

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до проведення практичних занять
з дисципліни «Теорія галузевих ринків»
(для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітнього рівня «бакалавр»)
(Електронне видання)

Затверджено
на засіданні кафедри публічного
управління, менеджменту
та маркетингу
протокол №5 від 29 листопада 2022 р.

Севєродонецьк, 2022

УДК 005:330.341

Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни «Теорія галузевих ринків» (для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітнього рівня «бакалавр») (Електронне видання)/ Укл. Є.А. Івченко, Ю.А. Івченко. Сєверодонецьк: вид-во Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, 2022. 31 с.

Методичні вказівки містять перелік практичних занять за кожною темою лекційного матеріалу відповідно до робочої програми навчальної дисципліни «Теорія галузевих ринків», назви тем, мету та задачі кожного практичного заняття, критерії оцінки знань студентів за результатами роботи на практичних заняттях та матеріали перевірки знань студентів: питання та тестові завдання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу, практичні завдання для перевірки навиків застосування теоретичного матеріалу у практичній діяльності.

Укладач:

Є.А. Івченко, д.е.н., проф.
Ю.А. Івченко ст. викл.

Рецензент

Ю.І. Ключ, д.е.н., проф.

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Теорія галузевих ринків» є невід'ємною складовою комплексної підготовки фахівців економічних спеціальностей, оскільки спрямована на формування системи знань про особливості взаємозв'язків і взаємовідносин між суб'єктами господарювання на рівні окремих ринків та галузей, їх вплив на структуру та результативність економіки в цілому. Навчальна дисципліна «Теорія галузевих ринків» забезпечує набуття студентами спеціальних знань щодо формування та функціонування галузевих ринків та вміння використовувати набуті знання у практичній діяльності.

У результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти має одержати необхідні знання з теорії та практики організації та функціонування галузевих ринків, зокрема, він повинен вміти:

- проводити галузевий аналіз і аналіз ринкових структур;
- визначати вплив економічних агентів на ринкову ситуацію;
- досліджувати і прогнозувати наслідки прийнятих рішень суб'єктами ринку;
- оцінювати ефективність заходів державної політики щодо регулювання ринків і галузей;
- розробляти рекомендації в сфері регулювання ринків;
- характеризувати статику і динаміку структури галузевих ринків;
- аналізувати, систематизувати і узагальнювати статистичну інформацію;
- використовувати основні формули, рівняння і моделі для проведення розрахунків і рішення задач;
- застосовувати отримані знання в різних видах своєї професійної діяльності.

Метою курсу «Теорія галузевих ринків» є формування у здобувачів вищої освіти економічного світогляду та економічного мислення на основі поглибленого вивчення базових концепцій, основних шкіл і методів дослідження галузевих ринків, їх структури; набуття навичок аналізу закономірностей та особливостей функціонування галузевих ринків, їх результативності та сталого розвитку, особливостей галузевої політики держави та поведінки фірм на ринках.

ПЕРЕЛІК ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

згідно програми курсу «Теорія галузевих ринків»

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.

Тема заняття. Методологія дослідження галузевих структур.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних засад щодо дослідження галузевих структур, аналізу економіки галузевих ринкових відносин.

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ 2.

Тема заняття. Класифікація та ознаки галузевих ринків.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних питань щодо типу та головних ознак структури галузевих ринків, кон'юктури ринку.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3.

Тема заняття. Аналіз конкурентного середовища на товарних ринках.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних та практичних питань щодо визначення товарних меж ринку, показника концентрації господарюючих суб'єктів на ринку.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4.

Тема заняття. Економічна ефективність та державне регулювання галузевих ринків.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних та практичних питань щодо визначення ефективності галузевих ринків, наслідків монополізації та їх оцінка, галузевої політики та її типів, антимонопольного регулювання.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5.

Тема заняття. Фактори, що визначають структуру ринків.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних питань щодо класичної та неокласичної теорії фірми, інституціональної теорії фірми, стратегічної концепції фірми, стохастичних факторів впливу на структуру ринку, впливу держави на структуру ринку.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6.

Тема заняття. Процес злиття та поглинань на ринках.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних та практичних засад щодо загальних характеристик процесів злиття та поглинання, мотивів та наслідків злиття, державного контролю за процесами злиття та поглинання.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7.

Тема заняття. Бар'єри входження фірм на ринки.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних засад щодо природи, визначення та класифікації бар'єрів, нестратегічних бар'єрів, стратегічних бар'єрів, показників оцінки бар'єрів.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8.

Тема заняття. Стратегічна конкуренція фірм.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних засад щодо дослідження стратегії конкурентної поведінки фірм, цінової стратегії протидії входженню, нецінової стратегії протидії входженню, хижацької поведінки фірм на ринку.

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ 9.

Тема заняття. Цінова дискримінація.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних та практичних питань щодо сутності та видів цінової дискримінації, використання цінової дискримінації, наслідків застосування цінової дискримінації на добробут.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 10.

Тема заняття. Диференціація продукції.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних та практичних питань щодо визначення сутності, типу та моделі продуктової диференціації, її впливу на структуру ринку, моделі диференціації у просторі, вертикальна диференціація, ролі реклами в диференціації продукту та конкуренції на ринку.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 11.

Тема заняття. Стратегічна взаємодія фірм на ринку.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних питань щодо визначення моделі взаємної гри, моделі послідовної гри, теорії змови.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 12.

Тема заняття. Ринки природної монополії.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних питань щодо сутності та головних ознак ринків природної монополії, регулювання ринку природної монополії, регулювання природних монополій в Україні.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 13.

Тема заняття. Влада покупця та вертикальна інтеграція.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних засад вертикальної інтеграції та її наслідки, вертикального обмеження та його наслідків, регулювання вертикальних відносин.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 14.

Тема заняття. Структура ринку, патенти та технологічні інновації.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних засад щодо дослідження інновацій у теорії галузевих ринків, інновацій та структури ринку, визначення оптимального обсягу витрат на інновації для фірми, оптимальної тривалості патенту.

ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №1

ТЕМА: МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАЛУЗЕВИХ СТРУКТУР.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних засад щодо дослідження галузевих структур, аналізу економіки галузевих ринкових відносин.

Основні поняття: Економіка галузевих ринків. Об'єкт аналізу економіки галузевих ринків. П'ять сил конкуренції за М. Портером. Параметри структури ринку. Предмет дослідження економіки галузевих ринків. Результативність ринку. Теорія організації промисловості.

I. План практичного заняття.

1. Формування теоретико-методологічних засад дослідження галузевих ринків.
2. Етапи розвитку теорії галузевих ринків.
3. Діяльність О. Вільмсона.
4. Еволюція методологічних підходів до аналізу економіки галузевих ринкових відносин.
5. Парадигма "структура – поведінка – результат".
6. Предмет дослідження та завдання аналізу галузевих ринків.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Які етапи розвитку пройшла теорія галузевих ринків?
2. Назвіть головні методологічні підходи до аналізу економіки галузевих ринкових відносин.
3. Які спільні риси притаманні концепції п'яти сил конкуренції М. Портера та парадигми "структура – поведінка – результат"?
4. Дж. Стіглер стверджував, що теорії галузевих ринків не існує, є лише прикладна мікроекономіка. Чи можна з цим погодитися?
5. Який внесок зробили представники інституційного напрямку в розвиток теорії галузевих ринків?

