

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И.Т. ТРУБИЛИНА»

Кафедра менеджмента

Анализ отраслевых рынков

Методические указания

для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01

Экономика

направленность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

для контактной работы

Краснодар
КубГАУ
2019

Составитель: Е. А. Бритикова

Анализ отраслевых рынков: метод. указания для обучающихся направления подготовки 38.03.01 Экономика направленность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» для контактной работы Е. А. Бритикова– Краснодар: КубГАУ, 2019. – 34 с.

Методические указания по дисциплине «Маркетинговый анализ» включают перечень список источников литературы.

Предназначены для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» для практических занятий.

Рассмотрено и одобрено методической комиссией учетно-финансового факультета Кубанского госагроуниверситета, протокол № 8 от 17.09.2019.

Председатель
методической
комиссии

З. И. Кругляк

© Бритикова Е. А.,
составление, 2019

© ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный аграрный
университет имени
И.Т. Трубилина», 2019

1 Введение

Важным направлением развития предпринимательства, способности предприятия устойчиво функционировать и развиваться в условиях рыночной экономики является изучение отраслевых рынков в управленческой деятельности.

Рыночная экономика рассматривается как комплексная концепция управления, направленная на изучение рынка, рыночной среды и запросов конечных потребителей продукции с целью удовлетворения их потребностей, адаптации производства к требованиям рынка и на этой основе получение прибыли, необходимой для развития предприятия.

Дисциплина «Анализ отраслевых рынков» опирается на экономические законы и экономическую теорию. Тесно связана с такими дисциплинами, как менеджмент, экономика предприятий, организация предпринимательской деятельности, анализ хозяйственной деятельности, финансовый менеджмент и другими.

Целью изучения данной дисциплины является

- формирование теоретических знаний в области изучения структур отраслевых рынков, о влиянии структуры рынка на поведение участников и общественное благосостояние;
- формирование у студентов экономического мышления.

В соответствии с поставленными целями преподавание дисциплины реализует следующие задачи:

- научить анализировать факторы, определяющие специфику формирования отраслевых рынков и поведение фирм;
- привить навыки самостоятельной оценки принятых фирмой экономических решений, выявления закономерностей взаимодействия отраслевого рынка и его участников;
- научить использовать методы, способы и показатели анализа отраслевых рынков для оценки и прогнозирования состояния собственного бизнеса.

2 Методические указания по освоению дисциплины

Изучение дисциплины проводится в форме лекций, практических занятий, организации самостоятельной работы студентов, консультаций. Главное назначение лекции - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Основной целью практических занятий является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. Они проводятся в форме опроса, диспута, тестирования, обсуждения докладов и пр.

Самостоятельная работа с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, дополняется работой с тестирующими системами, с информационными базами данных сети Интернет.

Методы проведения аудиторных занятий:

- лекции, реализуемые через изложение учебного материала под запись с сопровождением наглядных пособий в виде слайдов;
- практические занятия, во время которых студенты выступают с докладами по заранее предложенным темам и дискуссионно обсуждают их между собой и преподавателем; решаются практические задачи (в которых разбираются и анализируются конкретные ситуации) с выработкой умения формулировать выводы, выявлять тенденции и причины изменения социальных явлений; проводятся устные и письменные опросы (в виде тестовых заданий) и контрольные работы (по вопросам лекций и практических занятий), проводятся деловые игры.

Лекции есть разновидность учебного занятия, направленная на рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Основными це-

лями лекции являются системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, ее методологических и социокультурных оснований, возможных вариантов решения, дача методических рекомендаций для дальнейшего изучения курса, в том числе литературы и источников. Лекционная подача материала, вместе с тем, не предполагает исключительную активность преподавателя. Лектор должен стимулировать студентов к участию в обсуждении вопросов лекционного занятия, к высказыванию собственной точки зрения по обсуждаемой проблеме.

Практические занятия направлены на развитие самостоятельности студентов в исследовании изучаемых вопросов и приобретение профессиональных умений и навыков. Практические занятия традиционно проводятся в форме обсуждения проблемных вопросов в группе при активном участии студентов, они способствуют углубленному изучению наиболее фундаментальных и сложных проблем курса, служат важной формой анализа и синтеза исследуемого материала, а также подведения итогов самостоятельной работы студентов, стимулируя развитие профессиональной компетентности, навыков и умений. На практических занятиях студенты учатся работать с научной литературой, четко и доходчиво излагать проблемы и предлагать варианты их решения, аргументировать свою позицию, оценивать и критиковать позиции других, свободно публично высказывать свои мысли и суждения, грамотно вести полемику и представлять результаты собственных исследований.

При проведении практических занятий преподаватель должен ориентировать студентов при подготовке использовать в первую очередь специальную научную литературу (монографии, статьи из научных журналов).

Результаты работы на практических занятиях должны учитываться преподавателем при выставлении итоговой оценки по данной дисциплине. На усмотрение преподавателя сту-

денты, активно отвечающие на занятиях, и выполняющие рекомендации преподавателя при подготовке к ним, могут получить повышающий балл к своей экзаменационной оценке.

