



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПСП

Фонд оценочных средств
(приложение к рабочей программе дисциплины)

АНАЛИЗ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

основной профессиональной образовательной программы магистратуры
по направлению подготовки

38.04.01 ЭКОНОМИКА

Профиль программы

«ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИЙ»

ИНСТИТУТ
РАЗРАБОТЧИК

отраслевой экономики и управления
кафедра экономической безопасности

1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплина	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК -4: Способен проектировать и оптимизировать бизнес-процессы организации;</p> <p>ПК-6: Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне</p>	<p>ПК-4.2: Анализирует и использует различные источники информации для проведения экономических расчетов при проектировании и оптимизации бизнес-процессов;</p> <p>ПК-6.2: Использует методы и приемы экономического анализа для подготовки аналитических материалов по оценке мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне</p>	<p>Анализ отраслевых рынков</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные источники специальной экономической информации для подготовки аналитических материалов по отраслевым рынкам; - методики прогнозирования социально-экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов отрасли, региона; - финансово-экономические и социальные условия, необходимые для устойчивого роста и развития отраслевых рынков и функционирующих на них экономических агентов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать экономические процессы организации; - организовать эффективную систему управления экономическими процессами на различных уровнях; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - терминологией по вопросам анализа и управления экономическими процессами; - навыками применения различных методов анализа существующих социально-экономических процессов; - навыками сбора, обработки и анализа статистических данных для построения эффективной системы управления экономическими процессами, используя различные источники информации.

2 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПОЭТАПНОГО ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ) И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1 Для оценки результатов освоения дисциплины используются:

- оценочные средства текущего контроля успеваемости;
- оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 К оценочным средствам текущего контроля успеваемости относятся:

- тестовые задания;
- задания по темам практических занятий;
- задания по контрольным работам.

2.3 К оценочным средствам для промежуточной аттестации по дисциплине, проводимой в форме зачета, относятся:

- вопросы для промежуточной аттестации (зачет) по дисциплине.

3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

3.1 Тестовые задания используются для оценки освоения теоретического материала студентами всех форм обучения. Тестирование обучающихся проводится на последнем практическом занятии согласно установленному варианту (Приложение 1).

Оценка теста определяется количеством правильных ответов:

- «Отлично» - 86-100% правильных ответов в тесте;
- «Хорошо» - 71-85% правильных ответов в тесте;
- «Удовлетворительно» - 51-70% правильных ответов в тесте;
- «Неудовлетворительно» - менее 50% правильных ответов в тесте.

3.2 В приложении 2 приведены типовые задания для проведения практических занятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Оценка результатов выполнения задания по каждой практической работе производится при представлении студентом выполненной работы и на основании ответов студента на вопросы по тематике практической работы. Студент, самостоятельно выполнивший задание и продемонстрировавший знание использованных им средств и приемов теоретических основ дисциплины, получает по практической работе оценку «зачтено».

Неудовлетворительная оценка «не зачтено» выставляется, если студент не выполнил и не «защитил» предусмотренные рабочей программой дисциплины практические задания.

3.3 В Приложении № 3 представлены типовые задания по выполнению контрольной работы.

Основная цель контрольной работы – закрепление, расширение и углубление знаний студентами заочной формы обучения, полученных в ходе самостоятельного изучения отдельных вопросов дисциплины. Контрольная работа предполагает раскрытие двух теоретических вопросов и выполнение практического задания. Задание на контрольную работу выдается на установочной сессии. Выполняется она в межсессионный период. Оценка за контрольную работу учитывается при итоговой аттестации по дисциплине.

Оценка контрольной работы («зачтено», «не зачтено») зависит от уровня усвоения и изложения студентом теоретических вопросов, правильности выполнения практического задания, наличия и сущности ошибок, допущенных студентом.

«Зачтено» - ставится, если использован современный теоретический материал и статистические данные, полно и всесторонне освещаются вопросы теоретического материала, делается самостоятельный анализ собранного материала, дается аргументированная критика, делаются самостоятельные выводы, практическое задание выполнено верно;

«Не зачтено» - ставится, если использован устаревший теоретический, нормативный материал и статистические данные, вопросы теоретических заданий раскрыты не в полной мере, практическое задание выполнено не верно.

4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

К зачету допускаются студенты:

- получившие положительную оценку по результатам выполнения практических заданий;
- защитившие контрольную работу.

4.2 В приложении № 4 приведены типовые контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации (зачета).

