|  |
| --- |
| Министерство науки и высшего образования Российской Федерации |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение |
| высшего образования |
| «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина |
| (Технологии. Дизайн. Искусство)» |
|  |
| Институт  | Экономики и менеджмента |
| Кафедра  | Экономики и менеджмента |

|  |
| --- |
| **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**для проведения текущей и промежуточной аттестациипо учебной дисциплине |
| **Хозяйственный механизм управления экономикой** |
| Уровень образования  | Бакалавриат |
| Направление подготовки | 38.03.02 | Менеджмент |
| Направленность (профиль) | Маркетинг и бренд-менеджмент |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 5 лет |
| Форма(-ы) обучения | Очно-заочная |

|  |
| --- |
| Оценочные материалы учебной дисциплины «Хозяйственный механизм управления экономикой» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 11 от 25.06.2021 г. |
| Составитель оценочных материалов учебной дисциплины: |
|  | Профессор | С.Г. Радько |
|  |  |  |
| Заведующий кафедрой: | С.Г. Радько |

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

* + - 1. Учебная дисциплина «Хозяйственный механизм управления экономикой» изучается в десятом семестре.
			2. Форма промежуточной аттестации: зачет.
			3. Курсовая работа – не предусмотрена.

# ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ, ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

* + - 1. Оценочные средства являются частью рабочей программы учебной дисциплины «Хозяйственный механизм управления экономикой» и предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших компетенции, предусмотренные программой.
			2. Целью оценочных средств является установление соответствия фактически достигнутых обучающимся результатов освоения дисциплины, планируемым результатам обучения по дисциплине, определение уровня освоения компетенций.
			3. Целями изучения дисциплины «Хозяйственный механизм управления экономикой» являются:
		- изучение организации и специфики деятельности по преобразованию природных ресурсов в пригодные для потребления обществом материальные блага;
		- формирование навыков по решению задач в сфере функционирования производства в конкретных отраслях народного хозяйства;
		- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
			1. Оценочные материалы по учебной дисциплине «Хозяйственный механизм управления экономикой» включают в себя:
		- перечень формируемых компетенций, соотнесённых с планируемыми результатами обучения по учебной дисциплине «Хозяйственный механизм управления экономикой»;
		- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения;
		- методические указания по использованию различных образовательных ресурсов.
			1. Оценочные материалы сформированы на основе ключевых принципов оценивания:
		- валидности: объекты оценки соответствуют поставленным целям обучения;
		- надежности: используются единообразные стандарты и критерии для оценивания достижений;
		- объективности: разные обучающиеся имеют равные возможности для достижения успеха.

# ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, СООТНЕСЁННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МЕНЕДЖМЕНТ» И ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

| **Код компетенции,****код индикатора****достижения компетенции** | **Планируемые результаты обучения по дисциплине** | **Наименование оценочного средства** |
| --- | --- | --- |
| **текущий контроль (включая контроль самостоятельной работы обучающегося)**  | **промежуточная аттестация** |
| ПК-2ИД-ПК-2.1.ИД-ПК-2.3 | * планирует результаты выполнения проектов;
* Определяет содержание проектов и результаты их выполнения;
* формирует планы, касающиеся объемов финансовых, человеческих, материально-технических и информационных ресурсов.
 | устный опрос, дискуссия | Зачет с учетом совокупности результатов текущего контроля успеваемости и в письменно-устной форме по вопросам согласно программе обучения. |
| ПК-5ИД-ПК-5.2. | * определяет инструменты и технологии планирования, требуемые для контроля работ и ресурсов;
* оценивает результативность использования технологий планирования;
* Выделяет и оценивает возможности использования способов контроля работ и результатов, необходимых для его успешного выполнения.
 | устный опрос, дискуссия  |
| ПК-7ИД-ПК-7.3. | – определяет инструменты и методы идентификации, оценки и анализа рисков;– использует методы инвестиционной оценки проектов с учетом существующих угроз и рисков;– определяет вероятные последствия принятия инвестиционных решений. | устный опрос, дискуссия,тестирование |

# ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Хозяйственный механизм управления экономикой представляет совокупность методов, подходов и алгоритмов принятия решений, использование которых дает возможность регулировать взаимодействие производств на отраслевом уровне и в масштабе государства. Специфика отраслевого производства определяется социально-экономическими и материально-техническими особенностями промышленности. Различные отрасли отличаются по приведенным признакам и достаточно несовпадения хотя бы по одному технологическому признаку, чтобы появились возможности для появления новых производства. Материал дисциплины «Хозяйственный механизм управления экономикой» дает возможность осваивать специфику и особенности функционирования производства в конкретных отраслях народного хозяйства.

Современные экономические взаимоотношения должны опираться на понимание места отрасли в системе народного хозяйства. Это требует изучения ее социально-экономических и материально-технических особенностей, выделение разнообразных факторов социально-экономической среды. Приоритетная цель изучения хозяйственного механизма управления экономикой заключается в повышении эффективности управления субъектами хозяйствования за счет учета и грамотного использования инструментария управления технологиями и использования ресурсной базы в современных условиях.

## **Оценочные материалы текущего контроля успеваемости по учебной дисциплине «Хозяйственный механизм управления экономикой», в том числе самостоятельной работы обучающегося, типовые задания.**

**Вопросы для дискуссии в рамках обсуждения основных положений хозяйственной деятельности и принятия решений в современных условиях функционирования текстильной и легкой промышленности**.

1. Современная концепция конкурентоспособности (отраслевой и региональный уровни оценки).

2. Последствия вертикальной интеграции для развития отраслевого рынка текстильной и легкой промышленности

3. Вертикальная интеграция и эффективность использования ресурсов в условиях внешнего давления.

4. Антимонопольная политика государства и ресурсные ограничения. Проблемы логистики.

5. Образование финансово-промышленных групп (корпораций) как форма проявления вертикальной интеграции.

6. Международная и отечественная практика антимонопольного регулирования.

7. Ценообразование на рынке естественных монополий

8. Подходы к оценке потерь общественного благосостояния в условиях замкнутой экономической системы.

