовершенства информационной базы общества и фирмы, способы устранения и способы усиления асимметрии ценовой информации

## **Тема 4. Государственное регулирование отраслевых рынков**

1. Особенности функционирования отраслей естественной монополии.
2. Государственная отраслевая политика.
3. Взаимодействие государства и предпринимательства

#### **Рекомендации по подготовке к занятию**

Рассмотрите понятие, необходимые и достаточные условия наличия естественной монополии. Следует изучить законодательную базу по регулированию отраслей естественной монополии.

Уясните методы конкурентной борьбы на отраслевых рынках и конкурентную политику государства в РФ и развитых странах..

#### **Тема 5. Исследования отраслевых рынков**

1. Методики исследования рынков.
2. Специфические особенностей конкретных рынков.
3. Инновации и ИТ-рынки современной России.

#### **Рекомендации по подготовке к занятию**

Исследование рынка включает измерение рыночного потенциала; изучение характеристик рынка (характеристика потребителей по возрасту, полу, доходу, профессии и социальному положению); определение географического размещения потенциальных потребителей; анализ распределения долей рынка между фирмами; исследование структуры, состава и организации работы сбытовой сети, обслуживающей данный рынок; анализ общеэкономических и других внешних тенденций, влияющих на структуру рынка.

Обратите внимание на понятие и закономерности развития рынка информационных технологий. Уясните направления и принципы изучения его состояния: расчет и анализ необходимых показателей, Определите составляющие рынка ИКТ, его емкость и степень концентрации, перспективы развития.

## **3 Методические указания для организации самостоятельной работы**

### **3.1 Общие положения**

Цель самостоятельной работы по дисциплине – закрепление и углубление теоретических знаний; формирование умения работать с научной и технической литературой и осуществлять самостоятельный поиск информации; развитие научно-исследовательских и творческих способностей; приобретение навыков расчётно-аналитической работы.

При изучении дисциплины важная роль отводится самостоятельной работе студентов в соответствии с предусмотренным учебным планом балансом времени. Самостоятельная работа студентов включает в себя следующие составляющие компоненты:

- дополнительную проработку материала, изученного на лекциях и семинарских занятиях;
- самостоятельное изучение части теоретического материала, которое, как правило, не вызывает затруднений и не нуждается в дополнительных комментариях лектора;
- чтение обязательной литературы (в первую очередь оригинальных статей) по курсу. Предполагается, что на каждом семинарском занятии происходит разбор одной-двух ключевых для изучения темы статей;
- решение задач, предлагаемых преподавателем, и разбор задач на семинарских занятиях;
- подготовка рефератов, докладов, сообщений, эссе, демонстрирующих овладение студентом самостоятельно усвоенных знаний..

Тестирование, доклады, рефераты и индивидуальные задания содействуют более глубокому пониманию предмета, приучают студентов к самостоятельной работе с учебной и другой специальной литературой. При выполнении данных видов контролируемой самостоятельной работы студенты совершенствуют и закрепляют полученные знания, формируют экономическое мышление, вырабатывают способность к познанию сущности экономических явлений, закономерностей и взаимосвязей. Одновременно, студенты учатся анализировать и прогнозировать развитие объективных экономических процессов, определять наиболее эффективные способы решения хозяйственных проблем

### **3.2 Проработка лекционного материала**

При проработке лекционного материала по каждой теме студент должен внимательно ознакомиться с конспектом лекций, а затем для уг-



лубленного изучения материала следует обратиться к литературным источникам (учебникам, учебным пособиям, монографиям, статьям, статистическим сборникам), а также материалам, размещенным в сети Интернет. Для закрепления материала темы необходимо ответить на предлагаемые в пособиях вопросы и прорешать задачи по теме.

При изучении каждой темы целесообразно:

- 1) ознакомиться с методическим обеспечением изучаемой дисциплины, включающей тематический план и программу курса;
- 2) руководствоваться рекомендованной нормативной базой и учебной литературой, которая имеется в фондах библиотеки;
- 3) использовать возможности сайта библиотеки университета и другие информационные ресурсы Интернета;
- 4) прочитать соответствующую теме главу учебника;
- 5) доработать конспект лекции.