4.3 Оценивание зачета с оценкой является экспертным и зависит от уровня освоения студентом тем дисциплины (наличия и сущности ошибок, допущенных студентом при ответе на экзаменационный вопрос).

Критерии оценивания зачета по дисциплине:

Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»; 2)

«зачтено», «не зачтено»); 3) 100 - балльную (процентную) систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (табл. 2).

Таблица 2 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
1. Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полной системой знаний и системным взглядом на изучаемый объект
2. Работа с информацией	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
3. Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные задачи данные	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной задачи
4. Освоение стандартных	В состоянии решать только фрагменты	В состоянии решать	В состоянии решать	Не только владеет алгоритмом и

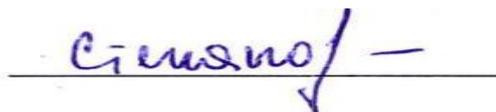
Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
алгоритмов решения профессиональных задач	поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

5 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине «Анализ отраслевых рынков» собой компонент основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (профиль «Экономика организаций»).

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры экономической безопасности (протокол № 9 от 26.04.2022 г.).

Заведующая кафедрой



Т.Е. Степанова

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры экономики и финансов (протокол № 6 от 26.04.2022).

Заведующий кафедрой



А.Г. Мнаçаканян

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «АНАЛИЗ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»

Вариант 1

1. Первые попытки привлечь внимание к анализу отраслевых рынков были сделаны в период:

- а) 1887-1915 гг;
- б) 1915-1933 гг;
- в) 1933-1940 гг.

2. В ходе подготовки аналитических материалов по отраслевым рынкам, из ниже перечисленного не относят к типологии границ разделения рынков...

- а) локальные границы;
- б) финансовые границы;
- в) продуктовые границы.

3. В ходе руководства бизнес-анализом к нестратегическим барьерам входа на рынок относится интеграция:

- а) горизонтальная;
- б) прямая;
- в) вертикальная.

4. Фирма – это ...

- а) предприятие, поведение которого полностью зависит от ситуации на отраслевом рынке;
- б) предприятие, которое способно оказывать влияние и на структуру рынка, и на поведение конкурентов, и на потребителей;
- в) обособленный агент рынка, который обладает производственной и финансовой свободами, зарегистрирован как юридическое лицо, имеющее банковский счет и прочие атрибуты регистрации.

5. Классическим примером ситуации, рассматривающей асимметрию информации о качестве товаров, является модель ...

- а) «Рынок лимонов»;
- б) «Туристы и аборигены»;
- в) «Ловушка для туристов».

6. Главной причиной формирования монополии является ...

- а) высокая норма прибыли;
- б) низкие барьеры входа;
- в) экономия от масштаба производства.

7. Сфера развития отраслевых рынков не является всеобъемлющей - на них имеют место:

- а) провалы государства;
- б) провалы рынка;
- в) мировые экономические кризисы.

8. Анализ фирмы, который позволяет выявить производственные ограничения распространения фирмы вширь и вглубь, определить технические условия эффективности ее функционирования, составляет суть ... концепции.

- а) технологической;
- б) контрактной;
- в) стратегической.

9. Для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия решений на микро- и макроуровне стратегическим принято считать такое поведение активных фирм, когда при выборе варианта своей деятельности им приходится ...

- а) принимать во внимание возможные ответные действия конкурентов;
- б) не принимать во внимание возможные ответные действия конкурентов;
- в) воздействовать на возможные ответные действия конкурентов.

10. Одна из основных предпосылок модели Бертрана состоит в том, что предприятия конкурируют на рынке по ... параметрам.

- а) количественным;
- б) качественным;
- в) ценовым.

Вариант 2

1. Анализ отраслевых рынков стал особенно популярен:

- а) 1887-1915 гг;
- б) 1915-1933 гг;
- в) 1933-1940 гг.

2. При подготовке аналитических материалов по отраслевым рынкам используют следующий критерий классификации рыночных структур - ...

- а) число участников рынка;
- б) взаимозаменяемость товаров;
- в) условия входа на рынок.

3. В ходе руководства бизнес-анализом к ценовым барьерам отраслевого рынка относят:

- а) дополнительное инвестирование;
- б) применение запретительных цен;
- в) вертикальная интеграция.

4. Основным свидетельством рыночной власти является...

- а) высокая концентрация продавцов;
- б) величина доходности капитала;
- в) большая доля рынка.