3 Практические занятия

Практическое занятие № 1

Введение в экономику отраслевых рынков

1. Место «Экономики отраслевых рынков» в анализе рыночных структур

2. Гарвардская и чикагская традиции в исследовании рыночных структур

3. Исходная парадигма гарвардской традиции «Структура – поведение – результативность»

Обсуждаемые вопросы:

1. Характеристика конкурентных рынков. Совершенная конкуренция и ее условия.

1. Неконкурентные рынки. Монополистическая и несовершенная конкуренция.

3. Основные подходы к измерению монопольной власти:

1. После исследования некоторых отраслей была получена следующая информация:

а) индекс Лернера для фирмы с наибольшей рыночной долей в каждой отрасли оказался

больше, чем индекс Лернера для фирм, вторых по размеру;

б) индекс Лернера обратно зависит от эластичности спроса;

в) индекс Лернера прямо пропорционально зависит от количества фирм, существующих в отрасли.

Что из вышеперечисленного относится к олигополии Курно? Докажите.

2. Правдоподобно ли мнение, что монополия на каждой стадии производства (где их более одной), будет иметь такую же эффективность, как и вертикально-интегрированная монополия во всей отрасли?

3. Перемещает ли вертикальная интеграция монопольную власть фирмы с одного уровня на другой?

4. Часто наблюдается, что отрасли, демонстрирующие высокие темпы входа новых фирм, так же отличаются и высокими темпами выхода их отрасли.

а) Как Вы можете это объяснить?

б) Как это связано с ценовой стратегией фирм-старожилов?

5. В большинстве моделей удержания от входа фирма-старожил использует тактику хищнического ценообразования для воздействия на потенциальную фирму-новичок. Могут ли эти модели быть пересмотрены таким образом, что подобную тактику использует фирмановичок? Если да, то в чем тогда принципиальная разница между фирмами?

6. Американские фирмы Кока-Кола и Пепсико доминируют на мировом рынке прохладительных напитков более ста лет, тогда как другие американские фирмы, как ДженералМоторс и Форд постоянно подвергаются атакам конкурентов из других стран. В чем разница между этими двумя продуктовыми (рыночными) ситуациями, почему наблюдаются такие существенные различия?

Подготовка реферата и электронной презентации

Доклады:

1. Рынок совершенной конкуренции

2. Рынки несовершенной конкуренции: теория и практика

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

3. Задача. При цене единицы товара 18\$ на рынке было три покупателя, имеющих прямолинейные функции спроса по цене. Первый купил 20 единиц товара, и его эластичность спроса по цене была -2 , второй купил 16 единиц товара при эластичности спроса по цене $-1,5$ и третий купил 24 единицы товара при эластичности спроса по цене $-2,5$. Определите эластичность рыночного спроса по цене.

Практическое занятие № 2.

Фирма в теории организации отраслевых рынков

1. Суть различных концепций фирмы (технологической, контрактной и стратегической).
2. Рынок и отрасль: понятия и подходы к идентификации границ
3. Институциональный подход. Причины существования рынков и фирм
4. Многообразие целей разных экономических агентов (акционеров, индивидуального предпринимателя, менеджеров, кредиторов) и их влияние на поведение фирмы.
5. Цели фирм в российской экономике

Обсуждаемые вопросы:

1. Индекс Херфинделя-Хиршмана.
2. Барьеры входа в отрасль. Затраты на вход, безвозвратные издержки.
3. Показатели оценки отраслевых барьеров входа – выхода

Подготовка реферата и электронной презентации

Доклады:

1. Стратегические и нестратегические барьеры входа-выхода.
2. Барьеры входа-выхода в современной России.

Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

3. Задача. При цене единицы товара 8\$ на рынке было три фирмы, имеющих прямолинейные функции предложения. Первая из них с $e_1^S=1,6$ предлагала 10 единиц товара, вторая с $e_2^S=2$ предлагала 12 единиц товара, а третья с $e_3^S=1$ предлагала 40 единиц товара. Какова будет отраслевая эластичность предложения по цене при $P=12$?

Практическое занятие № 3.

Структура рынков: концентрация и рыночная власть фирм

1. Определение рынков в теории и на практике.
2. Факторы, определяющие структуру рынка. Классификация рыночных структур
3. Концентрация: проблемы измерения
4. Индексы концентрации и монопольной власти фирм. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс Джини

Обсуждаемые вопросы:

1. Что такое монополизация рынка и как она связана с потерями общественного благосостояния. Можете ли Вы назвать условия, при которых монополия может быть эффективнее конкуренции?

2. Объясните, какие возникают последствия для общества в результате ограничения цен на продукцию монополиста. Возможен ли негативный эффект для общества?

3. Какие Вы можете назвать проблемы измерения монопольной власти, охарактеризуйте достоинства и недостатки различных подходов.

4. Какие существуют проблемы определения экономической прибыли? Какую прибыль можно считать нормальной?