9. Эмпирические исследования и проблемы оценки социальной эффективности бизнеса, возникающие в практике функционирования отраслевых рынков.

10. Продуктовая дифференциация и импортозамещение как условие выживания отечественной промышленности.

**Практическое занятие по разделу II. «Институциональная среда и хозяйственный механизм управления экономикой»**

**Задание 1**

На рынке действуют фирмы “А” и “В”. Взаимодействие фирм описывается моделью Курно, для обеих фирм соблюдается условие MR(Q) = MС(Q). Известно, что первой выпуск начинает фирма “А”, последовательно меняя объем выпуска в ответ на действия фирмы В. График, характеризующий рыночный спрос, имеет следующий вид:

Q, тыс. шт.

E = 1

Q = 1

0

Р, руб.

Рассчитать равновесное значение выпуска в точке Курно. Равновесие достигается при разнице между объемами выпуска фирм менее 5 шт.

**Задание 2**

На рынке действует две фирмы, при этом кривая рыночного спроса для обеих фирм имеет вид P = 50000 – Q. Значение Q характеризует собой совокупное производство двух фирм таким образом, что Q1 + Q2 = Q тыс. шт. Предельные издержки МС у фирм равны const и фирмы максимизируют свою прибыль.

Руководство 1-й фирмы полагает, что объем выпуска 2-й фирмы может принимать значения 5, 10, 15 и 20 тыс. шт. Руководство 2-й фирмы полагает, что объем выпуска 1-й фирмы будет изменяться таким же образом.

1. При условии, что фирмы действуют на конкурентом рынке, определить цены на продукцию в точке равновесия и построить кривые реакций фирм.

2. При условии, что фирмы не конкурируют и имеют возможность осуществлять совместный выпуск продукции, размер которого определяется их договором, определить значение совокупного объема выпуска, при котором фирмы максимизируют прибыль. Отразить графически ситуацию, при которой фирмы делят максимальную совокупную прибыль пополам.

3. После заключения договора руководство каждой из фирм предполагает, что партнер может нарушить условия соглашения с целью захвата рынка. По условию максимизации прибыли определить значения объемов выпуска фирм, при которых каждая из них будет вынуждена уйти с рынка. Проверить полученные результаты по кривым реакций фирм.

Задание 3

В отрасли с совершенной конкуренцией функционирует 50 фирм. На рынке установилось долгосрочное равновесие, при этом фирмы имеют следующую функцию общих затрат.

ТС = Q3 – 4Q2 + 15 Q

В результате изменения отраслевого спроса фирмы увеличили объемы производства и их функция общих затрат приобрела вид:

ТС = Q3 – 6Q2 + 18 Q

Определить значения объема отраслевого предложения и цен на продукцию до увеличения отраслевого спроса и после, если известно, что при достижении долгосрочного отраслевого равновесия P = ACmin.

## **Задача 4**

На рынке осуществляет деятельность 8 фирм, рыночные доли которых представлены в таблице.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Рыночная доля фирмы | 0,01 | 0,03 | 0,05 | 0,08 | 0,13 | 0,21 | 0,22 | 0,26 |

Рассчитать индекс Хиршмана-Херфиндаля (в долях и в %) и выделить группу фирм, по которой наблюдается максимальное усиление монопольной власти. Показать графически изменение монопольной власти, сопоставив кривые, построенные по кумулированным и некумулированным данным (рыночные доли фирм откладывать по оси ординат).

**Задача 5**

В таблице представлены данные по пяти отраслям (рынкам), на каждом из которых присутствует разное количество фирм. На каждом рынке фирмы имеют равные рыночные доли.

Вариант 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № рынка | Число фирм-олигополистов | Значение индекса Н |
| 1 | 15 |  |
| 2 | 13 |  |
| 3 | 12 |  |
| 4 | 10 |  |
| 5 | 7 |  |

Вариант 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № рынка | Число фирм-олигополистов | Значение индекса Н |
| 1 | 10 |  |
| 2 | 7 |  |
| 3 | 5 |  |
| 4 | 3 |  |
| 5 | 2 |  |

Рассчитайте индекс Хиршмана-Херфиндаля по каждому рынку.

**Задача 6**

В таблице представлены данные по пяти рынкам, на каждом из которых присутствует разное количество фирм.

1-й вариант

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | 1-й рынок,3 фирмы | 2-й рынок,4 фирмы | 3-й рынок,5 фирм | 4-й рынок,5 фирм | 5-й рынок,6 фирм |
|  | Рыночные доли фирм |
| 1 | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,3 | 0,1 |
| 2 | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,1 |
| 3 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| 4 |  | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| 5 |  |  | 0,2 | 0,1 | 0,2 |
| 6 |  |  |  |  | 0,2 |

2-й вариант

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Количество фирм | 1-й рынок | 2-й рынок | 3-й рынок | 4-й рынок | 5-й рынок |
| Суммарная рыночная доля фирм, имеющих одинаковый объем выпуска |
| Одна фирма | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,3 | 0,1 |
| Две фирмы | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,1 |
| Три фирмы | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Четыре фирмы |  | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Пять фирм |  |  | 0,2 | 0,1 | 0,2 |
| Шесть фирм |  |  |  |  | 0,2 |

Задание. По данным таблиц рассчитать индекс Хиршмана-Херфиндаля и число-эквивалент для каждого индекса. Постройте кривые концентрации и сопоставьте их с полученным значением индекса Н. Кривые строить с учетом рыночной доли каждой фирмы. По шкале абсцисс диапазон изменения – 1, по шкале ординат – 0,1.

**Выполнить оценку отраслевого предложения в рамках теоретической модели «Отраслевое предложение в краткосрочном периоде»**

На конкурентном рынке фирма увеличивает объем выпуска до момента, пока цена не станет равной предельным издержкам. Если цена окажется ниже средних переменных издержек, производство не будет осуществляться, так как в этом случае цена не перекрывает переменные издержки, приходящиеся на единицу продукции, т.е. производство убыточно. Отсюда следует, что предложение фирмы определяется изменением предельных издержек, при этом кривая предельных издержек находится выше кривой средних переменных издержек. В точке минимального значения кривой средних переменных издержек ее пересекает кривая предельных издержек, в связи с чем кривая предложения фирмы находится в области, лежащей выше точки минимальных средних переменных издержек.