5. Из ниже перечисленных факторов не способствует решению проблемы асимметричности информации:

- а) репутация фирмы;
- б) гарантии на продукцию;
- в) расточительные расходы

6. Необходимость тщательного учета действий конкурирующих фирм на олигополистическом рынке при определении цен и объемов выпуска продукции называется ...

- а) стратегическим поведением;
- б) олигополистической взаимосвязью;
- в) ценовой войной.

7. К системе факторов, определяющих результативность отраслевых рынков, не относится:

- а) инновационность экономики;
- б) эффективность экономики;
- в) прогрессивность экономики.

8. Фирма как обособленный субъект экономической деятельности существует между двумя видами издержек - транзакционными издержками и издержками контроля - согласно ... концепции.

- а) технологической;
- б) стратегической;
- в) контрактной.

9. Для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне учитывают ценовую дискриминацию, целью которой является:

- а) вытеснение с рынка конкурентов путем победы в «ценовой войне»;
- б) захват фирмой потребительского излишка в максимально возможном количестве;
- в) захват фирмой максимальной доли рынка.

10. Когда наблюдается наличие контроля за поведением формально самостоятельных фирм при отсутствии контроля за их собственностью, то это явление называется ...

- а) субурбанизацией;
- б) диверсификацией;
- в) квазиинтеграцией.

Вариант 3

1. Изучение взаимодействия субъектов рынка в рамках товарной организации производства является ...

- а) объектом дисциплины;
- б) предметом дисциплины;
- в) субъектом дисциплины.

2. В ходе руководства бизнес-анализом не относят к стратегическим барьерам отраслевого рынка ...

- а) стратегическое ценообразование;
- б) вертикальную интеграцию;
- в) диверсификацию деятельности фирмы.

3. Решение о выборе стратегии ценовой конкуренции между фирмами будет находиться под воздействием эффекта ...

- а) «ближайшего соседа»;
- б) синергии;
- в) Веблена.

4. Активная фирма – это ...

- а) предприятие, поведение которого полностью зависит от ситуации на отраслевом рынке;
- б) предприятие, которое способно оказывать влияние и на структуру рынка, и на поведение конкурентов, и на потребителей;
- в) обособленный агент рынка, который обладает производственной и финансовой свободами, зарегистрирован как юридическое лицо, имеющее банковский счет и прочие атрибуты регистрации.

5. Если фирмы объединяют усилия на различных этапах производства общего продукта или услуги, что несет выгоду от более непосредственного контроля над качеством и графиком поставок сырья или над политикой цен и более тесного контакта с потребителем, то это - интеграция ...

- а) вертикальная;
- б) горизонтальная;
- в) пространственная.

6. В ходе подготовки аналитических материалов по отраслевым рынкам некооперативные стратегии поведения олигополий не классифицируются в зависимости от:

- а) выбора стратегической переменной;
- б) количества участников рынка;
- в) последовательности принятия решений.

7. Одним из факторов, определяющих результативность отраслевых рынков, является:

- а) технологичность экономики;

- б) научность экономики;
- в) максимальная занятость в экономике.

8. Для разработки и оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне следует учитывать, что продуктовая дифференциация ...

- а) выгодна продавцам, но не выгодна покупателям;
- б) выгодна и продавцам, и покупателям;
- в) не выгодна продавцам, но выгодна покупателям.

9. Одна из основных предпосылок модели Курно состоит в том, что предприятия конкурируют на рынке по ... параметрам.

- а) количественным;
- б) по качественным;
- в) по ценовым.

10. К типам государственной отраслевой политики, выделяемой по основным целям, не относится:

- а) защитная;
- б) активная;
- в) наступательная.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие 1

Тема: Структура отраслевого рынка

Форма проведения: практическая работа

Задание 1

Пользуясь учебной и справочной литературой, конспектами лекций, ответьте на вопросы теста:

1. Совокупность экономических отношений по поводу купли-продажи товаров по ценам, устанавливающимся на основании взаимодействия спроса и предложения в результате конкуренции

- а) рынок;
- б) рыночная структура;
- в) сектор экономики.

2. Совокупность предприятий, выпускающих товары, являющиеся субститутами в производстве (производимые с использованием однородных ресурсов и схожих технологий) – это ...

- а) рынок;
- б) рыночная структура;
- в) отрасль.

3. Понятие отрасли ... понятия рынка.

- а) шире;
- б) уже;
- в) синонимично.