III. Практичні завдання

1. Оберіть галузевий ринок для дослідження особливостей його функціонування. Розкрийте історію його виникнення та проаналізуйте його місце в національній та глобальній економіці.
2. Здійсніть загальний аналіз галузевого ринку на основі концепції «Структура-поведінка-результат» на прикладі галузей економіки України:
 - особливості прямих і зворотних зв'язків між блоками парадигми, взаємозв'язок між фундаментальними умовами галузі, структурою ринку,

поведінкою фірми і результативністю галузі, наведіть приклади для ефективних і неефективних галузей;

- базові умови функціонування галузі;
- фактори, що впливають на структуру галузевого ринку;
- особливості поведінки фірм на ринку і вплив на ринкову структуру і результативність галузевого ринку;
- показники ефективності функціонування галузевого ринку. Які, на вашу думку, адекватні показники результативності для різних галузей і різних типів економіки можна використовувати;
- вплив галузевої політики держави на результативність галузей економіки.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №2

ТЕМА: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОЗНАКИ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних питань щодо типу та головних ознак структури галузевих ринків, кон'юнктури ринку.

Основні поняття: Вид діяльності. Виробничий процес. Гармонізована система опису та кодування товарів – HS. Статистична класифікація продукції (СКП). Класифікатор видів промислової продукції – PRODCOM. Класифікація видів економічної діяльності Європейського Союзу – NACE. Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД). Класифікація продукції за видами діяльності – CPA. Кон'юнктура ринку. Міжнародна стандартна галузева класифікація всіх видів економічної діяльності – ISIC. Міжнародна стандартна торгова класифікація – SITC (Standard International Trade Classification). Центральна класифікація продукції – CPC.

I. План практичного заняття.

1. Класифікація галузевих ринків.
2. Сучасні міжнародні статистичні класифікації.
3. Взаємозв'язок статистичних класифікацій світового, європейського та українського рівнів.
4. Типи та головні ознаки структури галузевих ринків.
5. Класифікація ринку попиту та пропозиції.
6. Види ринків за В. Ойкеном.
7. Кон'юнктура ринків як об'єкт економічного аналізу.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. За якими критеріями можна класифікувати галузеві ринки?
2. Які головні ознаки структури ринку?
3. Назвіть показники та індикатори кон'юнктури ринків.
4. Які показники використовують для оцінки структури галузевих ринків?

5. Опишіть два етапи (рівні) проведення аналізу кон'юнктури.

III. Практичні завдання

1. Оберіть галузевий ринок для дослідження та проаналізуйте чинники, що впливають на формування структури галузі на прикладі однієї з галузей. Визначте місце ринку, що був обраний для аналізу, у вітчизняних та міжнародних класифікаторах видів економічної діяльності. Відповідь обґрунтуйте.

2. Оберіть галузевий ринок для дослідження. Проаналізуйте основні показники, які характеризують попит (споживання) та пропозицію (виробництво) на досліджуваному ринку та зробіть висновки щодо стану ринкової кон'юнктури. Розрахуйте відносну частку ринку підприємства.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №3

ТЕМА: АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ТОВАРНИХ РИНКАХ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних та практичних питань щодо визначення товарних меж ринку, показника концентрації господарюючих суб'єктів на ринку.

Основні поняття: Взаємозамінні товари. Географічні межі товарного ринку. Індекс Лернера. Індекс Херфіндаля–Хіршмана (ННІ). Коефіцієнт концентрації. Концентрація виробництва. Корисність товару. Місткість ринку. Продуктові межі ринку. Споживчі властивості товару. Ступінь відкритості ринку. Товарні межі ринку. Частка продавця на товарному ринку.

I. План практичного заняття.

1. Визначення товарних меж ринку.
2. Показники концентрації господарюючих суб'єктів на ринку.
3. Монопольна влада та її оцінка.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Визначте основні типи меж ринку, покажіть їх особливості для товарів різних типів.

2. Які величини можуть використовуватися як показник розмірів фірми? Охарактеризуйте переваги і недоліки, а також сфери застосування різних показників розміру фірми.

3. Чому даних про розмір фірм, які діють на ринку, недостатньо для того, щоб зробити висновки щодо концентрації продавців на ринку?

4. Охарактеризуйте переваги та недоліки основних показників концентрації продавців на ринку.

5. Чи існує зв'язок між концентрацією і рівнем монопольної влади продавців на ринку? Якщо так, то який?

6. Як рівень монопольної влади на ринку залежить від міжчасових переваг фірм і рівня господарського ризику?

7. Відомо, що державні регулювальні органи судять про рівень монопольної влади в основному за величинами показників концентрації і не використовують спеціальних показників монопольної влади. Як ви вважаєте, чому?

8. Покажіть зв'язок між індексами монопольної влади Лернера, Бейна і Тобіна.

9. Охарактеризуйте зв'язок між концентрацією, монопольною владою, нестратегічними факторами ринкової структури.

III. Практичні завдання

1. Порівняйте поняття «конкуренція» і «монополія». Визначте яке значення має конкуренція в процесі здійснення підприємницької діяльності. Які правові ознаки підприємницької діяльності забезпечують конкуренцію на ринку? Чи можливе здійснення підприємницької діяльності в умовах монополії? Відповідь обґрунтуйте.

2. Розкрийте сутність монополізації ринку і яким чином вона пов'язана з втратами суспільного добробуту. Чи можете Ви назвати умови, при яких монополія може бути ефективніше конкуренції?

3. Назвіть приклади природних монополій в Україні. Чому існують монополії? У чому полягають особливості їх функціонування? Поясніть, чому державі не доцільно стимулювати конкурентне ціноутворення на ринках природної монополії. Здійсніть порівняльну характеристику національного та зарубіжного законодавства щодо регулювання природних монополій.

4. Проаналізуйте динаміку рівня концентрації в різних галузях економіки України за останні 5 років. Назвіть галузевих лідерів.

5. Розкрийте об'єктивну необхідність контролю за концентрацією суб'єктів господарювання як головного чинника формування та захисту конкурентного середовища в Україні.

6. Оберіть галузевий ринок для дослідження особливостей його функціонування та поведінки підприємств на ньому. Здійсніть розрахунок всіх відомих показників концентрації для ринку, що був обраний для аналізу. Зробіть висновки щодо рівня концентрації досліджуваного галузевого ринку та обґрунтуйте перспективи його розвитку.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №4

ТЕМА: ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних та практичних питань щодо визначення товарних меж ринку, показника концентрації господарюючих суб'єктів на ринку.

Основні поняття: Абсолютно змагальний ринок. Антимонопольна політика. Галузева політика. Галузь. Економічна теорія регулювання.

Оптимізація поведінки суб'єктів ринку державою. Перша теорема суспільного добробуту. Політична рівновага. Парето-ефективність у виробництві. Парето-ефективність у розподілі благ між споживачами. Парето-ефективна структура економіки. Теорії регулювання. Теорія захоплення. Теорія регулювання в інтересах суспільства (нормативний аналіз як позитивна теорія). Цілі антимонопольної політики. X-неефективність.