5. Многие рынки товаров и услуг для населения в России высоко монополизированы (например: газо- и электро-

снабжение.) Как влияет государственный контроль цен в этих отраслях на:

- а) количество продаваемого товара;
- б) благосостояние потребителей;
- в) благосостояние производителя;
- г) общий уровень общественного благосостояния.

6. В конце XX века Федеральная Торговая Комиссия США разрешила слияние двух фирм, производящих самолеты, Боинга и Макконела Дугласа. Как Вы думаете, почему она пошла на разрешение создания такой большой монополии не только на внутреннем, но и на мировом рынке?

7. Можете ли Вы объяснить, почему в настоящее время в России широко обсуждается проблема приватизации МПС? (Прим.: Более ста лет в США железные дороги были объектом государственного регулирования, но потом оно было снято. Почему, как Вы думаете?)

8. Пусть кривая рыночного спроса на продукцию, производимую фирмой, описывается уравнением: $Q=100-p$. Предельные издержки производства постоянны и равны $MC=20$ руб.

Фирма подкупает государственного чиновника, который лоббирует запрет на появление новых фирм в отрасли, но за это она платит ему 10 руб. с каждой проданной ею на рынке единицы товара.

а) Рассчитайте цены и объем продаж товара при действии фирмы как монополиста и если бы она действовала как совершенно конкурентная фирма, не используя власть чиновника.

б) Рассчитайте совокупный излишек общества при монополии и при конкурентном поведении фирмы.

в) Каковы издержки общества от существования монополии?

г) Как эти издержки распределяются на две части: ренту от монопольного положения фирмы на рынке и потери от ограничения объема производства товара монополиями?

Подготовка реферата и электронной презентации

Доклады:

1. Социально-экономическая цена монополии.

2. Антимонopolная политика современной России.

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

Практическое занятие № 4.

Особенности функционирования отраслей естественных монополий

1. Определение естественной монополии

2. Проблема естественной монополии

3. Ценовое регулирование естественной монополии

Обсуждаемые вопросы:

1. Понятие вертикальной интеграции и вертикальных ограничений. Виды вертикальных ограничений.

2. Отрицательные вертикальные внешние эффекты. Вертикальные ограничивающие контракты:

типы и сравнительная эффективность. Воздействие вертикальных контрактов на конкуренцию. Новые явления в развитии интеграционных процессов.

3. Стратегии диверсификации производства и расширения масштабов бизнеса. Процессы дезинтеграции. Аутсорсинг.

Рассматриваются вопросы достоинств и недостатков вертикальной интеграции компаний, виды вертикальных ограничений, практические примеры, решаются задачи:

1. Практика строительства и эксплуатации тепловых электростанций в России свидетельствует о том, что уже на стадии проектирования электростанция «привязывается» к долговременному (до 40 лет) источнику снабжения топливом, теплотехнические свойства которого определяют технологию и конструкцию оборудования для его сжигания. В результате поставщики угля по отношению к конкретным тепловым электростанциям становятся монополистами. Но в свою очередь электростанции являются монополистами, поскольку уголь определенных характеристик может быть закуплен (поставлен) только ТЭЦ с конкретными показателями, «подстроенными» под параметры угля. Какие проблемы могут возникнуть (и возникают!) в энергетической цепочке топливной электростанции? Каким образом они решаются:

- частными компаниями;
- с помощью государства?

Какова здесь роль антимонопольного органа?

2. Почему в одних отраслях наблюдается вертикальная интеграция, в других вертикальная дезинтеграция, а в третьих — стремление к вертикальным ограничительным контрактам?

3. Почему в каких-то отраслях преобладает интеграция «ресурса», а в других — интеграция «продукта»?

4. Как вы думаете, при наличии в отрасли специфических активов вертикальная интеграция приведет более эффективному результату, чем ее отсутствие? Какова в этом случае должна быть позиция политики поддержки конкуренции?

5. Американский экономист Стиглер утверждает, что отрасль на ранней стадии своего развития обычно характеризуется вертикальной интеграцией. При расширении отрасли

отсутствие интеграции становится оптимальным. Можете ли вы привести доводы, подтверждающие заявления Стиглера? Если теория Стиглера верна, какие выводы из этого можно сделать для политики поддержки конкуренции?

6. В течение 1980—1990-х гг. во многих отраслях мировой экономики наблюдалась тенденция к дезинтеграции. Также этот период характеризуется распространением во всем мире гибких технологий производства. Являются ли эти две тенденции взаимосвязанными?

7. В чем выражаются вертикальные и горизонтальные внешние эффекты во взаимодействиях между производителем и розничным продавцом? К каким последствиям эти эффекты приводят?

8. Должно ли государство запрещать вертикальные ограничительные контракты? Приведите как можно больше аргументов «за» и «против» этой точки зрения.

9. Может ли вертикальная интеграция быть полезна развитию конкуренции в экономике? Каким образом? Приведите подобные примеры.

10. Какое воздействие на стимулы к вертикальной интеграции для двух фирм может оказать асимметрия информации относительно условий, влияющих на спрос и предложение на рынке промежуточного продукта?