4. Что из ниже перечисленного не относится к типологии границ разделения рынков:

- а) локальные;
- б) временные;
- в) финансовые.

5. Из ниже перечисленного не относится к типологии деления рынков по объекту сделки:

- а) рынок рабочей силы;
- б) товарный рынок;
- в) рынок технологий.

6. Наиболее распространенный критерий классификации рыночных структур - ...

- а) число участников рынка;
- б) взаимозаменяемость товаров;
- в) условия входа на рынок.

7. Если ситуация на рынке характеризуется множеством покупателей и продавцов, отсутствием барьеров на пути вступления в отрасль, однородностью производимой

продукции и равным доступом всех участников к информации, то такую рыночную структуру относят:

- а) монополия;
- б) монополия;
- в) несовершенная конкуренция.

8. К стратегическим барьерам отраслевого рынка не относят:

- а) стратегическое ценообразование;
- б) диверсификация деятельности фирмы;
- в) вертикальная интеграция;

9. Монополия, ограниченная олигополией, это рыночная структура, в которой на рынке присутствуют:

- а) один доминирующий покупатель и несколько мелких покупателей;
- б) один доминирующий продавец и несколько крупных покупателей;
- в) несколько крупных продавцов и несколько крупных покупателей.

10. Что не входит в общепринятую классификацию рыночных структур:

- а) монополия;
- б) теневой бизнес;
- в) олигополия.

Задание 2

Вставьте в пропуски номера приведенных внизу страницы слов и выражений, подходящих по смыслу:

1. Эдвард Хастинг Чемберлин предложил использовать для классификации рыночных структур два критерия: (), ().

2. Выделяют несколько видов рыночных структур с несовершенной конкуренцией: (), (), ().

3. Теорию монополистической конкуренции обосновал ().

4. Количественными показателями, определяющими структуру товарного рынка, являются: (), (), ().

5. Термин «барьеры входа» был впервые введен () в 1956 году.

6. Существует два типа входных барьеров: (), ().

7. Барьеры, которые создаются деятельностью самих фирм, их стратегическим поведением, бывают следующих видов:

8. К числу нестратегических барьеров относят: (), (), ().

9. К числу барьеров социально-экономического характера относят: (), (), (), ().

10. При оценке степени преодолемости барьеров входа на рынок могут быть использованы следующие критерии: (), (), ().

Ответы: 1. Стратегические; 2. Э. Чемберлин; 3. Лимитирующее ценообразование; 4. Административные; 5. Емкость рынка; 6. Монополия; 7. Численность продавцов; 8. Долгосрочные контракты; 9. Состояние рыночной инфраструктуры; 10. Дифференциация продукта; 11. Взаимозаменяемость товаров; 12. Нестратегические; 13. Доли, занимаемые предприятием на рынке; 14. Гражданские; 15. Капитальные затраты; 16. Своевременность; 17. Вертикальная интеграция; 18. Вероятность; 19. Совершенная конкуренция; 20.

Дополнительные инвестиции в оборудование; 21. Преимущества в уровне затрат; 22. Согласованная ценовая политика; 23. Социально-экономические; 24. Показатели рыночной концентрации; 25. Дополнительные расходы на рекламу. 26. Достаточность входа новых субъектов; 27. Наличие резервных мощностей; 28. Олигополия; 29. Дж. Бейн; 30. Взаимозависимость предприятий.

Задание 3

Решить представленные ниже задачи:

Задача 1

Пусть в отрасли А функционирует 10 компаний со следующими рыночными долями (S_i): $S_1 = 5\%$, $S_2 = 15\%$, $S_3 = 2\%$, $S_4 = 12\%$, $S_5 = 10\%$, $S_6 = 7\%$, $S_7 = 5\%$, $S_8 = 5\%$, $S_9 = 20\%$, $S_{10} = 19\%$. Рассчитайте индекс концентрации C_4 , C_8 . К какому типу относится рынок?

Задача 2

Пусть в отрасли Б функционирует 10 компаний со следующими рыночными долями (S_i): $S_1 = 27\%$, $S_2 = 2\%$, $S_3 = 19\%$, $S_4 = 2\%$, $S_5 = 10\%$, $S_6 = 3\%$, $S_7 = 17\%$, $S_8 = 8\%$, $S_9 = 7\%$, $S_{10} = 5\%$. Рассчитайте индекс концентрации C_4 , C_8 . К какому типу относится рынок? Какой рынок (А или Б) является более конкурентным?