I. План практичного заняття.

1. Ефективність галузевих ринків.
2. Наслідки монополізації та їх оцінка.
3. Теорії регулювання.
4. Галузева політика та її типи.
5. Антимонопольне регулювання.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Охарактеризуйте відмінності методів оцінки втрат суспільства від монополії.
2. Які проблеми виникають при оцінці втрат суспільства від монополійної влади? Чому?
3. Чому величина монополійного прибутку також може належати до втрат суспільства? Наскільки обґрунтованим ви вважаєте такий підхід?
4. У чому полягає економічний сенс "мертвого вантажу" монополії?
5. Чим відрізняються втрати економіки від монополійної поведінки в короткостроковому і довгостроковому періодах? Коли втрати вищі: якщо фірма є монополістом тільки в короткостроковому періоді або якщо вона панує на ринку і в довгостроковому періоді?
6. Чи може монополія забезпечити вищу ефективність, ніж досконала конкуренція? за яких умов?
7. У чому полягає особливість монополії на ринках із зовнішніми ефектами? на ринках суспільних благ?
8. У яких випадках втрати від монополії можуть бути мінімальними? рівними нулю? максимальними?

III. Практичні завдання

1. Познайомтеся з досвідом провідних країн світу щодо регулювання ринкових структур і проведення антимонопольної й конкурентної політики держави. Проаналізуйте це питання щодо України. Назвіть спільне й відмінності.

Чи повинна держава при регулюванні поведінки підприємств на ринку брати до уваги цілі, які ці структури переслідують на ринку? Наведіть якомога більше аргументів за і проти такої точки зору.

Обговоріть, які параметри поведінки підприємств необхідно регулювати. Хто може регулювати поведінку підприємства: держава, організації споживачів, організації виробників, картелі і т.д.? В яких

випадках та який інститут найбільше сприяє досягненню ефективності ринку?

На основі норм діючого законодавства визначте механізми взаємодії Антимонопольного комітету України з іншими органами державної влади. Чи існують недоліки у зазначеного механізму? Які? Висловіть пропозиції по усуненню недоліків у механізмі взаємодії Антимонопольного комітету України з іншими органами державної влади.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №5

ТЕМА: ФАКТОРИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ СТРУКТУРУ РИНКІВ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних питань щодо класичної та неокласичної теорії фірми, інституціональної теорії фірми, стратегічної концепції фірми, стохастичних факторів впливу на структуру ринку, впливу держави на структуру ринку.

Основні поняття: Класична та неокласична теорія фірми. Трансакційні витрати. Віддача від масштабу. Економія (неекномія) на масштабі. Стохастичні чинники визначення розміру фірми. Закон Жибра. Крива навчання. Регулювання структури ринку.

I. План практичного заняття.

1. Класична та неокласична теорія фірми.
2. Інституціональна теорія фірми.
3. Стратегічні концепції фірми.
4. Стохастичні фактори впливу на структуру ринку.
5. Вплив держави на структуру ринку.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Що таке віддача від масштабу?
2. Які величини можуть використовуватися як показник розмірів фірми? Охарактеризуйте переваги і недоліки, а також сфери застосування різних показників розміру фірми?
3. Що показує технологічний підхід до фірми? У яких випадках він може використовуватися?
4. Що дає контрактна теорія фірми? Де її доцільно застосовувати?
5. Навіщо потрібен стратегічний аспект діяльності фірми? У яких випадках цей підхід є найефективнішим?
6. Хто є представником інституційної концепції визначення розміру фірми?
7. Назвіть напрями та інструменти впливу держави на структуру ринку. Які з них є найефективнішими?
8. Яка роль стохастичних чинників у розмірі фірми та її частки на ринку?

III. Практичні завдання

1. Познайомтеся з досвідом провідних країн світу щодо регулювання ринкових структур. Проаналізуйте це питання щодо України.

Підготуйте есе на тему: «У якій галузі я б започаткував (створив) би власну справу?». Відповідь обґрунтуйте, наведіть аргументи свого вибору.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №6

ТЕМА: ПРОЦЕС ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАНЬ НА РИНКАХ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних та практичних засад щодо загальних характеристик процесів злиття та поглинання, мотивів та наслідків злиття, державного контролю за процесами злиття та поглинання.

Основні поняття: Алокативні поглинання. Горизонтальне злиття. Злиття з розширенням ринку. Злиття з розширенням продуктової лінії. Індекс входження на ринок. Конгломератне злиття. Конгломерування. Корпоративні альянси. Лівериджований викуп. Поглинання. Поглинання, що можуть бути оскаржені. Родові злиття. Спекулятивні поглинання. Узгоджене злиття. Управлінські поглинання.

I. План практичного заняття.

1. Загальні характеристика процесів злиття та поглинання.
2. Мотиви та наслідки злиття.
3. Державний контроль за процесами злиття та поглинання.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Що таке алокативні поглинання?
2. Що таке злиття з розширенням продуктової лінії?
3. Які мотиви лежать в основі процесів злиття та поглинання?
4. Охарактеризуйте хвилі злиття та поглинання у США.
5. Чи відбуваються процеси злиття та поглинання в Україні хвилеподібно? Якщо так, то проаналізуйте окремі хвилі.
6. Назвіть наслідки процесів злиття та поглинання на мікро- та макрорівнях.
7. Визначте напрями регулювання процесів злиття та поглинань в Україні.

III. Практичні завдання

1. Оберіть галузевий ринок для дослідження особливостей його функціонування та поведінки підприємств на ньому. Проаналізуйте угоди злиття та поглинання характерні для аналізованого галузевого ринку. Яких цілей при цьому намагаються досягти фірми, що діють на цьому ринку? Відповідь обґрунтуйте.

Проаналізуйте світові тенденції злиттів і поглинань за останні 5 років. Назвіть найбільші та найприбутковіші угоди.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №7

ТЕМА: БАР'ЄРИ ВХОДЖЕННЯ ФІРМ НА РИНКИ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних засад щодо природи, визначення та класифікації бар'єрів, нестратегічних бар'єрів, стратегічних бар'єрів, показників оцінки бар'єрів.

Основні поняття: Бар'єри входження. Вартість пристосування. Нестратегічні бар'єри. Стратегічна протидія входженню. Стратегічні бар'єри. Рівновага за умови вільного входження. Змагальний ринок.

I. План практичного заняття.

1. Природа, визначення та класифікація бар'єрів.
2. Нестратегічні бар'єри.
3. Стратегічні бар'єри.
4. Показники оцінки бар'єрів.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Що таке бар'єри входження? Бар'єри виходу?
2. Як можна класифікувати галузі відповідно до висоти бар'єрів входження?
3. Назвіть нестратегічні бар'єри входження.
4. Що таке стратегічні бар'єри?
5. Що таке "змагальні ринки"?
6. Які умови необхідні для того, щоб ринки були квазіконкурентними?
7. Назвіть показники оцінки висоти бар'єрів входження та виходу.
8. Визначте основні бар'єри входження на ринки товарів та послуг України.

III. Практичні завдання

1. Яке визначення поняття «конкуренція» міститься в економічних словниках? Чи визначено поняття «конкуренція» в законодавстві України? Порівняйте відповідні визначення.

Оберіть галузевий ринок для дослідження особливостей його функціонування. Здійсніть аналіз конкурентної ситуації на досліджуваному галузевому ринку, оцініть бар'єри для входу, стратегії поведінки фірм-конкурентів та визначте напрями його ефективного функціонування. Зробіть висновки щодо перспектив розвитку досліджуваного галузевого ринку.