Фирма может менять объем выпуска в области, в которой кривая MС выше минимального значения кривой AVC и устанавливать любые цены на свою продукцию, но до момента, определяемого значением реальной рыночной цены на продукцию отрасли, т.е. при условии Ррын.= МС. Так как цена фирмы не может превысить значение Ррын., а нижняя граница возможной цены определяется минимальным значением средних переменных издержек AVCmin., ценовой интервал от AVCmin. до реального значения Ррын. показывает все значения цен, при которых возможно производство. Так как и кривая предложения, и кривая предельных издержек строятся в одной системе координат, интервал AVCmin. – Ррын. характеризует так же и кривую МС, и кривую предложения, откуда следует, что кривая предложения совпадает с частью кривой предельных издержек, находящейся выше кривой средних переменных издержек.

Рассмотрим рыночное предложение отрасли в краткосрочном периоде при любой возможной цене на продукцию. Объем производства отрасли представляет собой **суммарное предложение** всех отдельных фирм, и следовательно, кривую рыночного предложения отрасли можно получить путем сложения кривых предложения отдельных фирм. Такая кривая носит название **кривой краткосрочного рыночного предложения**. Суммирование предложения фирм осуществляется с использованием кривой предельных издержек, при этом кривая предельных издержек строится только в той части, которая лежит выше кривой средних переменных издержек. Пример суммирования представлен на рисунке. Для построения суммарной (отраслевой) кривой предложения целесообразно выделить три уровня отраслевых цен.

1) Цена Р1 - та цена, ниже которой отрасль не будет выпускать никакой продукции. Цена Р1 соответствует минимальным средним переменным издержкам фирмы с наименьшими затратами. Значит, цена Р1 соответствует цене на продукцию только одной фирмы и при данной цене продукцию будет производить только одна фирма, у которой объем выпуска будет равен 8 единицам.

**Р**

**Q**

**МС** 1-й фирмы

Р2

Р1

1

5

7

8

10

14

11

19

29

**МС** 2-й фирмы

**МС** 3-й фирмы

Р3

2) Цена Р2 - цена, при которой совокупное предложение отрасли составит сумму предложений всех фирм. При цене Р2 можно начинать строить кривую совокупного предложения всех отрасли. Так как ниже цены Р2 существует диапазон Р1-Р2, при котором продукция будет выпускаться только 3-й фирмой, кривая рыночного предложения будет совпадать с отрезком кривой предельных издержек 3-й фирмы в диапазоне Р1-Р2. Суммарное рыночное предложение равно при цене Р2 1+7+11=19 ед. продукции.

3) Цена Р3 - цена, при которой отрасль предлагает максимальное количество продукции Суммарное предложение равно 5+10+14=29 ед. продукции.

При цене Р2 кривая отраслевого предложения может иметь излом, что связано с возможным резким вступлением в отрасль множества фирм (в данном случае двух). Чем больше фирм вступает в отрасль, тем менее заметны будут такие изломы.

При повышении цен на продукцию вполне вероятно повышение цен и на факторы производства, что может привести к смещению кривых предельных издержек фирм вверх. Такое движение может быть вызвано как независимой политикой поставщиков ресурсов, так и решением фирм расширить свое производство, что может спровоцировать рост цен на факторы производства. Смещение кривых предельных издержек вверх сужает выбор объема производства фирмами (вследствие повышения цены) и приводит к тому, что совокупное предложение отрасли становится менее чувствительным к изменениям цен, так как снижение ценового диапазона, во-первых, уменьшает возможности для фирм осуществлять гибкую ценовую политику и, во-вторых, уменьшает количество фирм, которые могут вступить в отрасль.

**Примерная тематика для проведения промежуточной аттестации (устный опрос, письменный опрос, дискуссия)**

1. Сущность рыночной концентрации и ее роль в использовании эффекта масштаба производства.

2. Особенности выбора показателей, характеризующих размер предприятия.

3. Суть проблем идентификация рынка.

4. Критерии, используемые в зарубежных странах для выявления границ рынка.

5. Признаки, отражающие состояние и изменение рыночной концентрации.

6. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД), его сущность и назначение.

7. Аналитическое отображение особенностей представления долей фирм в общем объеме продаж на рынке.

8. Основные требования к измерителям рыночной концентрации

9. Порядок построения концентрационной кривой и особенности передачи информации о состоянии концентрации продавцов на рынке.

10. Характеристика измерители рыночной концентрации, основанных на концентрационной кривой.

11. Сущность замкнутой меры рыночной концентрации, ее преимущества и недостатки.

12. Обобщение результатов использования показателя Хиршмана-Херфиндаля.

13. Возможности графо-аналитического представления кривой Лоренца.

14. Построение измерителей концентрации и свойства кривой Лоренца.

15. Особенности расчета коэффициента Джини для дискретных данных, его преимущества и недостатки.

16. Взаимосвязь между размерами продавцов и долями каждого продавца в объеме продаж на рынке.

**Выработка навыков анализа хозяйственного механизма управления экономикой**

**Теоретико-игровые модели в анализе отраслевого взаимодействия**

## **Модель I.** Рынок совершенной конкуренции и рынок монополии - явление более редкое, чем рынок, на котором присутствует несколько фирм, выпускающих однородную продукцию. Совокупность фирм, как правило, объединенных в рамках отрасли, отличает достаточно гибкое регулирование цен и объемов выпуска в зависимости от изменения рыночной ситуации.

Рассмотрим модель Курно. Наиболее простая рыночная модель, характеризующая собой олигополию - дуополия. **Дуополией** называется ситуация, при которой две фирмы конкурируют друг с другом. При этом допускается, что каждая фирма производит однородный товар и их объемы выпуска сопоставимы.

Особенностью модели Курно являются следующие положения:

1) фирмы имеют ясное представление о последствиях изменения цен или объема выпуска и поэтому принимают рациональные независимые решения.