При изучении учебного материала темы студенту необходимо, прежде всего, разобраться в основных понятиях и терминах данной темы. Для этого рекомендуется использовать различные источники информации, в том числе учебные пособия, монографии, периодические издания, законодательные и нормативные документы, статистические материалы, информацию государственных органов власти и управления, органов местного самоуправления, переводные издания, а также труды зарубежных авторов.

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с основных рекомендованных преподавателем глав и разделов учебников и учебных пособий, а затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям и материалам периодических изданий. При этом полезно делать выписки и конспекты наиболее интересных материалов, что способствует более глубокому осмыслению материала и лучшему его запоминанию. Такая практика учит отделять в тексте главное от второстепенного, а также позволяет проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации, что важно в условиях большого количества разнообразных по качеству и содержанию сведений.

Проработка пройденного лекционного материала является наиболее важным видом самостоятельной работы. Чем глубже и полнее проработан материал, тем легче при выполнении других видов самостоятельной работы. Систематическая, регулярная работа над пройденным лекционным материалом, начиная с первого занятия, является необходимым условием для понимания материалов последующих лекций и усвоения материалов практических и лабораторных занятий.

### **3.3 Индивидуальное задание «Проектирование маркетингового исследования на рынках ИС и ИКТ»**

#### **Цель индивидуального задания**

Разработать проект исследования рынка услуг связи и телекоммуникаций региона. Цель исследования - провести сравнительный анализ динамики и тенденций рынка телекоммуникаций региона с мировым и российским уровнем развития услуг связи и телекоммуникаций.

#### **Исходные данные к работе**

Конкретный рынок выбирается студентом и согласуется с преподавателем. Исследуемый период – последние пять лет.

#### **Порядок выполнения и содержание работ**

Проект должен содержать следующие разделы:

- Выявление проблемы и целей исследования.
- Разработка плана исследования.
- Формирование выборки.
- Сбор информации.
- Систематизация и анализ информации.
- Подготовка и представление результатов.

Под маркетинговыми исследованиями понимается систематический сбор, отображение и анализ информации по разным аспектам маркетинговой деятельности.

Маркетинговые исследования – это функция, которая через информацию связывает предприятие с рынками, потребителями, конкурентами, со всеми элементами внешней среды маркетинга.

Маркетинговые исследования связаны с принятием решений по всем аспектам маркетинговой деятельности. Они снижают уровень неопределенности и касаются всех элементов комплекса маркетинга и его внешней среды по тем ее компонентам, которые оказывают влияние на маркетинг определенного продукта на конкретном рынке.

Методики проведения маркетингового исследования – это инструмент, при помощи которого собирается и обрабатывается информация.

Методики проведения маркетинговых исследований очень разнообразны – это интервью и опросы, фокус-группы, наблюдения, эксперименты и полевые исследования.

Организация маркетингового исследования должна опираться на следующие принципы:

- научность, то есть описание, объяснение и предсказание изучаемых явлений процессов на основе использования научно обоснованной и апробированной методики;

- системность, то есть присущая исследованию логическая последовательность этапов и действий; определена структура и иерархия элементов и показателей;

- комплексность - изучение различных аспектов и закономерностей развития рынка в их взаимосвязи и взаимообусловленности;

- оперативность, гибкость и перспективность - маркетинговое исследование предшествует всем маркетинговым операциям, сопутствует им и завершает их, сочетает краткосрочные и долгосрочные прогнозы;

- эффективность - затраты на маркетинговые исследования должны окупаться и давать эффект;

- объективность - необходимость учёта всех факторов и недопустимость принятия определённой точки зрения до того, как анализ всей собранной информации будет завершен;

- точность - чёткость постановки задач, которым подчиняется исследование, однозначность в их понимании и трактовке, а также выбор инструментов исследования, которые обеспечивают необходимую достоверность результатов;

- тщательность - принцип, состоящий в детальности планирования каждого этапа исследования, высоком качестве выполнения всех исследовательских операций, которое достигается за счёт высокого уровня профессионализма и ответственности исследовательского коллектива, а также эффективной системы контроля его работы.