Наведіть приклади несумлінної конкуренції серед підприємств на досліджуваному галузевому ринку. Чи були покарання за провадження такого виду діяльності? Відповідь обґрунтуйте.

Проведіть дослідження частки найбільших і найприбутковіших підприємств в аграрному секторі економіки України за останні 5 років. Обґрунтуйте ключові фактори їх успіху. Розрахуйте фактичну частку ринку підприємства.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №8

ТЕМА : СТРАТЕГІЧНА КОНКУРЕНЦІЯ ФІРМ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних засад щодо дослідження стратегії конкурентної поведінки фірм, цінової стратегії протидії входженню, нецінової стратегії протидії входженню, хижацької поведінки фірм на ринку.

Основні поняття: Вартість пристосування. Стратегічна протидія входженню. Постулат Бейна–Сайлоса. Рівновага за умови вільного входження. Гранична ціна. Граничне ціноутворення. Перехоплення ініціативи входження. Стратегія "розмноження торговельних марок". Стратегічна конкуренція. Правило граничних витрат (при визначенні хижацького ціноутворення). Правило Джескоу–Клеворика. Правило Ериди–Тернера. Правило обмеження випуску (при визначенні хижацького ціноутворення). Хижацьке ціноутворення.

I. План практичного заняття.

1. Стратегії конкурентної поведінки фірм.
2. Цінові стратегії протидії входженню.
3. Нецінові стратегії протидії входженню .
4. Хижацька поведінка фірм на ринку.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Назвіть стратегії конкурентної поведінки фірм.
2. Охарактеризуйте цінові стратегії протидії входженню.
3. Нецінові стратегії протидії входженню: види та особливості.
4. Назвіть правило граничних витрат (при визначенні хижацького ціноутворення).
5. Назвіть правило Джескоу–Клеворика та правило Ериди–Тернера.
6. У яких випадках ми вважаємо фірму, що діє на даному ринку, домінантною? Які критерії тут застосовуються?
7. Чому виникає домінування?
8. Які параметри рівноваги на ринку з домінантною фірмою при вільному входженні і виході інших фірм із ринку?
9. Яким чином домінантна фірма використовує ціноутворення, що обмежує входження , для максимізації свого прибутку?
10. Чому виникає ситуація "короткозорого" ціноутворення ?
11. Які нецінові фактори ринку використовує домінантна фірма?

III. Практичні завдання

1. Проаналізуйте особливості хвижацького ціноутворення: сутність та умови застосування. Наведіть приклади такого ціноутворення в Україні.

Проаналізуйте особливості державного регулювання цін в Україні на сучасному етапі. З'ясуйте фактори, що визначають необхідність, та наслідки державного впливу на процеси ціноутворення.

Обґрунтуйте соціально-економічні наслідки цінової дискримінації та напрями її регулювання в Україні. Запропонуйте власне бачення щодо вирішення проблемних питань.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №9

ТЕМА: ЦІНОВА ДИСКРИМІНАЦІЯ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних та практичних питань щодо сутності та видів цінової дискримінації, використання цінової дискримінації, наслідків застосування цінової дискримінації на добробут.

Основні поняття: Цінова дискримінація першого ступеня. Цінова дискримінація другого ступеня. Цінова дискримінація третього ступеня. Індивідуальна дискримінація. Групова дискримінація. Продуктова дискримінація. Пов'язані продажі. Нелінійне ціноутворення. Сезонне ціноутворення. Простий тариф. Блочний тариф. Подвійний тариф.

I. План практичного заняття.

1. Сутність та види цінової дискримінації.
2. Практика використання цінової дискримінації.
3. Наслідки застосування цінової дискримінації на добробут та її регулювання

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Що таке цінова дискримінація? Які основні мотиви використання цього методу стратегічної політики фірми?
2. Які умови ефективною цінової дискримінації? Чи можлива цінова дискримінація, якщо перепродаж товару все-таки відбувається?
3. Які види цінової дискримінації розрізняють в економічній теорії? У чому полягають відмінності і подібні риси кожного виду цінової дискримінації?
4. Що таке досконала цінова дискримінація? Який вплив цього виду на суспільний добробут, ціну, обсяг попиту? Чому в умовах досконалої цінової дискримінації обсяг сукупної пропозиції ринку досягає конкурентного рівня?
5. Що таке подвійний тариф? У чому полягають особливості ціноутворення з використанням різних схем двочастинного тарифу?

6. Які наслідки для суспільного добробуту другого і третього видів цінової дискримінації ?

7. Де і яким чином третій тип цінової дискримінації застосуються на практиці?

8. У чому полягає особливість ціноутворення на ринку взаємодоповнюючих товарів? Які методи цінової дискримінації використовуються фірмами в такому випадку?

9. Чи завжди цінова дискримінація неефективна з погляду суспільства? з погляду споживачів? Чи потрібно регулювати (яким чином обмежувати) діяльність фірм, які вдаються до методів цінової дискримінації ?

III. Практичні завдання

1. Наведіть приклади цінової дискримінації, проведеної закордонними фірмами на українському ринку; проведеної українськими фірмами на закордонних ринках; проведеної українськими фірмами на внутрішніх ринках. Проаналізуйте ступінь ефективності такої цінової політики фірм. Назвіть спільне й відмінності.

Чи залежить, на Вашу думку, вибір фірмою методу цінової дискримінації від розміру фірми та її стану на ринку? Проаналізуйте можливу цінову політику малих і великих фірм, лідерів ринку і фірм аутсайдерів, старої фірми і фірми-новачка, що збирається увійти на ринок.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №10

ТЕМА: ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ПРОДУКЦІЇ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних та практичних питань щодо визначення сутності, типу та моделі продуктової диференціації, її впливу на структуру ринку, моделі диференціації у просторі, вертикальна диференціація, ролі реклами в диференціації продукту та конкуренції на ринку.

Основні поняття: Гіпотеза про диференціацію ефективності. Горизонтальна диференціація товару. Диверсифікація фірми. Диференціація товару. Крива диференційованого продукту. Оптимальний рівень витрат на рекламу (формула Дорфмана–Стейнера). Індекс Ротшильда. Модель К. Ланкастера. Компенсаційна функція К. Ланкастера. Гіпотеза Войтинського–Сраффи. Модель лінійного міста. Модель міста на колі. Модель Е. Чемберліна. Модель Р. Шмалензі.

I. План практичного заняття.

1. Сутність, типи та моделі продуктової диференціації, її вплив на структуру ринку .

2. Моделі диференціації у просторі.

3. Вертикальна диференціація.