2) каждая фирма при любом объеме своего выпуска считает выпуск конкурирующей фирмы **постоянным**, на основе чего принимает различные решения, стремясь к максимизации прибыли (или что то же самое, каждая фирма предполагает, что конкурент не изменит выпуска в момент принятия своего решения);

3) каждая фирма стремится максимизировать свою прибыль;

4) каждая фирма меняет свой объем выпуска в ответ на изменение выпуска другой фирмы до тех пор, пока изменения в объемах выпуска фирм будут увеличивать прибыль.

Предположим, на рынке действует фирмы А и В. Выделим основные варианты предполагаемого объема выпуска фирмы В и рассмотрим, каким образом будет действовать в каждом случае фирма А при условии, что ее предельные издержки постоянны.

**Этап 1.** Фирма А предполагает, что фирма В ничего производить не будет, при этом рыночный спрос равен Q1, а кривая спроса D1 фирмы А соответствует рыночному спросу. Данная ситуация представлена на рис. 1, на котором отражены кривая спроса D1 фирмы А и ее кривая предельного дохода MR1 в данном случае. Прямая МС1 представляет собой предельные издержки. Точка максимизации прибыли находится на пересечении MR1 и MС1 (в ней объем выпуска равен 500 ед.).

**Этап 2.** Фирма А предполагает, что фирма В выпускает 500 единиц. Тогда кривая спроса фирмы А смещается влево на 250 ед. На рис. 1 новая кривая спроса представлена как D2 и новая кривая предельного дохода как MR2. Объем производства для фирмы А, максимизирующий прибыль, равен 250 единицам.

**Этап 3.** Фирма А предполагает, что фирма В выпускает 750 единиц. Тогда объем производства для фирмы А, максимизирующий прибыль, равен 125 единицам. Новая кривая спроса имеет вид D3 и новая кривая предельного дохода имеет вид MR3.

**Этап 4.** Фирма А предполагает, что фирма В выпускает 1000 единиц. Кривые спроса и предельного дохода фирмы А пересекут кривую предельных издержек на оси Р, т.е. в точке Q = 0. Таким образом, если фирма В будет производить 1000 единиц продукции, фирма А не будет производить ничего.

На основании приведенных рассуждений можно построить график зависимости объемов производства фирмы А от объемов производства фирмы В, как показано на рис. 2. Подобная кривая носит название **кривой реакции**. Естественно полагать, что производство каждой фирмы описывается некоторой функцией, на основании которой строится кривая реакции. Отсюда формулируются определения функции реакции и кривой реакции:

**Функция реакции** - функция, показывающая, каким образом объем выпуска одной фирмы зависит от объема выпуска другой фирмы. Функции реакции **характеризуют реакцию** одной фирмы на действия другой. Влияние иных параметров при этом не учитывается.

**Кривая реакции** – кривая, показывающая, какой будет объем выпуска фирмы при различных предполагаемых объемах производства конкурента.

Анализ действий относительно фирмы А справедлив так же и для фирмы В, откуда следует, что кривую реакции можно построить и для фирмы В. Если кривые предельных издержек у фирм подобны, то и кривые реакций буду подобны (рис. 2). Если кривые предельных издержек у фирм различны, будут различны и кривые реакций.

Каждая фирма устанавливает объем производства в соответствии со своей кривой реакции, при этом равновесный объем производства находится на пересечении двух кривых реакции. Полученная точка равновесия носит название **равновесие Курно**. При построении модели Курно считается, что фирмы **правильно** оценивают поведение конкурентов и отвечают наилучшим образом на их действия. В точке равновесия Курно фирмы оценивают реальное положение конкурента и максимизируют свою прибыль. Так как каждая фирма меняет свой объем выпуска в ответ на изменение выпуска конкурента, а начать выпуск они могут в любой точке, вероятна ситуация, при которой часть спроса будет неудовлетворена. Такой спрос называется **остаточным спросом** и ему соответствует участок кривой спроса, который называется кривой остаточного спроса. Таким образом, остаточный спрос – объем спроса, не охваченный выпуском фирм.

При дуополии возможна ситуация, когда фирмы договариваются между собой и осуществляют выпуск продукции, определенный соглашением и максимизирующий совокупную прибыль. По значениям вероятных объемов выпуска, максимизирующих совокупную прибыль, возможно построить кривую, которая называется кривой соглашения (или кривой контракта).

P

Q

D1

500

250

D2

MR1

MR2

125

D3

MR3

Рис. 1. График зависимости объемов выпуска фирмы А и объемов выпуска фирмы В

MC1

Фирма В

500

250

125

Рис. 2. Равновесие

125

250

500

750

1000

750

1000

Кривая реакции фирмы А

Кривая реакции фирмы В

Равновесие Курно

Фирма А

В конкретной рыночной ситуации объем выпуска конкурентов может и не быть постоянным. Модель Курно хотя и описывает конкретную рыночную ситуацию (дуополию), обладает некоторыми недостатками:

1. предположение о том или ином поведении конкурента может быть ошибочным;

2. в модели Курно нет возможности изменить решение, если оно оказалось ошибочным.

 Тем не менее в условиях рынка объем выпуска у фирм будет постоянен, если реальная производственная обстановка на предприятиях такова, что они не могут менять объемы производства на протяжении некоторого периода времени. Так же модель Курно справедлива для ситуации, когда фирмы оказались в точке равновесия Курно и у них нет стимулов что-либо менять. В модели Курно считается, что выпуск конкурирующих фирм постоянен, что ограничивает время отражения такой моделью реальной рыночной ситуации только одним условным периодом с фиксированным выпуском продукции. Поэтому модель Курно является **однопериодной моделью** представления олигополистического равновесия и функций реакций фирм на действия друг друга.

# Модель II. Предположим, на рынке действует две равные по размеру фирмы с равными предельными издержками, осуществляющие выпуск однородной продукции - фирма А и фирма В. Соглашение между фирмами отсутствует, но вход на рынок иных фирм закрыт. Рассмотрим, каким образом фирмы устанавливают цены, а рынок в свою очередь способствует определению объема производимой фирмами продукции. Средние издержки фирм постоянны и равны между собой. Предполагается, что фирмы находятся в долгосрочном периоде.