Задача 3

Пусть в отрасли присутствует 10 фирм, а показатель дисперсии рыночной доли составляет 0,01. Определите индекс Херфиндаля-Хиршмана. К какому типу относится рынок?

Задача 4

На рынке действует 10 фирм с рыночной долей 10% каждая. Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана. К какому типу относится данный рынок?

Задача 5

Определите, какой рынок (А или Б) отличается большей закрытостью, исходя из следующих данных. На рынке А на конец исследуемого года действовало 176 фирм, вошло на рынок 23 фирм, ушло с рынка – 12. На рынке Б действовало 145 фирм, вошло на рынок 11 фирм, ушло с рынка – 2.

Практическое занятие 2

Тема: Факторы, формирующие структуру рынка. Изменение базовых структур и рыночных параметров в связи со стратегическими решениями фирмы

Форма занятия: семинар.

Темы докладов:

1. Рынок как организующий механизм производственной деятельности и спроса.
2. Эволюция подходов к изучению теории отраслевых рынков.
3. Элементы структуры рынка и их взаимосвязь
4. Характеристика основных рыночных структур
5. Количественные показатели структуры отраслевого рынка
6. Нестратегические и стратегические барьеры входа на рынок и выхода с рынка

Вопросы для группового обсуждения:

1. Какие подходы к анализу фирмы сложились в экономической науке? В чем их принципиальное различие и общие черты?
2. Каковы современные направления исследования экономик отраслевых рынков?
3. Какие проблемы измерения монопольной власти вы можете назвать? Охарактеризуйте достоинства и недостатки различных подходов.
4. Каким образом на поведение фирм на рынке оказывает воздействие то, что производственные возможности ограничены их производственными мощностями?
5. Какие проблемы измерения монопольной власти вы можете назвать? Охарактеризуйте достоинства и недостатки различных подходов.
6. В настоящее время для оценки потенциальной власти гос. органы во многих странах в основном используют показатели концентрации в отрасли и почти не используют показатели монопольной власти. Как вы думаете, почему происходит именно так?
7. По каким критериям могут выделяться отраслевые рынки в Европейском союзе?
8. Какие стратегические барьеры входа на рынок вы знаете? Охарактеризуйте их.
9. Какие стратегические барьеры выхода с рынка вы знаете? Охарактеризуйте их.
10. В большинстве случаев для 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 фирма-новичок? Если да, то в чем тогда принципиальная разница между фирмами?

Практическое занятие 4

Дема: Дифференциация продукта на отраслевом рынке

Форма занятия: семинар

Темы докладов:

1. Понятие продуктовой дифференциации и ее виды.
2. Экономическая природа брендов.
3. Дифференциация товаров как фактор конкуренции

Вопросы для группового обсуждения:

1. В чем суть понятия «дифференциация продукта»? Какие виды продуктовой дифференциации на отраслевом рынке вам известны?
2. Какие показатели измерения продуктовой дифференциации Вы можете назвать? Охарактеризуйте их достоинства и недостатки.
3. Что позволяет определить модель дифференциации продукта Чемберлина?
4. Охарактеризуйте ценовую стратегию фирмы с точки зрения вертикальной дифференциации продукта.
5. Охарактеризуйте стратегию поведения фирмы согласно модели горизонтальной дифференциации Ланкастера.
6. На достижения какой цели направлено поведение фирм на рынке согласно модели Хоттелинга?
7. Каково влияние повышения транспортных тарифов на экономическое положение продавцов в модели Хоттелинга?
8. Что показывает модель Салопа?

9. Разъясните влияние входа нового продавца, предлагающего иную комбинацию «цена/качество» на положение уже продающих свой товар фирм, в модели Саттона.

10. В чем заключаются основные последствия продуктовой дифференциации на отраслевом рынке?

Практическое занятие 5

Тема: Фирма в теории отраслевого рынка

Задание 1

Пользуясь учебной и справочной литературой, конспектами лекций, ответьте на вопросы теста:

1. Фирма – это ...

- а) предприятие, поведение которого полностью зависит от ситуации на отраслевом рынке;
- б) предприятие, которое способно оказывать влияние и на структуру рынка, и на поведение конкурентов, и на потребителей;
- в) обособленный агент рынка, который обладает производственной и финансовой свободами, зарегистрирован как юридическое лицо, имеющее банковский счет и прочие атрибуты регистрации.