4. Роль реклами в диференціації продукту та конкуренції на ринку.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Які основні типи диференціації продукту вам відомі? Як пов'язані стратегії фірм на ринку з особливістю продуктової диференціації?
2. Яким чином можна виміряти (оцінити) рівень диференціації продукту на ринку?
3. Припустимо, що в "лінійному місті" Хотеллінга фірми вибирають місце розташування. Чи вплине на вибір місця розташування фірм величина максимальної готовності покупця платити за товар? величина транспортних тарифів? державне ціноутворення на товар?
4. Чи вплине на гостроту цінової конкуренції між продавцями в моделі Хотеллінга можливість досконалої цінової дискримінації?
5. Чи впливають ціни товарів у моделі Ланкастера на альтернативну цінність характеристик, укладених у різних товарах? Якщо так, то як?
6. "Витрати на рекламу марнотратні з погляду суспільства. Законодавче обмеження витрат на рекламу призвело б до підвищення ефективності використання обмежених ресурсів". Обговоріть це твердження.
7. Як вплине на оптимальний обсяг витрат на рекламу фірми-цінового лідера входження на ринок нових фірм-аутсайдерів і відповідне скорочення ринкової частки лідера?
8. Чи впливає на економічне становище фірм на ринку вертикально диференційованого продукту проблема асиметричності інформації про якість? Якщо так, вкажіть основні напрями впливу.
9. Охарактеризуйте бар'єри входження на ринок, існуючі в умовах диференціації продукту. Відомо, що в мікроекономічній теорії монополістична конкуренція розглядається як структура ринку з нульовими бар'єрами входження. У яких випадках ми дійсно можемо спиратися на цю передумову?

III. Практичні завдання

1. Оберіть галузевий ринок для дослідження особливостей його функціонування та поведінки підприємств на ньому. Визначте фактори, які застосовуються для диференціації продукції на досліджуваному Вами ринку. Проаналізуйте рівень витрат на диференціацію продукції досліджуваного галузевого ринку.

Яка роль реклами на досліджуваному Вами ринку? Зробіть висновки щодо її ефективності. Відповідь обґрунтуйте.

Визначте, за яких умов порівняльна реклама не буде вважатися недобросовісною конкуренцією. Чи не суперечить така ситуація інтересам споживачів? Які можливості для захисту прав споживачів закладені Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Відповідь обґрунтуйте.

На підставі аналізу чинного законодавства визначте особливості співвідношення понять «недобросовісна конкуренція» та «недобросовісна реклама». Назвіть спільне й відмінності.

Проаналізуйте рівень витрат на рекламу в різних галузях вітчизняної економіки за останні 5 років та зробіть висновки щодо її ефективності. Відповідь обґрунтуйте.

Проведіть оцінювання конкурентоспроможності галузі.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №11

ТЕМА: СТРАТЕГІЧНА ВЗАЄМОДІЯ ФІРМ НА РИНКУ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних питань щодо визначення моделі взаємної гри, моделі послідовної гри, теорії змови.

Основні поняття: Олігополія. Стратегічна взаємодія. Рівновага Неша. Теорія гри. Стратегія. Платіжна матриця. "Дилема ув'язнених". Кооперована та некооперована монополія. Моделі послідовної та взаємної гри. Припустимі варіації. Крива реагування. Модель Курно. Рівновага Курно-Неша. Модель Бертрана. Рівновага Бертрана– Неша. Парадокс Бертрана. Модель Чемберліна. Цінова війна. Модель Еджуорта. Модель Штакельберга. Цінове лідерство. Лідерство в цінах: домінантної фірми, "замість відкритої змови", барометричне. Модель ламаної кривої попиту. Свідомий паралелізм. Змова. Стачки. Картель. Квазіконкурентні ринки. Стратегії покарання.

I. План практичного заняття.

1. Моделі взаємної гри.
2. Моделі послідовної гри.
3. Теорія змови.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Чи може фірма, що є лідером, отримувати в умовах рівноваги за Штакельбергом нижчий прибуток, ніж в умовах рівноваги за Курно?
2. Чи виробляється фірмами на ринку олігополії ефективний обсяг випуску?
3. Розкрийте сутність моделі "дилема ув'язнених" та покажіть її застосування в мікроекономіці.
4. Відповідно до моделі Бертрана конкуренція призводить до того, що прибуток буде нульовим навіть за наявності на ринку лише двох конкурентів. Чому на практиці ми зустрічаємося з цим не так часто?

III. Практичні завдання

1. Якби Ви були Головою Антимонопольного комітету України, то які заходи конкурентної політики Ви застосували б для зниження стимулів фірм до укладання картельних угод? Відповідь обґрунтуйте у формі есе.

Чи погоджуєтесь ви з висновком: "Цінові війни передбачають збитки для всіх учасників. Практика ведення таких війн є доведенням того, що фірми поводять себе нераціонально". Обґрунтуйте.

Конкуруючи з компанією А, компанія В запровадила план "захисту ціни". Згідно з цим планом, якщо компанія В знижує свою ціну, вона мусить компенсувати своїм колишнім споживачам різницю в ціні. Покажіть, що цей план полегшує організацію змови між компаніями.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №12

ТЕМА: РИНКИ ПРИРОДНОЇ МОНОПОЛІЇ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних питань щодо сутності та головних ознак ринків природної монополії, регулювання ринку природної монополії, регулювання природних монополій в Україні.

Основні поняття: Природна монополія. Ціни за Рамсеєм. "Перехресне субсидування".

I. План практичного заняття.

1. Сутність та головні ознаки ринків природної монополії.
2. Регулювання ринку природної монополії.
3. Регулювання природних монополій в Україні

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Охарактеризуйте ознаки природної монополії. Які основні причини виникнення природної монополії?
2. Якими принципами керується держава, встановлюючи ціни на продукцію природної монополії?
3. Що таке "перехресне субсидування", які результати його використання?
4. Дайте характеристику основним проблемам, пов'язаним із державним ціноутворенням на продукцію природних монополій.
5. Охарактеризуйте результати регулювання норми прибутковості природної монополії.
6. Чи можливий розвиток конкуренції на ринку природної монополії?

III. Практичні завдання

1. Визначте особливості функціонування природних монополій в Україні.

Яким чином в Україні можна ідентифікувати галузі природної монополії? Яка інформація Вам для цього необхідна? Яким чином можна було б її отримати?

Якими заходами конкурентної політики Антимонопольний комітет України може стимулювати підприємства, що діють на ринках природної

монополії, до конкурентної поведінки, знаючи лише функцію попиту на їх продукцію?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №13

ТЕМА: ВЛАДА ПОКУПЦЯ ТА ВЕРТИКАЛЬНА ІНТЕГРАЦІЯ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних засад вертикальної інтеграції та її наслідки, вертикального обмеження та його наслідків, регулювання вертикальних відносин.

Основні поняття: Вертикальна диференціація. Вертикальна інтеграція. Вертикальне злиття. Вертикальний контроль. Вертикальні обмеження.

I. План практичного заняття.

1. Вертикальна інтеграція та її наслідки.
2. Вертикальні обмеження та їх наслідки.
3. Регулювання вертикальних відносин.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Які існують форми вертикального контролю на ринках? Чим вертикальна інтеграція відрізняється від вертикальних обмежень?
2. Які господарські проблеми фірм дозволяє вирішити вертикальна інтеграція? У якому випадку для їх вирішення необхідний контроль над власністю підприємств, а в якому – контроль над їх поведінкою?
3. Як економісти Чиказької школи розглядають вплив вертикальної інтеграції на ринкове становище і поведінку фірм?
4. Що таке проблема "подвійний надбавки"? У якому випадку усунення "подвійний надбавки" призводить до зростання сумарного прибутку виробників кінцевої і проміжної продукції?
5. Охарактеризуйте характер і форми трансакційних витрат, які спонукають фірми використовувати вертикальну інтеграцію.
6. У яких випадках вертикальна інтеграція дозволяє використовувати схему цінової дискримінації? 7. Як вертикальна інтеграція впливає на положення фірма аутсайдерів, які не входять у вертикально інтегровані об'єднання, а також потенційних конкурентів – виробників кінцевої продукції?
7. Які зовнішні ефекти можуть виникати у відносинах між виробниками та дистриб'юторами?
8. Що таке франчайзинг? Чому франчайзинг можна розглядати як різновид вертикального контролю?