Допустим, первой назначила цену фирма А. Фирма В может назначить цену выше цены фирмы А, но тогда она ничего не продаст. Эта ситуация малореальная, но фирма В может назначить цену на уровне цены фирмы А или ниже, захватив большую часть рынка. Такие же рассуждения справедливы и в отношении фирмы А. В итоге при данной ситуации на рынке возникнет ценовая конкуренция и цена будет снижаться до минимального уровня. Известно, что фирмы равны по размеру и равны их предельные издержки. Равновесная цена у обеих фирм установится на уровне предельных издержек вследствие того, что цена, превышающая предельные издержки, не может способствовать стабилизации рынка. Предположим, что предельные издержки не равны. В этом случае фирма с меньшими издержками будет иметь конкурентное преимущество, так как может назначать цены ниже того уровня, который для другой фирмы является минимально возможным. Таким образом, фирма, у которой более высокие издержки, может понести значительные убытки или покинуть отрасль.

Можно констатировать, что в условиях олигопольного рынка при равенстве предельных издержек фирм наблюдается ценовая война, итогом которой является отсутствие у крупных фирм стимулов к производству определенного товара. Такое взаимодействие олигополистов носит название парадокса Бертрана (Бертран - французский ученый, впервые описавший такое явление). В реальных условиях парадокс Бертрана выполняется не в полной мере. Несмотря на то, что ценовые войны все-таки ведутся, фирмы в условиях олигополии не рушатся и не покидают отрасль. Крупные олигопольные фирмы часто представляют собой основную структуру современной рыночной экономики, причем получают значительные прибыли именно в долгосрочном периоде. Рассмотрим, как парадокс Бертрана разрешается на практике.

Возьмем ситуацию дуополии, рассматриваемую в модели Курно. Принципиальное различие между моделями Курно и Бертрана состоит в том, что модель Курно базируется на предположении о постоянстве объемов выпуска, в то время как в модели Бертрана постоянными считаются цены. Поэтому функции реакции строятся в системе координат цен, а не объемов выпуска, как в модели Курно. В модели Бертрана определяются не объемы выпуска, а уровни цен, по которым будет реализовываться продукция. Графически равновесие Бертрана определяется точкой пересечения кривых реакций дуополистов в пространстве цен. График равновесия по Бертрану относительно двух фирм “А” и “В” выглядит следующим образом (рис. 3).

Рис. 3. **График равновесия по**

 **Бертрану**

PА

PВ

PRВ

450

P1В

P2А

P1А

PRА

Кривая реакции фирмы А

Точка равновесия Бертрана

Фирма В

Кривая реакции фирмы В

Фирма А

**PR**

В том случае, если предположения обеих фирм о ценах конкурентов оправдаются, равновесие будет достигнуто. Предположим, фирма “В” полагает, что конкурент установит цену P2А. Тогда в целях максимизации прибыли фирма В установит цену P1В. Но в этом случае фирма “А” может установить цену P1А. Подобный процесс последовательного установления цен будет продолжаться до тех пор, пока не будет достигнута точка равновесия (подобно последовательному установлению равновесия Курно). Точка равновесия находится на луче, выходящем из начала координат под углом 450. Это объясняется тем, что фирмы производят однородную продукцию и попытка установить более низкую цену любой фирмой приведет к тому, что эта фирма захватит весь рынок.

В точке равновесия Бертрана цена будет равной предельным издержкам. Если цена будет выше предельных издержек, то фирмы будут иметь возможность снижать свои цены и будут их понижать, фактически стремясь захватить бόльшую долю рынка. Данный процесс будет продолжаться до тех пор, пока не будут уравнены не только цены на продукцию, но и предельные издержки, что не даст фирмам продолжать снижать свои цены. Недостаток модели Бертрана состоит в том, что при достижении равновесия Бертрана прибыль отрасли будет нулевой, так как цены окажутся равными предельным издержкам. Таким образом, модель Бертрана представляет ситуацию совершенно конкурентного рынка (отрасли), состоящего из двух фирм.

**Ценовая дискриминация**

Ценовая дискриминация - установление продавцом разных цен на один товар для различных покупателей. Различия в ценах отражают различия в затратах, в связи с чем не все различия в ценах являются дискриминационными. Например, дополнительные транспортные расходы к удаленным точкам сбыта повышают цены товара, но при этом цены не являются дискриминационными.

В условиях совершенной конкуренции предприятие не устанавливает цен и поэтому на совершенно конкурентном рынке ценовая дискриминация невозможна. Наиболее ярко ценовая дискриминация проявляется в условиях монополии. при этом ее проявление возможно при соблюдении следующих условий:

1) прямая ценовая эластичность спроса на товара у различных покупателей должна быть различной;

2) покупатели должны быть легко классифицированы по группам;

3) покупатели не должны иметь возможность перепродажи товара.

Различается три основных вида ценовой дискриминации.

1. Ценовая дискриминация первой степени - каждая единица товара реализуется покупателям по цене спроса конкретной единицы и вследствие этого цены для всех покупателей различны.

2. Ценовая дискриминация второй степени - единицы одного товара продается по разным ценам, но покупатель, приобретая одинаковой количество товара, платит одну цену.

3. Ценовая дискриминация третьей степени (или сегментация рынка) - разным покупателям один товар продается по разным ценам, но каждая единица товара оплачивается по одинаковой не зависящей от объема покупки цене.

Рассмотрим каждый тип дискриминации.

**Ценовая дискриминация первой степени.**

Известно, что максимальный выпуск обычной Q1 (не осуществляющей дискриминацию) монополии определяется пересечением кривых MC и MR (как показано на рисунке).