11. Единственный производитель товара распространяет свою продукцию через двух независимых дилеров. Дилеры конкурируют между собой как с помощью розничных цен, так и с помощью объема предоставляемых потребителям послепродажных услуг. Денежная оценка полезности товара для потребителя может быть представлена в виде следующей функции: $U = v + e$, где v — базовые характеристики товара, а $e = e_1 + e_2$ — количество услуг, предоставляемых

дилерами. Издержки каждого дилера равны:
 равны: $C^d(q,e) = P^w \times q + \mu \times \frac{e^2}{2}$, где $\mu > 1$; P^w — оптовая цена еди-

ницы товара. Конечный спрос представлен в виде:
 $Q(P,e) = U - P$. Предельные издержки
 производителя постоянны и равны с.

1. Какой оптимальный уровень услуг выберут розничные торговцы, если они конкурируют по Бертрану?
2. Какой объем продаж будет на рынке в этом случае?
3. Какую прибыль получит производитель?
4. Каким будет излишек потребителей?
5. Какими будут уровень услуг, объем продаж и прибыль производителя в случае вертикальной интеграции?
6. Могут ли контракты с правом исключительной территории для дилеров и фиксированной платой за франшизу (применяемые одновременно) привести к наилучшему исходу для рынка с позиции общества в целом?
7. Могут ли стратегия контроля уровня розничной цены и фиксированная плата за франшизу (применяемые одновременно) привести к наилучшему исходу для рынка с позиции общества в целом?

Подготовка реферата и электронной презентации

Доклады:

1. Вертикальные ограничивающие контракты: типы и сравнительная эффективность
2. Слияния и поглощения: прикладные аспекты.
3. Проблемы рейдерства в современной России.

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

Практическое занятие № 5

Модели поведения фирм на рынках монополистической конкуренции

1. Дифференциация продукции: ценовая и неценовая конкуренция. 2. Развитие модели монополистической конкуренции Чемберлена
3. Горизонтальная и вертикальная дифференциация товара. Модели пространственной дифференциации. Модели Хотеллинга и Салопа

Обсуждаемые вопросы:

1. Дифференциация продукта. Вертикальная и горизонтальная дифференциация продукции, подходы к измерению степени дифференциации продукции.

2. Простейшие модели. Эффекты собственной и перекрестной цены. Количественные и Ценовые игры при неоднородных продуктах, модификация моделей Курно и Бертрана. Модель последовательных действий.

3. Монополистическая конкуренция. Фирмы и торговые марки. Равновесие Чемберлина при монополистической конкуренции.

4. Аллокативная неэффективность монополистической конкуренции.

5. Модель линейного города, «зонтики Хотеллинга» и модель кругового города Салопа.

6. Модель Ланкастера и модель вертикальной дифференциации продукта Саттона.

Рассматриваются рынки с неоднородной продукцией, вопросы дифференциации продукции, практические примеры, решаются задачи:

1. Каким образом, по Вашему мнению, можно оценить уровень дифференциации продукта на рынке?

2. В чем сходство, а в чем различие решаемых проблем в моделях пространственной дифференциации Хотеллинга и Салопа. С чем, по Вашему мнению, это связано?

Подготовка реферата и электронной презентации

Доклады:

1. Монополистическая конкуренция: вертикальная и горизонтальная дифференциация.

2. Аллокативная эффективность и неэффективность монополистической конкуренции.

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

3. Задача. Фирма А является крупным производителем на рынке, а фирма В пытается войти на рынок. При этом спрос на рынке описывается функцией $P = 50 - Q$. Общие издержки фирмы А: $TC = 10Q$, фирмы В: $TC = 12Q$.

Фирма А использует лимитирующее ценообразование для предотвращения входа фирмы В на рынок, устанавливая лимитирующую цену в размере 22\$ за единицу товара. Неудовлетворенный спрос на рынке составляет 10 единиц. Определить: Будет ли такое поведение фирмы А эффективным.

Практическое занятие № 6

Модели рынка с доминирующей фирмой

1. Развитие классической модели рынка в условиях олигополии

2. Ценовое лидерство и причины появления доминирующей фирмы на рынке

3. Принятие стратегических решений

4. Процесс возникновения на рынке доминирующих продавцов

1. Обсуждаемые вопросы:

1. Структура рынка и спрос на инновации. Расходы на инновации.

2. Внешние эффекты инноваций.

3. Государственная политика в отношении соглашений об инновациях.

4. Патенты и патентная защита. Длительность и охват патентной защиты: проблема компромисса.

Рассматриваются вопросы инновационной тактики компаний, практические примеры, решаются задачи:

1. Если бы в отрасли не было патентов, расходы на НИОКР были бы больше или меньше оптимального для экономики?

2. Что лучше, с точки зрения достижения оптимального уровня расходов на НИОКР патенты или другие методы, такие, как: премии, научные гранты, исследовательские контракты, венчурные фирмы?

3. Каков оптимальный срок патента для оптимального решения дилеммы между положительными и отрицательными последствиями патентов?

4. Когда монопольная прибыль выше: если держатель патента сам использует патент или дает лицензию другому производителю?

5. Каким образом структура рынка оказывает влияние на стимулы к инновациям и на время инноваций?