III. Практичні завдання

1. Проаналізуйте розвиток світового ринку франчайзингових послуг. Визначте світових компаній-лідерів у франчайзинговому бізнесі України.

З'ясуйте позитивні та негативні чинники розвитку міжнародної франчайзингової діяльності в Україні.

Проаналізуйте структуру та динаміку українського ринку франчайзингу. Обґрунтуйте проблеми та перспективи розвитку франчайзингової бізнес-моделі в Україні.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №14

ТЕМА: СТРУКТУРА РИНКУ, ПАТЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ.

Мета заняття. Опрацювання теоретичних засад щодо дослідження інновацій у теорії галузевих ринків, інновацій та структури ринку, визначення оптимального обсягу витрат на інновації для фірми, оптимальної тривалості патенту.

Основні поняття: Інновації. Інноваційна та оптимізаційна моделі фірми. Інноваційна діяльність. Дифузія інновацій. Оптимальний обсяг витрат на інновації для фірми. Оптимальна тривалість патенту.

I. План практичного заняття.

1. Дослідження інновацій у теорії галузевих ринків.
2. Інновації та структура ринку.
3. Визначення оптимального обсягу витрат на інновації для фірми.
4. Оптимальна тривалість патенту.

II. Питання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу:

1. Проаналізуйте залежність інновацій та розмірів фірм галузі.
2. Проаналізуйте наслідки патентного захисту у галузі.
3. Чи погоджуєтесь ви з тим, що монополія сприяє інноваціям?

Обґрунтуйте.

III. Практичні завдання

1. Проаналізуйте найуспішніші інноваційні винаходи 2019-2020 рр., поясніть у яких підприємств вищі стимули до інноваційної діяльності? Якими заходами галузевої політики держава може стимулювати інноваційні процеси на кожному з цих підприємств? Відповідь обґрунтуйте.

Оберіть галузевий ринок для дослідження особливостей його функціонування та поведінки підприємств на ньому. Оцініть частку витрат на інноваційну діяльність в загальному обсязі продажу на обраному Вами ринку.

Проаналізуйте розвиток інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки України. Визначте найуспішніші та найефективніші інноваційні винаходи 2019-2020 рр. у цій сфері.

Обґрунтуйте напрями стимулювання інноваційної діяльності на галузевих ринках. З'ясуйте проблеми нормативно-правового забезпечення

інноваційної діяльності в Україні та запропонуйте власні шляхи їх вирішення.

Проаналізуйте особливості ліцензування та патентування підприємницької діяльності в Україні. З'ясуйте, які види господарської діяльності підлягають ліцензуванню? Який порядок одержання, переоформлення та анулювання ліцензії. Поясніть необхідність патентування та назвіть види патентів. Які існують вимоги щодо одержання патенту? Відповідь обґрунтуйте.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

Реферати (самостійна робота)

1. Етапи розвитку теорії галузевих ринків.
2. Теоретико-методологічні підходи до аналізу галузевих ринків XIX–XX ст.
3. Концепція п'яти сил конкуренції М. Портера.
4. Парадигма "структура – поведінка – результат"- погляди представників різних шкіл економічної теорії.
5. Внесок представників інституційного напрямку в розвиток теорії галузевих ринків.
6. Взаємозв'язок статистичних класифікацій світового, європейського та українського рівнів.
7. Класифікація видів економічної діяльності Європейського Союзу – NACE.
8. Сучасні міжнародні статистичні класифікації.
9. Кон'юнктура ринків як об'єкт економічного аналізу.
10. Проблема конкуренції в теорії галузевих ринків.
11. Галузева конкуренція: види, форми, методи реалізації. Об'єкти конкурентного суперництва. Переваги і недоліки галузевої конкуренції.
12. Диференціація продукту і реклама.
13. Поняття та види інтеграції на галузевих ринках.
14. Конкурентоспроможність галузі.
15. Фірма як суб'єкт галузевого ринку.
16. Концентрація на галузевих ринках і монополізм.
17. Вертикальна інтеграція на галузевих ринках.
18. Франчайзинг як особливий вид вертикального контракту.
19. Патенти і патентний захист. Ліцензування.
20. Державна політика щодо угод про інновації.
21. Природа та види цінової дискримінації.
22. Вплив цінової дискримінації на добробут та напрямки регулювання.
23. Політика держави щодо створення ефективної структури галузевих ринків.
24. Антимонопольне регулювання для підтримки конкуренції на галузевих ринках.

25. Антимонопольне законодавство та його дія стосовно всіх галузей та підприємств економіки.
26. Фактори ринкової структури, що впливають на взаємодії фірм в ринковій економіці.
27. Контрактні відносини українських підприємств як джерело специфічних рис перехідної економіки.
28. Порівняльний аналіз основних типів ринкових структур.
29. Проблеми конкурентоспроможності галузі в українській економіці.
30. Якість товару і реклама як стратегічні бар'єри входу на ринок.
31. Бар'єри входу і теорія квазіконкурентних ринків.
32. Особливості квазімонопольної поведінки фірм на ринку.
33. Диференціація товару як фактор квазімонопольної поведінки фірми на ринку.
34. Вплив асиметрії інформації на структуру ринку.
35. Домінуюча фірма в українській економіці.
36. Особливості стратегічного взаємодії великих фірм на українському ринку.
37. Змова і картелі в економіці України.
38. Стратегія і тактика ціноутворення в практиці західних фірм.
39. Цінова дискримінація в економіці України.
40. Альтернативні форми розрахунків як фактор вертикальної інтеграції.
41. Особливості функціонування природних монополій в Україні.
42. Проблеми націоналізації і приватизації галузей природної монополії.
43. Теорія і методи оцінювання втрат суспільного добробуту в умовах монополії.
44. Способи створення і підтримки монополії в галузі.
45. Еволюція антимонопольного законодавства в розвинених країнах. Особливості в Україні.
46. Український монополізм і наслідки приватизації економіки.

ПІДГОТОВКА ДО ІСПИТУ

V . Тестове завдання для перевірки засвоєння теоретичного матеріалу

1. Галузь – це...

- а) сукупність підприємств, які виробляють однорідні продукти, використовуючи схожі ресурси й технології;
- б) сукупність підприємств, затверджених законодавчо;
- в) сукупність економічних умов, при яких покупці і продавці взаємодіють для здійснення взаємовигідних торгових угод;

г) сукупність підприємств, які тимчасово об'єдналися для реалізації спільної мети.

2. Сукупність відносин між продавцями, що займаються однаковим видом діяльності, тобто здійснюють процес виробництва за допомогою схожих ресурсів і створюють однаковий за цільовим призначенням товар, та покупцями, які формують попит на нього, з приводу купівлі-продажу цього товару – це ...

