

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 магистратуры)

2018

Лепихина Зинаида Павловна

Теория отраслевых рынков: Методические указания к практическим занятиям и организации самостоятельной работы для студентов направления «Бизнес-информатика» (уровень магистратуры) / З.П.Лепихина. – Томск, 2018. – 19 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 Самостоятельное изучение тем теоретической части курса.....	10
	3.3.1 Тема: Квazиконкурентные рынки.....	10
	3.3.2 Тема: Естественные монополии.....	11
	3.4 Подготовка к контрольным работам.....	12
	3.5 Подготовка к практическим занятиям.....	13
	3.6 Индивидуальное задание «Проектирование маркетингового исследования на рынках ИС и ИКТ».....	13
4	Рекомендуемая литература.....	16
	Приложение 1. Перечень тем для подготовки докладов.....	17
	Приложение 2. Вопросы и задания для самопроверки.....	18

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 Самостоятельное изучение тем теоретической части курса

3.3.1 Тема: Квазиконкурентные рынки

Перечень вопросов, подлежащих изучению

1. Сущность понятия квазиконкурентных рынков.
2. Функционирование квазиконкурентных рынков.
3. Результативность квазиконкурентных рынков.

Методические рекомендации по изучению

Одной из наиболее актуальных проблем, рассматриваемых в рамках второй парадигмы, является функционирование и результативность квазимонопольных рынков. Квазимонопольными называются рынки, на которых монопольная власть существует, несмотря на относительно низкую концентрацию продавцов. Экономическая прибыль фирм на рынках с низким уровнем концентрации служит убедительным аргументом в пользу концепции квазимонопольных рынков. Отсутствие жесткой связи между рыночной долей фирмы и ее экономическим положением нуждается в объяснении. Кроме того, необходимо проанализировать процесс возникновения на рынках доминирующих продавцов, обладающих монопольной властью.

При изучении темы студенту необходимо объяснить особенности квазимонопольных рынков, которые описываются двумя важными теоретическими концепциями: теорией транзакционных издержек и теорией квазиконкурентных рынков. Транзакционные издержки, связанные с заключением контрактов и с обеспечением их соответствующего выполнения, ослабляют возможности ценовой конкуренции между агентами рынка. На основании различия уровня и преобладающего типа транзакционных издержек объясняются различия в структуре отрасли, поведении фирм и функционировании рынков.

Чем выше уровень транзакционных издержек, тем медленнее осуществляется перераспределение рынка между фирмами, тем более устойчива и консервативна рыночная структура. Этот подход направлен на выявление наборов субъективных и объективных факторов, которые могли бы объяснить политику фирм как по отношению к рынкам, так и в области внутренней структуры.

Теория квазиконкурентных рынков, развитая Демзетом, Баумодем, Панзаром и Виллигом, исследует влияние барьеров входа на поведение фирм в отрасли. Отрасль с небольшим числом фирм также может быть конкурентной, если существует угроза входа в отрасль новых фирм. *Рынки, на которых действуют несколько фирм, но существует реальная*

угроза входа потенциальных конкурентов, называются квазиконкурентными.

Наличие необратимых затрат, обусловленных входом нового потенциального конкурента на рынок, создают барьеры на его пути и препятствуют рассасыванию экономической прибыли в долгосрочном периоде, поэтому рынок с высокими необратимыми затратами входа характеризуется более высокой степенью монопольной власти. Таким образом, на одном полюсе - поведение фирм в современной рыночной экономике оказывается квазимонопольным, в то время как на другом - господствуют квазиконкурентные рынки.

При изучении темы следует большое внимание уделить решению типовых задач, представленных в рекомендованной литературе.

Рекомендуемые источники

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>.

Никулина, И.Н. Микроэкономика: учебник для вузов / И. Н. Никулина. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 560 с. При необходимости рекомендуется ознакомиться с другими источниками, приведенными в разделе «Рекомендуемые источники».

3.3.2 Тема: Естественные монополии

Перечень вопросов, подлежащих изучению

1. Понятие естественной монополии.
2. Причины возникновения естественных монополий.
3. Регулирование деятельности естественных монополий.

Методические рекомендации по изучению

Естественная монополия (железная дорога, системы водоснабжения) — предприятия, объединённые единой сбытовой организацией, состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства (в связи с существенным понижением издержек производства на единицу товара по мере увеличения объёма производства), а товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами, в связи с чем спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественных монополий, в меньшей степени зависит от изменения цены

на этот товар, чем спрос на другие виды товаров. При этом может быть такая ситуация, когда услуги компании имеют аналоги, но по общепризнанным нормам такая компания всё равно считается монополией (например, пассажироперевозки ж/д транспортом конкурируют с авиаперевозками, однако некоторые железнодорожные компании всё равно считаются монополией).

Студенту следует понять и уметь объяснить общее и отличное от государственной закрытой монополии, которую можно определить как монополию, созданную силой законодательных барьеров, определяющих товарные границы монопольного рынка, субъекта монополии (монополиста), формы контроля и регулирования его деятельности, а также компетенцию контролирующего органа.

Необходимо уметь привести примеры естественных монополий. Важным является изучение законодательной базы. В частности, следует проработать Федеральный закон "О естественных монополиях" от 17.08.1995 N 147-ФЗ

При изучении темы следует большое внимание уделить решению типовых задач, представленных в рекомендованной литературе.

Рекомендуемые источники

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>.

Федеральный закон "О естественных монополиях" от 17.08.1995 N 147-ФЗ.

Никулина, И.Н. Микроэкономика: учебник для вузов / И. Н. Никулина. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 560 с.

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.

3.6 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 преподавателей. 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 завершён;

- 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.

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 Пабли., 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.
8. Федеральный закон "О естественных монополиях" от 17.08.1995 N 147-ФЗ. – Доступ из справ.-правовой системы «ГАРАНТ».
9. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ – Доступ из справ.-правовой системы «ГАРАНТ».

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) Стговор 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