6. Когда рынок предоставляет слишком много инноваций, а когда — слишком мало по сравнению с оптимальным?

7. В каких случаях монополистическая структура рынка более (менее) эффективна, чем конкурентная, с точки зрения стимулирования инновационной деятельности в отрасли?

8. Какое воздействие на инновационную деятельность оказывают налоги?

9. Каким образом транзакционные издержки рынка влияют на промышленные инновации?

10. Какие виды защиты от имитации являются наиболее эффективными? Наименее эффективными? Почему последние все так продолжают использоваться фирмами на рынках?

Подготовка реферата и электронной презентации

Доклады:

1. Гонка за НТП, равновесный и общественно оптимальный уровень НИОКР. Гипотеза Шумпетера.

2. Кооперация в сфере НИОКР, эффект положительного влияния.

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

3. Задача. Спрос на рынке от цены зависит следующим образом: $P=100 - Q$. Издержки фирм составляют: $FC_1=0$, $AVC_1=35$, $FC_2=10$, $AVC_2=25$.

Одна из фирм является лидером, другая пытается войти на рынок. Какой может быть цена товара, лимитирующая вход на рынок новой фирме?

Практическое занятие № 7

Вертикальная интеграция и диверсификация

1. Сущность вертикальной интеграции

2. Формы и степень вертикальной интеграции

3. Диверсификация: проблемы измерения, теории диверсификации и образования конгломератов

4. Монополистические мотивы и проблемы стратегического взаимодействия на рынке монополии и монополии.

Обсуждаемые вопросы:

1.Ценовая политика и ее методы.

2.Ценовая дискриминация.

3.Типы дискриминационной политики.

4. Практика ценовой дискриминации.

5. Модели ценообразования.

Рассматриваются вопросы ценовой тактики компаний, методы ценовой дискриминации, практические примеры, решаются задачи:

1. Пусть монополист действует на рынке, на котором существует две легко различимые группы потребителей, со следующими функциями спроса: $Q_1(P) = 100 - 2P$, $Q_2(P) = 300 - 10P$. Функция издержек монополиста: $TC(Q) = 10Q$.

Предположим, что перепродажа товара монополиста невозможна. Найдите оптимальные для монополиста объемы производства и цены в условиях, когда монополист проводит ценовую дискриминацию третьей степени, и когда не проводит. Оцените, какой ущерб несет общество от монополизации отрасли и потребительский излишек в каждом из случаев.

2. Сравните между собой все известные Вам виды ценовой дискриминации.

а) каким образом применение того или иного вида ценовой дискриминации воздействует на общественное благосостояние, цену и объем продаж товара?

б) с чем, прежде всего, связаны возможности применения того или иного вида ценовой дискриминации?

в) приведите примеры ценовой дискриминации, с которой Вы когда-либо сталкивались в реальной жизни.

г) почему в условиях совершенной ценовой дискриминации, объем предложения достигает конкурентного уровня?

д) всегда ли ценовая дискриминация неэффективна с точки зрения потребителей? А всего общества?

е) нужно ли, по Вашему мнению, ограничивать практику ценовой дискриминации? Когда и в каких случаях?

3. Пусть монополист проводит ценовую дискриминацию третьей степени на двух сегментах рынка. В терминах эластичности спроса показать, что ценовая дискриминация невозможна при одинаковой эластичности спроса на разных сегментах рынка.

4. Верно ли утверждение, что для фирмы никогда не будет оптимальным использование хищнического ценообразования?

5. Пусть рыбный ресторан дает дисконтные карты покупателям снаряжения для рыбной ловли, расположенного рядом магазина:

а) почему это может происходить только для клиентов этого магазина?

б) чье благосостояние повышает такой тип ценовой дискриминации?

6. У многих людей существует мнение, что сговор более вероятен в отрасли с малым числом фирм. В Москву из Новосибирска осуществляют рейсы всего несколько авиакомпаний, почему же между ними так часто происходят ценовые войны?

7. Часто утверждается, что ценовые войны более часто встречаются в периоды низкого спроса, по сравнению с периодами высокого спроса.

а) Можете ли вы опровергнуть это утверждение?

б) Можете ли вы привести причины, по которым отклонения от кооперации в ценах более
прибыльны во времена подъема (роста спроса), чем во времена спада?

Подготовка реферата и электронной презентации

Доклады:

1.Ценовая политика предприятия.

2.Модели ценообразования.

3.Ценовая дискриминация

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

Практическое занятие № 8

Трансформация аграрного рынка

1. Агропромышленный комплекс России, его состав структура, состояние
2. Структурные диспропорции и монополизм как тормоз интеграционных процессов.
3. Виды рынков в системе агробизнеса
4. Перспективные формы агропромышленной интеграции
5. Пути развития инфраструктурных отраслей

Обсуждаемые вопросы:

1. Результативность отраслевых рынков: подходы к исследованию.
2. Результативность рыночных структур.
3. Влияние результативности рынков на экономический рост.

Рассматриваются вопросы результативности функционирования аграрных отраслевых рынков, практические примеры, решаются задачи:

1. Дайте определение результативности отраслевого рынка.