- а) місцевий ринок;
- б) галузевий ринок;
- в) вітчизняний ринок;
- г) регіональний ринок.

3. Функція галузевого ринку, що забезпечує налагодженню зв'язків між різними галузями виробництва, попитом і пропозицією, встановлення і підтримання економічних пропорцій, а також забезпечення безперервності процесу відтворення....

- а) регулююча;
- б) ціноутворююча;
- в) алокаційна;
- г) стимулююча.

4. Межі галузевого ринку, що визначаються здатністю фірми забезпечувати стабільний попит на вироблену продукцію протягом заданого або планового періоду часу...

- а) часові;
- б) продуктові;
- в) територіальні;
- г) просторові.

5. Галузеві ринки, такі як вугільні, газові, нафтопереробні, гірничорудні, гірничо-збагачувальні, заготівлі деревини, рибальства, сільського господарства належать до....

- а) вторинного сектору;
- б) третинного сектору;
- в) первинного сектору;
- г) четвертого сектору.

6. Економічне суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення інтересів, пов'язаних з продажем продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самим споживачам називають.

- а) конкуренція;
- б) диверсифікація;
- в) інтеграція;
- г) спеціалізація.

7. Недобросовісною конкуренцією є:

а) будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності;

б) негативні дії у конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності;

в) будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам у підприємницькій діяльності;

г) будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам, торговим звичаям.

8. *Конкуренція між товаровиробниками в одній галузі виробництва за зниження витрат виробництва, і, як наслідок, зниження цін, поліпшення якості продукції, розширення ринків збуту тощо називається...*

а) міжгалузевою;

б) міжнародною;

в) внутрішньогалузевою;

г) несумлінною.

9. *Конкуренція виробників на світовому ринку називається...*

а) внутрішньогалузева;

б) міжнародна;

в) міжгалузева;

г) місцева.

10. *Неправомірне використання товару іншого виробника, збирання, розголошення та використання комерційної таємниці, дискредитація суб'єкта господарювання та досягнення неправомірних переваг у конкуренції характеризують...*

а) монополістичну конкуренцію;

б) олігополістичну конкуренцію;

в) внутрішньогалузеву конкуренцію;

г) несумлінну конкуренцію.

11. *Виокремлення продукції фірми серед інших конкуруючих продуктів за допомогою ціни, якості, упаковки, товарного знаку тощо називається....*

а) диференціація продукції;

б) вертикальна інтеграція;

в) цінова диференціація;

г) диверсифікація виробництва.

12. *Порівняння товарів, що потребують однакової кількості ресурсів для їх виробництва, але є різними за дизайном має назву....*

а) корпоративна диверсифікація;

б) цінова диференціація;

в) вертикальна диференціація;

г) горизонтальна диференціація.

13. *Спосіб розвитку підприємства, що полягає в освоєнні виробництва нових товарів, товарних ринків, видів послуг, а також включає розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми має назву...*

а) диференціація;

б) спеціалізація;

в) диверсифікація;

г) кооперація.

14. Узгоджений розвиток і взаємне доповнення підприємств, галузей економіки, регіонів, країн для ефективнішого використання ресурсів і задоволення потреб учасників цього процесу в певних товарах і послугах називається...

- а) диверсифікація;
- б) спеціалізація;
- в) інтеграція;
- г) кооперація.

15. Диверсифікація, що передбачає створення нових видів продукції за існуючої технології й на основі тих же матеріалів, сировини, що раніше використовувалися на підприємстві називається...

- а) концентрична;
- б) вертикальна;
- в) горизонтальна;
- г) корпоративна.

16. Під поняттям концентрації ринку розуміють:

- а) процес злиття підприємств, компаній та інших ринкових активів, внаслідок якого зростає економічна влада учасників ринку;
- б) процес розширення числа підприємств, компаній та інших ринкових активів, внаслідок якого зростає економічна влада учасників ринку;
- в) процес обмеження географічної території ринку, внаслідок чого зростає економічна влада учасників ринку;
- г) процес зростання обігу всіх підприємств, компаній та інших ринкових структур, внаслідок чого зростає економічна влада учасників ринку.

17. Не вважається економічною концентрацією:

- а) створення суб'єкта господарювання, метою чи в наслідок створення якого здійснюється координація конкурентної поведінки між суб'єктами господарювання, що створили зазначений суб'єкт господарювання або між ними та новоствореним суб'єктом господарювання;
- б) злиття суб'єктів господарювання;
- в) приєднання суб'єкта господарювання;
- г) набуття одним суб'єктом господарювання контролю над діяльністю іншого суб'єкта господарювання.

18. Учасники концентрації у порядку, встановленому Антимонопольним комітетом України, звертаються за дозволом на концентрацію:

- а) до Антимонопольного комітету України;
- б) до територіальних відділень Антимонопольного комітету України;
- в) до Антимонопольного комітету України чи до територіальних відділень Антимонопольного комітету України;
- г) правильна відповідь відсутня.

19. На що вказує індекс Херфіндаля-Хіршмана:

- а) на рівень концентрації бізнесу на певному ринку;

- б) на рівень рентабельності бізнесу на певному ринку;
- в) на рівень продаж певного товару на ринку;
- г) на рівень конкуренції бізнесу на певному ринку.

20. Зловживанням монопольним (домінуючим) становищем на ринку є:

а) дії чи бездіяльність суб'єкта господарювання, який займає монопольне (домінуюче) становище на ринку, що призвели або можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, зокрема обмеження конкурентоспроможності інших суб'єктів господарювання, або ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів, які були б неможливими за умов існування значної конкуренції на ринку;

б) дії суб'єкта господарювання, який займає монопольне (домінуюче) становище на ринку, що призвели або можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції;

в) дії чи бездіяльність суб'єкта господарювання, який займає монопольне (домінуюче) становище на ринку, які були б неможливими за умов існування значної конкуренції на ринку;

г) правильна відповідь відсутня.

21. «Гіпотезу Шумпетера» характеризує твердження:

а) монопольне становище фірми є головною умовою успішної інновації;

б) олігополія дає можливості для розвитку інновацій;

в) олігопольна структура ринку є ефективнішою структурою порівняно з досконало конкурентною;

г) в умовах досконалої конкуренції усі фірми мають можливість для розвитку інновацій.

22. Під інноваціями розуміють:

а) нові технології;

б) нові види продукції і послуг;

в) нові організаційно-технічні рішення;

г) все перераховане вище.

23. Нововведення можуть бути оформленні у вигляді:

а) відкриттів, винаходів;

б) патентів, товарних знаків;

в) «ноу-хау»;

г) організації виробництва або іншої структури;

д) всі відповіді вірні;

е) вірні відповіді б та в.

24. Інновації, зорієнтовані на виробництво і використання нових (поліпшених) продуктів у сфері виробництва або у сфері споживання – це:

а) ринкові інновації;

б) продуктові інновації;

в) інновації процесу;

г) технологічні інновації.

25. *Комплекс послідовних дій, унаслідок яких новація розвивається від ідеї до конкретного продукту і поширюється під час практичного використання називається...*

- а) інноваційний процес;
- б) інноваційна діяльність;
- в) інноваційна стратегія;
- г) інноваційна розробка.