Рекомендуемый объем – не более 3-х страниц.

Рассмотрите способы формирования выборки и дайте им краткую характеристику. По способу отбора (способу формирования) выборки единиц из генеральной совокупности распространены следующие виды выборочного наблюдения:

- простая случайная выборка (собственно-случайная);
- типическая (стратифицированная);
- серийная (гнездовая);
- механическая;
- комбинированная;

Выберите адекватный метод для вашего исследования и обоснуйте выбор.

Рекомендуемый объем – до 5 страниц.

Определите источники необходимой информации. Предложите и обоснуйте методы сбора первичной и вторичной информации. Обратите

внимание на раздел 19. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ статистических сборников «Регионы России. Социально-экономические показатели» на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики.

Рекомендуемый объем – до 3 страниц.

На этапе систематизации и анализа информации важно выбрать правильные методы обработки данных и расчета показателей.

Рекомендуемый объем – до 5 страниц.

Сделайте общие выводы об состоянии конкуренции на исследуемом рынке. Изложение материала должно быть конкретным, логичным, соответствовать теме, содержать выводы, обобщения и показывать собственное отношение к проблеме.

Рекомендуемый объем – до 3 страниц.

При оценке работы учитываются: глубина проработки материала; правильность и полнота использования источников; владение терминологией и культурой речи; оформление реферата.

#### **3.4 Подготовка к контрольным работам**

Контрольная работа – одна из форм проверки и оценки усвоенных знаний, получения информации о характере познавательной деятельности, уровня самостоятельности и активности студентов в учебном процессе.

При подготовке к выполнению контрольной работы необходимо повторить теоретический материал по теме, основные формулы и методы решения задач на данную тему. Следует вновь просмотреть примеры и задачи, разобранные в учебниках, на лекции и практических занятиях.

Важно понять, что если студент систематически работает над пройденным материалом, начиная с первой лекции, то подготовка к контрольной работе не вызовет затруднений и много времени на нее не понадобится.

#### **3.5 Подготовка к практическим занятиям**

Практические занятия позволяют выработать навыки применения теоретических знаний для решения задач, зафиксировать в памяти студента определенные типовые действия в конкретной ситуации, запомнить формулы и алгоритмы расчетов.

Содержание практических занятий приведено в разделе 3.4 настоящих указаний. При подготовке к практическим занятиям необходимо

повторить теоретический материал по теме, основные формулы и методы решения задач на данную тему. Следует вновь просмотреть примеры и задачи, разобранные в учебниках, на лекции и практических занятиях.

Если возникают неясности или проблемы, то необходимо сформулировать вопросы и задать их преподавателю на консультации или в начале занятия.

## 4 Рекомендуемые источники

- 1) Рой, Л.В. Анализ отраслевых рынков [Электронный ресурс] : учебник / Л.В. Рой, В.П. Третьяк. — Электрон. дан. — Москва : Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 2008. — 441 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/73110>. — Загл. с экрана.
- 2) Экономика отрасли: Учеб. пособие / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 145 с.
- 3) <http://znanium.com/catalog/product/152954>
- 4) Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М.Е., - 6-е изд. - М.:Альпина Пабл., 2016. - 453 с.: - <http://znanium.com/catalog/product/558670>
- 5) Никулина, И.Н. Микроэкономика: учебник для вузов / И. Н. Никулина. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 560 с. – ГРИФ В библиотеке ТУСУРа: 15 экз..
- 6) [Фатхутдинов, Р.А.](#) Управленческие решения: учебник для вузов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 352 с. ГРИФ В библиотеке ТУСУРа: 16 экз.
- 7) Лепихина З.П. Статистика: учеб. пособие. – Томск: ТУСУР, 2005. - 284 с. ГРИФ СибРУМЦ. В библиотеке ТУСУРа: 20 экз.