2. Охарактеризуйте взаимосвязь структуры рынка, поведения фирм на рынке и результативности.

3. Как можно измерить результативность деятельности фирмы?

4. Каковы параметры результативности рынка монополии?

5. Каковы подходы к оценке потерь «мертвого груза» монополии?

6. При каких условиях достижима Х-эффективность монополии?

7. Как можно оценить результативность рынка с естественной монополией?

Подготовка реферата и электронной презентации

Доклады:

1. Результативность деятельности фирм в национальной экономике

2. Результативность деятельности монополии.

3. Результативность функционирования аграрных рынков

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

3 Задача

Покупатели двух разных товаров (1 и 2) расположены равномерно вдоль единичного отрезка. Бюджетное ограничение потребителей $I = 80$ у.е. Затраты на производство одной единицы товара составляют 20 у.е. Сумма скидки на товар 2 для покупателя товара 1 (и наоборот) составляет 30 у.е.

Определить: Какую цену должны установить фирмы на товар, чтобы получить максимальную прибыль?

Практическое занятие № 9

Практика функционирования рынков и проблемы государственного регулирования

1. Проблемы формирования рынка в России
2. Типы отраслевой политики.
3. Эмпирический анализ структуры рынков, поведение фирм и эффективность отраслевого функционирования
4. Принятие решений в теории и на практике: ситуационный анализ.
5. Государственная политика и эффективность функционирования отраслей и рынков.

Обсуждаемые вопросы:

1. Необходимость промышленной (отраслевой) политики государства. «Провалы» рынка.
2. Виды и типы отраслевой политики.
3. Промышленная политика в зарубежных странах. Конфликты между промышленной политикой и политикой поддержки конкуренции.
4. Задачи государственной отраслевой политики в России.
5. Теоретические основы государственной антимонопольной политики.
6. Цели и методы государственной антимонопольной политики и проблемы ее эффективной реализации.
7. Антимонопольная политика в зарубежных странах (США, страны ЕС, Япония).
8. Эволюция антимонопольной политики в России.

Рассматриваются вопросы и основные проблемы антимонопольной политики государства, практические примеры, решаются задачи:

1. На рынке лекарственных препаратов в городе N действует единственная фирма — производитель. Спрос на лекар-

ственные препараты равен: $P = 100 - Q$. Затраты на выпуск и продажу товара составляют $ТС = Q^2$. Монополия может снизить затраты до $ТС = 2Q$, если ухудшит качество продукции. Так как лекарственные препараты представляют собой социально значимый товар, то ухудшение качества продукции немедленно будет известно мэрии города, которая обязательно наложит на фирму штраф в размере 40% от всей прибыли монополии, полученной за счет снижения качества продукции.

Ответьте на вопросы:

- 1) будет ли монополия все же снижать качество продукции?
- 2) будет ли монополия снижать качество продукции, если величина штрафа составит 60%?
- 3) при какой минимальной величине штрафа у монополии не будет стимула снижать качество продукции?

2. Косметическая фирма-монополист на рынке косметики разработала и запустила в производство новый вид крема. Постоянные затраты на данный вид продукции составляют 50 млн руб. в год. Переменные затраты на один комплект крема равны 1,5 тыс. руб. Фирма предполагает, что спрос не будет превышать 100 тыс. шт. в год и будет падать на 1 тыс. шт. в год при увеличении цены на каждые 100 руб.

Ответьте на вопросы:

- 1) какова будет максимальная прибыль, оптимальный объем продаж и монополия цена, если фирма преследует цель максимизации прибыли?
- 2) государство хочет заставить монополиста производить конкурентный объем выпуска и вводит для этого количественный налог на продукцию монополиста. Какой размер налога должно ввести государство для достижения данной цели?

Рассматриваются вопросы и основные проблемы анти-монопольной политики государства, практические примеры, решаются задачи:

1. Известно, что торговые сети сотрудничают с тем поставщиком, у которого больше средств и наибольший рекламный бюджет. Вхождение в торговую сеть стоит определенных вложений. Как представители крупного бизнеса, владельцы супермаркетов стремятся к получению максимальной прибыли. Работа торговых сетей и производителей должна строиться на взаимовыгодных условиях: производитель продает свою продукцию, а ритейлер зарабатывает на продаже востребованных товаров. Торговые сети берут плату за удобное размещение продукции на полке, за установку фирменной полки и рекламной продукции, а это не всегда могут позволить себе местные производители.

Должны ли региональные и муниципальные власти использовать административный ресурс для льготного предоставления торговых площадей в торговых сетях, чтобы поддерживать малый и средний бизнес?

2. К каким отрицательным последствиям может привести регулирование цен на социально значимые товары?

3. В некоторых зарубежных странах законодательно введен запрет работы крупных супермаркетов после 18 или 19 ч, чтобы небольшие магазины могли свободно торговать в это время. По данным аналитиков, на оборот после 18 ч приходится около 40% выручки торговых сетей, а пик покупательской активности в больших городах достигается в интервале 18—21 ч. Является ли эта государственная мера про- или контрконкурентной? Можно ли эту меру принять в России?