2. Слияние компаний, оперирующих в различных сферах деятельности и производящих различные продукты в целях устранения зависимости от изменения положения в какой-либо отрасли экономики и приобретение различных видов экономии, называется:

- а) конгломеративным;
- б) горизонтальным;
- г) вертикальным.

3. Из перечисленных к новым (нетрадиционным) характеристикам фирмы не относятся:

- а) обособленность;
- б) дифференциации фирм по размеру;
- в) диверсифицированность производства.

4. Основным свидетельством рыночной власти является

- а) высокая концентрация продавцов;
- б) полученная прибыль;
- в) большая доля рынка.

5. Из перечисленных ниже показателями рыночной власти является:

- а) коэффициент Бейна;
- б) коэффициент концентрации;
- в) коэффициент Херфиндаля-Хиршмана.

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

- а) росте мощностей конкурентов и росте перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;
- б) росте мощностей конкурентов и снижении перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;

в) снижении мощностей конкурентов и снижении перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов.

7. Коэффициент Бэйна выводится исходя из:

- а) рыночной и восстановительной стоимости фирмы;
- б) показателя перекрестной эластичности спроса;
- в) соотношения экономической прибыли и собственного капитала.

8. Коэффициент Тобина выводится исходя из:

- а) рыночной и восстановительной стоимости фирмы;
- б) показателя перекрестной эластичности спроса;
- в) соотношения экономической прибыли и собственного капитала.

9. Индекс Лернера, равный нулю, характеризует ...

- а) рынок совершенной конкуренции;
- б) рынок монополии;
- в) рынок олигополии.

10. Активная фирма – это ...

- а) предприятие, поведение которого полностью зависит от ситуации на отраслевом рынке;
- б) предприятие, которое способно оказывать влияние и на структуру рынка, и на поведение конкурентов, и на потребителей;
- в) обособленный агент рынка, который обладает производственной и финансовой свободами, зарегистрирован как юридическое лицо, имеющее банковский счет и прочие атрибуты регистрации.

Задание 2

Вставьте в пропуски номера приведенных внизу страницы слов и выражений, подходящих по смыслу:

1. Выделяют следующие концепции фирмы: (), (), ().
2. Контрактная концепция позволяет выделить две организационные формы фирмы: (), ().
3. Основными чертами фирмы являются: (), (), (), ().
4. Сделки, которые объединяет передача корпоративного контроля, осуществляются в виде: (), (), (), ().
5. Мотивами слияний и поглощений являются (), (), (), ().
6. При слиянии фирмы могут преследовать следующие цели (), (), (), (), ().
7. Бывают ситуации, когда акционеры не хотят продавать свое предприятие. Тогда используется так называемое ().
8. Выделяют следующие основные цели фирмы (), (), (), ().
9. Менеджеры, представляя собой экономических агентов, общей стратегией которых является удержание собственного положения в рамках данной фирмы. В связи с этим они преследуют следующие цели: (), (), ().
10. Согласно контрактной концепции фирма сталкивается с типами затрат: (), ().

Ответы: 1. Усилении рыночной власти фирмы; 2. U-форма; 3. Обособленность; 4. Защитные; 5. Отторжение; 6. Собственника; 7. Контрактная; 8. Оптимизация прибыли и суммы административных расходов; 9. Менеджмента; 10. Стремление к сокращению

расходов на стимулирование сбыта; 11. Наличие механизм, отличного от рыночного; 12. Выкуп управляющими; 13. Инвестиционные; 14. Максимизация общей выручки фирмы; 15. Работников; 16. Технологическая; 17. Максимизация темпов роста фирмы; 18. Крупная хозяйственная единица; 19. Выигрыш от синергии; 20. Оспариваемое поглощение; 21. Кредиторов; 22. Трансакционные; 23. Концентрация производителей и эффект масштаба; 24. Контроля; 25. Конкурентные; 26. Акционером; 27. Враждебное поглощение; 28. М-форма; 29. Стратегическая; 30. Согласованное слияние; 31. Информационные;

Задание 3

Решить представленные ниже задачи:

Задача 1

При условии, что норма доходности по безрисковым активам равна 10%, среднерыночная норма доходности составляет 15%, а риск инвестирования в предприятия данной отрасли оценивается в 2,4% к среднерыночному риску, рассчитайте норму нормальной прибыли в данной отрасли.