Q1

Q2

Р2

Р1

М

A1

Р, С

MR

Q

N

D

A2

A

0

*Потребители согласны покупать продукцию по ценам, соответствующим кривой спроса D, а они приобретают продукцию по цене Р2, т.е. по цене, меньшей уровня цен кривой спроса, вопрос, почему?*

Потребители согласны покупать продукцию по ценам, соответствующим кривой спроса D. Предположим, что они приобретают продукцию по цене Р2, т.е. по цене, соответствующей уровню цен кривой спроса. Излишек покупателей в этом случае составляет сумму, ограниченную площадью треугольника Р2АМ. Доход монополиста при цене Р2 характеризуется площадью NР2MA2. Монополист мог бы продавать продукцию по ценам, соответствующим кривой спроса D. Тогда каждая реализованная единица продукции приносила бы монополисту доход, равный сумме ее продажи. При этом для монополиста кривая спроса становится кривой предельной выручки, как и на рынке совершенной конкуренции. Стрелкой показано перемещение кривой MR к кривой D при ценовой дискриминации 1-й степени. Различие двух рынков состоит в том, что на рынке совершенной конкуренции MR = AR, а на монопольном рынке все единицы продукции продаются по разным ценам и поэтому MR ≠ AR.

Если монополист осуществляется продажу продукции по ценам, определяемым кривой спроса (осуществляет ценовую дискриминацию 1-й степени), весь возможный потребительский излишек присваивается монополистом и такая ситуация на рынке носит название **совершенной ценовой дискриминации**. Максимальный выпуск продукции при этом определяется точкой A1, а кривая спроса совпадает с кривой предельной выручки. Монополист, осуществляющий совершенную ценовую дискриминацию, присваивает весь потребительский излишек. На практике такая ситуация трудноосуществима, но возможна в тех случаях, когда потребителей немного и монополист обладает всей совокупностью информации и потребителях.

**Ценовая дискриминация второй степени.**

Ценовая дискриминация 2-й степени возникает тогда, когда цены для покупателей различаются в зависимости от объемов покупки. При таком изменении взаимосвязь между выручкой монополиста и расходами монополиста перестает быть линейной. Так как цены меняются для покупателей ступенчато (например, для 10 единиц товара 100 руб., а для 50 единиц товара - 80 руб.), то такие цены называются нелинейными (или многоставочными). Рассмотрим графическое представление ценовой дискриминации (рис. 1).

Р3

Р2

Р1

Q3

Q2

Q1

Q

Р

A

B

C

D

E

0

D

Ценовая дискриминация второй степени (убывающая функция объема продаж)

а)

График представляет кривую спроса отдельного потребителя D. Монополист, не осуществляющий дискриминацию, продавал бы продукцию по цене Р3. Монополист, осуществляющий дискриминацию, будет продавать Q1 продукции по цене Р3, Q1–Q2 продукции по цене Р2, Q2–Q3 единиц продукции по цене Р1. Выручка от реализации объема продукции Q3 по цене Р1 равна площади прямоугольника 0Р1ЕQ3. тогда как присвоенная монополистом дополнительная выручка в результате дискриминации равна площади фигуры Р1Р3АВСD. Площадь незаштрихованных треугольников АВС и СDЕ равна вероятной выручке, которую мог бы получить монополист при приближении дискриминации к совершенной (тогда любая цена реализации соответствовала бы кривой спроса). Значит, данная недополученная монополистом выручка равна сумме, не затраченной покупателями и соответствующей их дополнительному доходу (излишку).

График ценовой дискриминации второй степени показывает, что в данной рыночной ситуации наблюдаются следующие соотношения между объемами спроса и ценами монополиста:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Р1 | < | Р2 | < | Р3 |
| Q3 | > | Q2 | > | Q1 |

Подобные соотношение между P и Q (уменьшению цены соответствует увеличение объема спроса) называется убывающей функцией объема продаж. В отличие от рассмотренной ценовой дискриминации 1-го типа выделяется ценовая дискриминация второй степени 2-го типа. Графическое представление ценовой дискриминации второй степени 2-го типа представлена на графике:

Р3

Р2

Р1

Q3

Q2

Q1

Q

Р

**A**

**B**

**C**

**E**

0

D

Ценовая дискриминация второй степени (возрастающая функция объема продаж)

б)

**K**

**M**

**N**

Q2 max

**О**

Соотношение между P и Q, при котором увеличению цены соответствует увеличение объема спроса, называется возрастающей функцией объема продаж. Подобная ситуация наблюдается главным образом на рынке потребления природных ресурсов (вода или газ). Например, монополия (в лице правительства города или государства) устанавливает для населения стоимость 100 первых литром воды (Q1) равной 50 рублям (Р1), стоимость потребления воды в объеме от 101 литра до 300 литров (Q2) равной 80 рублям (Р2), стоимость потребления воды в объеме от 301 литра и выше (Q3) равной 100 рублям (Р3). Тогда в условиях возрастающей функции объема продаж чем больший объем товара покупатель приобретает, тем больше он платит. Соотношение между объемами спроса и ценами монополиста при этом имеет следующий вид:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Р3 | < | Р2 | < | Р1 |
| Q3 | < | Q2 | < | Q1 |

Потребитель, стремящийся максимизировать свою полезность, не будет приобретать воды, больше чем Q2 max. Объясняется это тем, что в соответствии с законом спроса потребитель готов приобретать объем воды, равный Q2 max по цене Р2 и если он приобретает больше, то скорее всего это означает, что данный потребитель не привык отказывать себе в чем-либо. Если потребитель потребляет объем воды, равный Q2 max, то его положительный излишек (дополнительный доход) равен площади фигуры Р1ОСВА. Для потребителя, потребляющего столько воды, сколько он захочет, независимо от цены, отрицательный излишек равен площади фигуры СКМNQ3.

На практике ценовая дискриминация второй степени принимает определенные формы.

1-я форма - скидки на объем поставок;

2-я форма - кумулятивные скидки, например, изменения в ценах на подписные издания и издания, реализуемые в розницу;

3-я форма - ценовая дискриминация во времени, например, изменения на товар или услуги в зависимости от сезона (времени года), различные цены на билеты в театр и кино утром и вечером, изменения в ценах утром и вечером в кафе и ресторанах и т.д.;

4-я форма - абонементная плата с одновременной пропорциональной оплатой приобретаемого товара.