4. На сегодняшний день Россия входит в первую пятерку стран, на которые приходится почти три четверти ми-

рового производства урана, но занимает в этом списке последнее место. Почти 80% общемировой добычи урана приходится всего на семь компаний, причем четыре из них — Cameco, Rio Tinto, AREVA и «Казатомпром» — контролируют 60% мирового производства урана. Россия поставила перед собой стратегическую цель — занять в пятерке стран третье место по добыче этого сырья. Может ли политика поддержки конкуренции помочь в этом деле? Каким образом?

5. Государство призвано поддерживать конкурентную среду. Однако в случаях, например, обеспечения жизнедеятельности населения в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях или развития культуры и сохранения культурного наследия, государство может предоставить отдельным хозяйствующим субъектам различные преимущества, которые обеспечивают им более выгодные условия деятельности на соответствующем товарном рынке, путем передачи имущества и (или) иных объектов гражданских прав, прав доступа к информации в приоритетном порядке. Как выделить приоритеты государства: конкуренция или социально значимый результат?

6. Ст. 12 Закона «О защите конкуренции» говорит о том, что соглашение между хозяйствующими субъектами, которые не конкурируют между собой, один из которых приобретает товар, а другой предоставляет товар, позволяются в том случае, если соответствующие доли данных хозяйствующих субъектов на рынке любого товара не превышают 20%. Означает ли это, что государство стремится обеспечить баланс между динамической средой и стабильностью, устанавливая достаточно высокие пороги для расширения рыночной доли фирм, входящих в «вертикальные» соглашения?

7. Как отличить добросовестную конкуренцию от недобросовестной? Где проходит граница между нормальной

хозяйственной практикой участников рынка и недобросовестной конкурентной борьбой?

8. Какие конфликты интересов возникают между различными видами государственной политики?

9. В чем заключается проблема монополизации государственных властей? Какую роль в этом вопросе играет политика поддержки конкуренции?

10. Каким образом проблемы адекватного взаимодействия конкурентной и промышленной политики решаются в зарубежных странах?

Подготовка реферата и электронной презентации

Доклады:

1. Антитрестовское законодательство в системе государственной политики.

2. Регулирование, дерегулирование и приватизация.

3. Правило разумности и закон как таковой в анти-монопольной политике развитых стран.

4. Особенности регулирования неконкурентного поведения фирм в США, Западной Европе и Японии.

5. Добросовестная и недобросовестная конкуренция на рынке.

6. Проблемы антимонопольного законодательства в России.

/Обсуждение докладов, ответы на вопросы с участием студентов в роли задающих вопросы и оценивающих ответы/

3. Задача

Фирма управляется работниками, максимизирующими чистую выручку на одного работника. Производственная функция фирмы в краткосрочном периоде описывается уравнением: $Q(L) = 40L - L^2$. Постоянные затраты фирмы составляют $FC = 10$.

Определить:

1. Функцию предложения фирмы при условии, что она действует на рынке совершенной конкуренции.

Как изменится функция предложения, если постоянные затраты возрастут до $FC = 40$.

2. Чем будет отличаться функция предложения фирмы, управляемой работниками от фирмы, максимизирующей прибыль. Ставка заработной платы работников равна 20.

4 Кейс-задание

Кейс-задание

Тема: Модели рынка с доминирующей фирмой

Исходные данные для выполнения кейс-задания:

Антимонопольное ведомство предлагает разделить одного из крупнейших региональных перевозчиков ГУП «Кавминводоавиа» на авиакомпанию и два аэропорта. Однако руководство компании не хочет расставаться с аэропортами, один из которых до недавнего времени пользовался налоговыми льготами.

ГУП «Кавминводоавиа» состоит из авиакомпании и двух аэропортов – в Ставрополе и Минеральных Водах. Аэропорт «Ставрополь» был приватизирован в 2002г., а в 2009г. по решению арбитража возвращен государству в лице ГУП «Кавминводоавиа». Его бывший владелец – Ставропольская акционерная авиакомпания (СААК) – до сих пор судится с государственной службой гражданской авиации. Авиакомпания «Кавминводоавиа» выполняет рейсы в Болгарию, Германию, Грецию, Сирию, Кипр, Израиль, Турцию, ОАЭ, а также в 48 городов России. Её парк насчитывает 21 воздушное судно и включает самолеты Ту-34, Ту-154, Ту-204. По итогам 2010г. выручка ГУП составила около 1 млрд руб. Разделить «Кавминводоавиа» на три самостоятельных субъекта предложило ставропольское отделение МАП. Его глава В. Рохмистров рассказал «Ведомостям», что «авиакомпания использует аэропорты в собственных интересах и ставит других перевозчиков в невыгодные условия». За «Кавминводоавиа» числятся три факта нарушения антимонопольного законодательства. Так,

«Кавминводываиа» вынудила компанию «Эллада» заключать договор через собственного агента в Греции, и установила неудобный график обслуживания для компании «Алания» в аэропорту Минеральных Вод. «По итогам разбирательства в МАПе «Кавминводываиа» заплатила штраф в 10 000 руб.», - признает замглавы ГУП Ю. Черепанов.