Задача 2

Определите норму экономической прибыли отраслевого рынка, если готовый объем инвестиций составил 3700 у.е., обеспечив чистую отдачу на вложенный капитал в размере 18%. При этом среднерыночная норма прибыли 12%. Ставка налога на прибыль отрасли равна 30%. Относится ли данный отраслевой рынок к рынку совершенной конкуренции?

Задача 3

Сколько составит коэффициент Лернера, если цена, установившаяся на продукцию в данной отрасли, составляет 10, оптимальный объем выпуска – 50, а совокупная прибыль равна 75?

Задача 4

На отраслевом рынке среди прочих функционируют две крупные фирмы. Определите, какая из них обладает большей монопольной властью, если в отрасли сложилась единая цена – 10 у.е. Объем выпуска продукции первой фирмы составил 2500 шт., от ее реализации получена прибыль 3000 у.е. Объем выпуска продукции второй фирмы достиг 2750 шт., от ее реализации получена прибыль 3500 у.е.

Задача 5

Фирма имеет восстановительную стоимость имущества в размере 25 млн. руб. Однако, если бы руководство решило ее продать, выручка составила бы 35 млн. руб. Что Вы можете сказать об этой фирме?

Приложение № 3

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

Вариант 1

Задание 1. Модели пространственной дифференциации товара.

Задание 2. Модель ценового лидерства: предпосылки модели доминирующей фирмы, графическая иллюстрация, равновесие в модели. Ценовой зонтик. Доминирующая фирма и свободный вход.

Задание 3. Пусть в отрасли А функционирует 10 компаний со следующими рыночными долями (S_i): $S_1 = 5\%$, $S_2 = 15\%$, $S_3 = 2\%$, $S_4 = 12\%$, $S_5 = 10\%$, $S_6 = 7\%$, $S_7 = 5\%$, $S_8 = 5\%$, $S_9 = 20\%$, $S_{10} = 19\%$. Рассчитайте индекс концентрации C_4 , C_8 . К какому типу относится рынок?

Вариант 2

Задание 1. Непространственные модели дифференциации продукта. Ценовая конкуренция с дифференцированным продуктом.

Задание 2. Модель Форхаймера и модель доминирующей фирмы. Определение доминирующей фирмы, примеры из практики. Причины возникновения доминирующей фирмы.

Задание 3. Пусть в отрасли Б функционирует 10 компаний со следующими рыночными долями (S_i): $S_1 = 27\%$, $S_2 = 2\%$, $S_3 = 19\%$, $S_4 = 2\%$, $S_5 = 10\%$, $S_6 = 3\%$, $S_7 = 17\%$, $S_8 = 8\%$, $S_9 = 7\%$, $S_{10} = 5\%$. Рассчитайте индекс концентрации C_4 , C_8 . К какому типу относится рынок? Какой рынок (А или Б) является более конкурентным?

Вариант 3

Задание 1. Дифференцированные товары. Факторы дифференциации. Классификация моделей с дифференцированным продуктом. Мера продуктовой дифференциации.

Задание 2. Модель Эджуорта (вариант с ограничением мощности меньше равновесного выпуска по Курно).

Задание 3. На рынке действует 10 фирм с рыночной долей 10% каждая. Рассчитайте индекс Херфиндала-Хиршмана. К какому типу относится данный рынок?

Вариант 4

Задание 1. Непространственные модели дифференциации продукта. Количественная конкуренция с дифференцированным продуктом.

Задание 2. Модель Эджуорта (с одинаковым ограничением мощности).

Задание 3. Пусть в отрасли присутствует 10 фирм, а показатель дисперсии рыночной доли составляет 0,01. Определите индекс Херфиндала-Хиршмана. К какому типу относится рынок?

Вариант 5

Задание 1. Проблемы «негативного отбора» и «риска недобросовестного поведения контрагента» на товарных, финансовых рынках и рынках услуг. Примеры. Сигналы качества

как решение проблем, связанных с асимметрией информации. Примеры Способы устранения (смягчения) и способы усиления асимметрии ценовой информации.

Задание 2. Модель Бертрана (простая). Парадокс Бертрана и способы его разрешения (перечислить). Модель Бертрана с разными издержками.

Задание 3. Определите, какой рынок (А или Б) отличается большей закрытостью, исходя из следующих данных. На рынке А на конец исследуемого года действовало 176 фирм, вошло на рынок 23 фирм, ушло с рынка – 12. На рынке Б в действовало 145 фирм, вошло на рынок 11 фирм, ушло с рынка – 2.