26. *Цінова дискримінація – це...*

- а) продаж за різними цінами однієї і тієї ж продукції різним покупцям;
- б) відмінність в оплаті праці, залежне від національності чи статі;
- в) експлуатація трудящих шляхом встановлення високих цін на товари народного споживання;
- г) підвищення ціни на товар більш високої якості.

27. *Цінова дискримінація за Ф. Махлупом виокремлює...*

- а) індивідуальну дискримінацію, що засновується на відмінностях між покупцями;
- б) групову дискримінацію, де використовується різниця між групами покупців;
- в) продуктову дискримінацію, за якої на різну продукцію призначаються дискримінаційні ціни;
- г) усі відповіді правильні.

28. *Вид цінової дискримінації, який передбачає як персональні, так і міжособистісні відмінності цін попиту та має місце, коли кожна одиниця товару продається за ціною, яку кожний споживач згоден віддати за цю одиницю, тобто за ціною попиту називається...*

- а) цінова дискримінація 1 ступеня;
- б) цінова дискримінація 2 ступеня;
- в) цінова дискримінація 3 ступеня;
- г) підтримка роздрібних цін.

29. *Відмінність ціноутворення в умовах досконалої конкуренції від ціноутворення в умовах недосконалої конкуренції полягає в тому, що:*

- а) в умовах досконалої конкуренції фірма змушена пристосовуватися до існуючої ринкової ціни, а в умовах недосконалої конкуренції вона може «диктувати» свою ціну;
- б) в умовах досконалої конкуренції фірма поширює свій вплив на менше число агентів, ніж в умовах недосконалої конкуренції;
- в) в умовах досконалої конкуренції фірма застосовує цінову дискримінацію, а в умовах недосконалої конкуренції – нецінову дискримінацію;
- г) в умовах недосконалої конкуренції фірма не має стимулів призначати ціну вище граничних витрат.

30. *Визначте, яку ціну монополісти встановлюють на свій товар:*

- а) ціну, при якій він отримає максимальний прибуток від продажів;
- б) ціну, при якій він отримає максимальну виручку від продажу товару;
- в) ціну, за якої він зможе продати максимально можливий обсяг товару;

г) найвищу, за якої товар можна ще продати.

31. Сукупність заходів держави, що спрямовані на регулювання відносин на рівні галузевих ринків, загальною метою якої є найкраще задоволення потреб у певному товарі чи послугі – це....

- а) галузева політика держави;
- б) структурна галузева політика;
- в) антимонопольна політика держави;
- г) стратегічна галузева політика.

32. За методами, що використовуються, державна галузева політика поділяється на:

- а) внутрішню, зовнішню і змішану;
- б) пасивну і активну;
- в) наступальну і захисну;
- г) політику, спрямовану на продавців і покупців.

33. До прямих методів державного регулювання ринку відносяться:

- а) регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- б) фінансова політика;
- в) бюджетне фінансування;
- г) вірно а і б.

34. Антимонопольний комітет України – це:

а) державний орган із спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту економічної конкуренції у підприємницькій діяльності;

б) центральний орган із спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту економічної конкуренції у підприємницькій діяльності;

в) центральний орган виконавчої влади метою діяльності якого є забезпечення державного захисту економічної конкуренції у підприємницькій діяльності;

г) незалежний орган метою діяльності якого є забезпечення державного захисту економічної конкуренції у підприємницькій діяльності.

35. Дії фірми, з метою посилення власного становища на ринку шляхом примусового нав'язування своїх правил поведінки відповідно до світової практики антимонопольного регулювання характеризують....

- а) недосконалу конкуренцію;
- б) незаконну поведінку фірм;
- в) монопольне становище;
- г) стратегічну поведінку фірм.

Критерії оцінки знань студентів за результатами вивчення дисципліни

Результатом вивчення дисципліни є отримання певної кількості балів.

За системою СНУ ім. В.Даля	За шкалою ECTS	За національною системою	Визначення
90-100	A	5 (відмінно)	Повно та ґрунтовно засвоїв всі теми навчальної програми вмів вільно та самостійно викласти зміст всіх питань програми навчальної дисципліни, розуміє її значення для своєї професійної підготовки, повністю виконав усі завдання кожної теми та поточного модульного контролю в цілому. Брав участь в олімпіадах, конкурсах, конференціях.
82-89	B	4 (дуже добре)	Недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв окремі питання робочої програми. Вмів самостійно викласти зміст основних питань програми навчальної дисципліни, виконав завдання кожної теми та модульного поточного контролю в цілому.
74-81	C	4 (добре)	Недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв деякі теми робочої програми, не вмів самостійно викласти зміст деяких питань програми навчальної дисципліни. Окремі завдання кожної теми та модульного поточного контролю в цілому виконав не повністю.
65-73	D	3 (задовільно)	Засвоїв лише окремі теми робочої програми. Не вмів вільно самостійно викласти зміст основних питань навчальної дисципліни, окремі завдання кожної теми модульного контролю не виконав.
60-64	E	3 (достатньо)	Засвоїв лише окремі питання навчальної програми. Не вмів достатньо самостійно викласти зміст більшості питань програми навчальної дисципліни. Виконав лише окремі завдання кожної теми та модульного контролю в цілому
35-59	Fx	2 (незадовільно)	Не засвоїв більшості тем навчальної програми не вмів викласти зміст більшості основних питань навчальної дисципліни. Не виконав більшості завдань кожної теми та модульного контролю в цілому.
1-34	F	2 (незадовільно)	Не засвоїв навчальної програми, не вмів викласти зміст кожної теми навчальної дисципліни, не виконав модульного контролю

Список рекомендованої літератури

1. Вашків О. Економіка галузевих ринків: опорн. консп. лекцій. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 184 с.
2. Горбаченко С.А., Карпов В.А., Шевченко-Перепьолкіна Р.І. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури: навчальний посібник . К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. 320 с.
3. Ігнатюк А. І. Економіка галузевих ринків: навчальний посібник Київ : ВПЦ "Київський університет", 2015. 448 с.
4. Куц Л. Л. Економіка галузевих ринків: ЕНМКД. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. URL: <http://library.tneu.edu.ua/index.php/uk/nmkd/3642-ekonomika-haluzevykh-rynkiw/>
5. Михальчишин Н.Л. Теорія галузевих ринків: навч. посібник Львів: Вид-во «Компанія «Манускрипт»», 2022. 232 с.
6. .Теоретичні та прикладні аспекти сталого розвитку : функціональний, галузевий і регіональний вектори : монографія / під заг. ред. С. М. Шкарлета. Київ: Кондор, 2017. 315 с.
7. Управління у сфері економічної конкуренції: Навчальний посібник у 2 томах. Том 1 / За ред. А.Г. Герасименко. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 480 с.

Допоміжна

1. Горошкова Л. А. Методологічні підходи до визначення тенденцій домінуючого конкурентного позиціонування на галузевих ринках. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : збірник наукових праць : у 2-х вип. Маріуполь, 2016. Вип. 1, Т. 1. С. 8–17.
2. Економічна теорія: підручник / В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, Т.А. Щербакова та ін.; за заг. ред. В.Д. Лагутіна. - Київ: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2018. - 608 с.
3. Лагутін В., Герасименко А. Галузеві ринки в економічній системі XXI століття. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2019. No 3. С. 5-15.