На коллегии МАП на прошлой неделе Рохмистров предложил применить к «Кавминводываиа» 19 статью Закона о конкуренции. Она допускает принудительное разделение организаций, занимающих доминирующее положение на рынке и совершивших два или более нарушений антимонопольного законодательства. «Такая реорганизация возможна, - пояснил «Ведомостям» замначальника департамента транспорта Минимущества В. Гусаров. – Так как концепция развития гражданской авиации это предусматривает. Решение может быть принято только после согласования со всеми ведомствами».

Прочтите статью и ответьте на вопросы.

1. Является ли компания «Кавминводываиа» доминирующей фирмой? Какие критерии вы примените для оценки положения компании на рынке? О каком рынке идет речь?

2. Насколько целесообразным является применение статьи 19 Закона о конкуренции в данном случае?

3. Какие аргументы приводят представители МАП в поддержку своей позиции?

4. Какие нарушения антимонопольного законодательства уже числятся за компанией?

5. Какие аргументы, по-вашему, могут приводить адвокаты компании против применения ст. 19?

6. Какие еще меры, кроме разделения, можно предложить для усиления конкуренции на данном рынке?

Опрос

План опроса по теме «Особенности функционирования отраслей естественных монополий».

Перед началом практического занятия необходимо изучить теоретические материалы по теме «Особенности функционирования отраслей естественных монополий».

Изучив данную тему, студенты должны узнать, в чем заключаются особенности регулирования и реформирования естественных монополий, какова роль государства при формировании эффективной инфраструктуры рынка?

После изучения теоретического материала, ответить на следующие вопросы:

1 Максимизация прибыли монополии, особенности монопольного ценообразования.

2 Последствия монопольной власти.

3 Чистые потери благосостояния, возникающие вследствие монополии.

4 Сравнительный анализ эффективности производства в условиях свободной конкуренции и монополии.

5 Х-неэффективность монополий и общественные потери.

6 Существует ли связь между концентрацией и уровнем монопольной власти продавцов на рынке? Если да, то какая?

7 В чем состоит экономический смысл «мертвого груза» монополии?

8 Почему величина монопольной прибыли также может относиться к потерям общества?

9 Насколько обоснованным Вам представляется такой подход?

5 Перечень основной и дополнительной литературы

Основная учебная литература

1. Верховец О.А. Теория отраслевых рынков [Электронный ресурс]: учебное пособие (для студентов, обучающихся по направлению «Экономика»)/ Верховец О.А.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный

университет им. Ф.М. Достоевского, 2016.— 58 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59662.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Федорова А.Ю. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Федорова А.Ю.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Университет ИТМО, 2016.— 92 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65374.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / под ред. А.П. Гарнова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 366 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/8240. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/935573>

4. Грачева М.В. Моделирование экономических процессов [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления/ Грачева М.В., Черемных Ю.Н., Туманова Е.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 543 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12867>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Дополнительная учебная литература

1 Грачева М.В. Моделирование экономических процессов [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления/ Грачева М.В., Черемных Ю.Н., Туманова Е.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 543 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12867>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2 Гришаева Л.В. Сельскохозяйственные рынки [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Гришаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование,

2013.— 245 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11373>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

3 Елисеев А.С. Экономика [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Елисеев А.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 528 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17607>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

4 Самсонова М.В. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс]: практикум/ Самсонова М.В., Белякова Е.А.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 135 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33670>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

5 Фролов Ю.В. Анализ результатов маркетинговых исследований в системе Statistica (на примерах) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Фролов Ю.В., Игрунова О.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Русайнс, 2015.— 248 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48870>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

6 Экономический анализ [Электронный ресурс]: учебник для вузов/ Л.Т. Гиляровская [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.— 615 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34534>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

7 Экономический анализ [Электронный ресурс]: учебник для вузов/ Л.Т. Гиляровская [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.— 615 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34534>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень ЭБС

№	Наименование	Тематика
1	Znanium.com	Универсальная
2	IPRbook	Универсальная
3	Образовательный портал КубГАУ	Универсальная

Перечень рекомендуемых интернет сайтов

– Консалтинг и решения для разработки и анализа бизнес планов, ТЭО, финансовых моделей, оценки инвестиционных проектов, бизнес планирования и финансового анализа (официальный сайт программ Project Expert и Audit Expert) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.expert-systems.com/>, свободный. – Загл. с экрана.

– ГАРАНТ - Законодательство (кодексы, законы, указы, постановления) РФ, аналитика, комментарии, практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>, свободный. – Загл. с экрана;

– «Консультант Плюс» - законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный. – Загл. с экрана;

– eLIBRARY.RU - научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>, свободный. – Загл. с экрана.

АНАЛИЗ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Методические указания

Составитель: **Бритикова** Елена Александровна

Электронное издание

Кубанский государственный
аграрный университет
350044, г. Краснодар, ул. Калинина, 13