**Перечень тем для подготовки докладов**

- 1) Фирма как агент рынка и ее влияние на отраслевую деятельность.
- 2) Взаимодействие фирм как система и классификация взаимодействий фирм.
- 3) Факторы рыночной структуры, влияющие на взаимодействия фирм в рыночной экономике.
- 4) Контрактные отношения российских предприятий как источник специфических черт переходной экономики.
- 5) Сравнительный анализ основных типов рыночных структур.
- 6) Проблемы конкурентоспособности отрасли в российской экономике.
- 7) Качество товара и реклама как стратегические барьеры входа на рынок.
- 8) Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.**
- 9) Особенности квазимонопольного поведения фирм на рынке.
- 10) Дифференциация товара как фактор квазимонопольного поведения фирмы на рынке.
- 11) Влияние асимметрии информации на структуру рынка.
- 12) Доминирующая фирма в российской экономике.**
- 13) Особенности стратегического взаимодействия крупных фирм на российском рынке.
- 14) Сговор и картели в экономике России.
- 15) Стратегия и тактика ценообразования в практике западных фирм.
- 16) Ценовая дискриминация в экономике России.
- 17) Вертикальная интеграция как источник монопольной власти.
- 18) Особенности функционирования естественных монополий в России.
- 19) Проблемы национализации и приватизации отраслей естественной монополии.
- 20) Теории и методы оценки потерь общественного благосостояния в условиях монополии.
- 21) Способы создания и поддержания монополии в отрасли.
- 22) Конкурентная политика государства
- 23) Эволюция антимонопольного законодательства в развитых странах.

**Вопросы и задания для самопроверки**

- 1) Определение предмета теории отраслевых рынков.
- 2) Два подхода к анализу организации отраслевых рынков.
- 3) Современные направления исследований в теории отраслевых рынков.
- 4) Фирма: понятие и признаки. Основные концепции фирмы.
- 5) Цели деятельности фирмы и стратегии выживания фирмы.
- 6) Структура рынка: понятие, факторы, критерии классификации.
- 7) Понятие концентрации и показатели измерения.
- 8) Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков.
- 9) Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков.
- 10) Определение барьеров входа-выхода на рынок.
- 11) Виды нестратегических барьеров.
- 12) Виды стратегических барьеров.
- 13) Барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.
- 14) Понятие и виды дифференциации продукта.
- 15) Модель пространственной дифференциации Хотеллинга.
- 16) Вертикальная дифференциация продукта. Модель Саттона.
- 17) Неполнота информации и асимметричность.
- 18) Модель "рынка лимонов" Акерлофа.
- 19) Проблемы "риска недобросовестности контрагента" и "негативного отбора".
- 20) Решение "проблемы лимонов": сигналы о качестве.
- 21) Поведение доминирующей фирмы на рынке.
- 22) Классификация некооперативных стратегий поведения крупных фирм.
- 23) Кооперативные модели поведения олигополистов.
- 24) Понятия и виды ценовой дискриминации
- 25) Понятие и типы вертикальной интеграции.
- 26) Стимулы к вертикальной интеграции.
- 27) Виды вертикальной интеграции и вертикальных контрактов (ограничений).
- 28) Зарубежный опыт государственной политики по отношению к вертикальной интеграции.
- 29) Особенности вертикальных отношений в России.
- 30) Последствия вертикальной интеграции для экономики.
- 31) Естественная монополия: понятие, условия наличия и регулирование



- отраслей естественной монополии.
- 32) Взаимосвязи между структурой рынка и технологическими инновациями.
  - 33) Государственная отраслевая политика: понятие, типы и принципы построения.
  - 34) Мировой опыт регулирования рыночных структур и проведения антимонопольной и конкурентной политики государства.
  - 35) Государственное регулирование конкурентных отношений отраслевая политика в России