Вариант 6

Задание 1. Несовершенство информации относительно качества товара: модель Акерлофа. Проблема «неблагоприятного отбора».

Задание 2. Классификация моделей олигополии. Модель Штакельберга.

Задание 3. При условии, что норма доходности по безрисковым активам равна 10%, среднерыночная норма доходности составляет 15%, а риск инвестирования в предприятия данной отрасли оценивается в 2,4% к среднерыночному риску, рассчитайте норму нормальной прибыли в данной отрасли.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ «АНАЛИЗ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»

1. Основные этапы развития теории отраслевого рынка. Предмет и объект дисциплины, теоретическая база.
2. Подходы к изучению теории отраслевых рынков. Гарвардская парадигма.
3. Отраслевой рынок: понятие, критерии, виды, элементы, функции.
4. Характеристика основных типов рыночных структур.
5. Количественные показатели структуры отраслевого рынка (перечислить). Рыночная концентрация.
6. Показатели рыночной концентрации (перечислить). Коэффициент рыночной концентрации.
7. Показатели рыночной концентрации (перечислить). Коэффициент Херфиндаля-Хиршмана.
8. Барьеры входа-выхода. Классификация барьеров входа.
9. Стратегические барьеры входа.
10. Барьеры выхода. Показатели оценки уровня барьеров входа-выхода.
11. Фирма в теории отраслевого рынка. Черты и характеристики фирмы.
12. Активная фирма на отраслевом рынке. Рыночная власть. Коэффициент Бейна.
13. Активная фирма на отраслевом рынке. Рыночная власть. Коэффициент Лернера.
14. Активная фирма на отраслевом рынке. Рыночная власть. Коэффициент Тобина.
15. Активная фирма на отраслевом рынке. Рыночная власть. Коэффициент Папандреу.
16. Поглощения и слияния фирм и рыночная власть.
17. Концепции фирмы на отраслевом рынке.
18. Цели фирмы на отраслевом рынке.
19. Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Модель Чемберлина.
20. Вертикальная и горизонтальная дифференциация продукта. Модель вертикальной дифференциации.
21. Вертикальная и горизонтальная дифференциация продукта. Модель Ланкастера.
22. Пространственная дифференциация продукта. Модель Хотелинга.
23. Пространственная дифференциация продукта. Модель Салопа. Модель Саттона.
24. Поведение совершенно-конкурентной фирмы на отраслевом рынке.
25. Поведение монополии на отраслевом рынке.
26. Естественная монополия на отраслевом рынке.
27. Ценообразование и максимизация прибыли на монопольном рынке.
28. Ценовая дискриминация. Классификация ценовой дискриминации по Пигу.
29. Некооперативное поведение фирм на отраслевом рынке. Модель Курно.
30. Некооперативное поведение фирм на отраслевом рынке. Модель Бертрана
Парадокс Бертрана.
31. Некооперативное поведение фирм на отраслевом рынке. Модель Эджворта.
32. Доминирующая фирма на отраслевом рынке. Модель Шакельберга.

33. Доминирующая фирма на отраслевом рынке. Модель Форхаймера.
34. Кооперативное поведение олигополий. Картель.
35. Виды интеграции фирм на отраслевом рынке.
36. Вертикальная интеграция фирм на отраслевом рынке.
37. Вертикальные ограничения.
38. Ограниченность и асимметрия информации на отраслевом рынке. Модель Акерлофа.
39. Ограниченность информации о цене товара. Модель «Ловушка для туристов».
40. Теория сигналов и информационная роль рекламы.
41. Государственная отраслевая политика.
42. Государственное регулирование монополий на отраслевом рынке.
42. Государственное регулирование естественных монополий. Ценообразование по предельным издержкам.
43. Государственное регулирование естественных монополий. Ценообразование Рамсея.
44. Государственное регулирование естественных монополий. Конкуренция Демзеца.
45. Государственное регулирование естественных монополий. Нелинейное и пиковое ценообразование.
46. Нормативная база законодательного регулирования естественных монополий.
47. Антимонопольная политика государства.
48. Результативность отраслевого рынка: подходы к исследованию.
49. Результативность деятельности фирм на национальном рынке.
50. Результативность деятельности монополий. Последствия монополизации.
52. Результативность деятельности монополий. X-эффективность и X-неэффективность.
53. Результативность деятельности монополий. Социальные издержки монополизации.
54. Результативность функционирования естественных монополий.