Ценовую дискриминацию второй степени в экономической теории трактуют как самоотбор (термин англоязычный). Данный термин означает, что продавец хотел бы, но не может определить степень платежеспособности потребителей и значения эластичности спроса. В таких условиях продавец изобретает различные условия продажи, предоставляя покупателю самому выбирать условия покупки.

***Рассмотрим пример***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Q |  | P |  | TR |  |
| Q 1 | 7 | Р3 | 15 | TR1-3 | 105 |
| Q 2 | 9 | Р2 | 10 | TR2-2 | 90 |
| Q3 | 11 | Р1 | 5 | TR3-1 | 55 |

Подтвердите или опровергните утверждение, по которому в соответствии с данными таблицы наибольшая выручка наблюдается при варианте Q1P3,

**Ценовая дискриминация третьей степени.**

При ценовой дискриминации третьей степени покупатели разделяются на группы и для каждой устанавливаются свои цены на товар. Примером может служить выделение цен на проезд в метро для льготников (студенты, военные, пенсионеры); изменение цен на сезонные товары (обувь, одежда) и т.д.

Предположим, что монополист разделять покупателей на две группы. Тогда монополист имеет возможность рассматривать обе группы как два отдельных рынка сбыта товара. В этом случае продавец имеет две функции выручки. Рассмотрим ситуацию, при которой монополист стремится максимизировать прибыль при наличии двух несвязанных рынков сбыта. Функция выручки по обеим рынкам можно представить в следующем виде:

max Пр (Q1, Q2) = TR1 (Q1) + TR2 (Q2) – TC (Q1+2),

где Пр - прибыль от реализации продукции Q1 и Q2 соответственно;

Q1 - объем реализованной продукции на первом рынке;

Q2 - объем реализованной продукции на первом рынке;

Q1+2 - объем реализованной продукции на обеих рынках;

TR1, TR2 - выручка от реализации продукции Q1 и Q2 соответственно;

TC - полные издержки.

Так как Q является аргументом, а TR функцией (TR=*f*(Q)), мы можем брать производную по Q (*см. определение производной*). Для вывода условия максимизации прибыли в отношении первого рынка возьмем первую производную прибыли по Q1 и приравняем ее нулю:

 =  –  = 0.

Умножим в выражении  числитель и знаменатель на dQ1+2, получим:

 =  –  = 0

Независимо от того, что монополист разделяет покупателей на две группы, товар он производит один и тот же. Значит, приращение dQ1+2 будет равным приращению как dQ1, так и dQ2 (товар ведь один). Отсюда следует, что отношение приращения dQ1+2 как к dQ1, так и к dQ2 будет равным 1. Тогда можно записать, что:

 – 1 = 0 →  = .

Для вывода условия максимизации прибыли в отношении второго рынка возьмем первую производную прибыли по Q2 и приравняем ее нулю. По аналогии с Q2 осуществляя преобразования, получим:  = .

Откуда получаем:  =  = ,

Что соответствует выражению: MR1(Q1) = MR2(Q2) = MC(Q)

Полученное выражение является **условием максимизации прибыли** и означает, что для максимизации прибыли предельной выручка на каждом рынке сбыта должна быть одинаковой и быть равной предельным затратам на производство товара. Даже если полученное равенство не достигнуто, монополист может увеличить выручку, отправив часть продукции с рынка, на котором предельная выручка ниже, на рынок, на котором предельная выручка выше.

**Рекомендуемая тематика для самостоятельного изучения**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Тематика | Содержание |
| 1 | Специализация и комбинирование производства | Показатели специализации. Показатели уровня комбинирования в промышленности. Экономическая эффективность специализации и комбинирования. Особенности комбинирования в легкой промышленности. |
| 2 | Межотраслевой обмен в экономике | Общие понятия балансового метода. Принципиальная схема межпродуктового баланса. Экономико-математическая модель межотраслевого баланса. Коэффициенты прямых и полных материальных затрат и связь между ними. Анализ структуры общественного производства. |
| 3 | Предложение конкурентной отрасли | Долгосрочное равновесие отрасли. Эластичность отраслевого предложения. Сдвиги кривой долгосрочного предложения отрасли. Взаимодействие отраслевого предложения и спроса. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта. |

**Типовые задания для проведения промежуточного и итогового тестирования**

Варианты расчетных заданий для тестирования по разделу “Рыночная концентрация”

Задание. Рассчитать уровень рыночной концентрации в совокупности предприятий, используя данные, представленные в таблице.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вари-ант | Рыночные доли предприятий | Определить коэффициент: |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1 | 0,05 | 0,03 | 0,10 | 0,11 | 0,05 | 0,06 | 0,20 | 0,04 | 0,10 | 0,09 | 0,05 | 0,12 | Херфиндаля-Хиршмана |
| 2 | 0,10 | 0,20 | 0,03 | 0,05 | 0,08 | 0,04 | 0,10 | 0,06 | 0,08 | 0,10 | 0,09 | 0,07 | Джини |
| 3 | 0,10 | 0,20 | 0,03 | 0,05 | 0,02 | 0,04 | 0,15 | 0,07 | 0,08 | 0,10 | 0,09 | 0,07 | антилогарифм энтропии |
| 4 | 0,07 | 0,31 | 0,06 | 0,03 | 0,08 | 0,04 | 0,07 | 0,04 | 0,04 | 0,10 | 0,09 | 0,07 | нормированной энтропии |
| 5 | 0,10 | 0,20 | 0,06 | 0,05 | 0,08 | 0,04 | 0,10 | 0,03 | 0,08 | 0,07 | 0,12 | 0,07 | Херфиндаля-Хиршмана |
| 6 | 0,15 | 0,20 | 0,03 | 0,05 | 0,08 | 0,04 | 0,10 | 0,03 | 0,08 | 0,10 | 0,07 | 0,07 | Джини |
| 7 | 0,02 | 0,05 | 0,06 | 0,01 | 0,04 | 0,08 | 0,03 | 0,02 | 0,09 | 0,55 | 0,02 | 0,03 | антилогарифм энтропии |
| 8 | 0,01 | 0,20 | 0,03 | 0,05 | 0,07 | 0,02 | 0,15 | 0,12 | 0,09 | 0,10 | 0,09 | 0,07 | нормированной энтропии |
| 9 | 0,10 | 0,02 | 0,03 | 0,05 | 0,02 | 0,04 | 0,15 | 0,07 | 0,18 | 0,18 | 0,09 | 0,07 | Вейзкера при*m* = 6 |
| 10 | 0,08 | 0,03 | 0,12 | 0,11 | 0,05 | 0,06 | 0,20 | 0,04 | 0,05 | 0,09 | 0,05 | 0,12 | Вейзкера при*m* = 5 |
| 11 | 0,25 | 0,20 | 0,09 | 0,05 | 0,08 | 0,04 | 0,03 | 0,03 | 0,03 | 0,10 | 0,03 | 0,07 | Вейзкера при*m* = 4 |
| 12 | 0,27 | 0,22 | 0,02 | 0,05 | 0,04 | 0,04 | 0,03 | 0,04 | 0,08 | 0,05 | 0,09 | 0,07 | Вейзкера при*m* = 3 |
| 13 | 0,02 | 0,03 | 0,02 | 0,01 | 0,04 | 0,08 | 0,02 | 0,02 | 0,12 | 0,57 | 0,04 | 0,03 | Херфиндаля-Хиршмана |
| 14 | 0,10 | 0,22 | 0,08 | 0,05 | 0,08 | 0,09 | 0,03 | 0,03 | 0,08 | 0,05 | 0,12 | 0,07 | Джини |
| 15 | 0,02 | 0,03 | 0,06 | 0,01 | 0,05 | 0,08 | 0,03 | 0,07 | 0,09 | 0,52 | 0,02 | 0,02 | антилогарифм энтропии |
| 16 | 0,02 | 0,09 | 0,02 | 0,05 | 0,04 | 0,03 | 0,02 | 0,04 | 0,12 | 0,50 | 0,04 | 0,03 | нормированной энтропии |
| 17 | 0,27 | 0,17 | 0,12 | 0,05 | 0,04 | 0,04 | 0,03 | 0,04 | 0,08 | 0,05 | 0,04 | 0,07 | Вейзкера при*m* = 6 |
| 18 | 0,11 | 0,27 | 0,06 | 0,05 | 0,08 | 0,04 | 0,10 | 0,03 | 0,08 | 0,07 | 0,03 | 0,08 | Вейзкера при*m* = 5 |
| 19 | 0,05 | 0,20 | 0,06 | 0,05 | 0,03 | 0,02 | 0,17 | 0,12 | 0,05 | 0,09 | 0,09 | 0,07 | Вейзкера при*m* = 4 |
| 20 | 0,22 | 0,28 | 0,02 | 0,05 | 0,09 | 0,04 | 0,03 | 0,03 | 0,08 | 0,07 | 0,04 | 0,05 | Вейзкера при*m* = 3 |
| 21 | 0,07 | 0,08 | 0,06 | 0,03 | 0,04 | 0,02 | 0,03 | 0,06 | 0,04 | 0,52 | 0,02 | 0,03 | Херфиндаля-Хиршмана |
| 22 | 0,09 | 0,08 | 0,06 | 0,07 | 0,04 | 0,03 | 0,10 | 0,04 | 0,02 | 0,40 | 0,04 | 0,03 | Джини |
| 23 | 0,15 | 0,23 | 0,06 | 0,05 | 0,04 | 0,04 | 0,10 | 0,03 | 0,08 | 0,07 | 0,05 | 0,10 | антилогарифм энтропии |
| 24 | 0,09 | 0,31 | 0,08 | 0,03 | 0,08 | 0,04 | 0,07 | 0,07 | 0,04 | 0,05 | 0,11 | 0,03 | нормированной энтропии |
| 25 | 0,03 | 0,20 | 0,03 | 0,07 | 0,07 | 0,02 | 0,17 | 0,12 | 0,14 | 0,03 | 0,09 | 0,03 | Херфиндаля-Хиршмана |

**Рекомендуемые вопросы для подготовки и проведения итоговой аттестации**

1. Роль отрасли в достижении экономических целей государства.

2. Концентрация производства, ее разновидности и измерение.

3. Место легкой и текстильной промышленности в народнохозяйственном комплексе.

4. Предпосылки развития специализации в легкой и текстильной промышленности.

5. Основные характеристики рынка продукции отрасли и импортозамещение.

6. Замкнутые меры рыночной концентрации (коэффициент Хиршмана-Херфиндаля).

7. Проблема перестройки отраслевой структуры промышленности в кризисных условиях.

8. Экономические цели государства и отрасли – исторические аспекты. Перестройка промышленности

9. Макроэкономические причины системного кризиса в отрасли (на примере текстильной и легкой промышленности).

10. Классификация отраслей промышленности.

11. Экономическая эффективность концентрации производства и проблемы импортозамещения.

12. Измерение рыночной концентрации. Требования к измерителям концентрации.

13. Экономические процессы в народном хозяйстве.

14. Показатели рыночной концентрации на основе концентрационной кривой.

15. Современное состояние реального сектора экономики.

16. Социально-экономические особенности легкой промышленности.

17. Измерение рыночной концентрации на основе кривой Лоренца.

18. Взаимодействие фирм на рынке.

19. Специализация производства в обувной промышленности.

20. Последствия для отрасли и государства неорганизованного импорта.

21. Промышленность – ведущая сфера народного хозяйства.

22. Причины падения спроса на продукцию отрасли на примере легкой промышленности.

23. Концентрация производства и проблемы малых предприятий.

24. Внутриотраслевые причины кризиса легкой промышленности.

25. Способы повышения ценовой конкурентоспособности продукции отрасли.

26. Специализация в промышленности.

27. Малые предприятия в экономике.

28. Способы повышения внутреннего спроса на продукцию отрасли.

29. Концентрация и оптимальный размер предприятий.

30. Формы специализации производства.

31. Специализация в швейной промышленности.

32. Защита внутреннего рынка продукции отрасли.

33. Способы повышения неценовой конкурентоспособности предприятий.

34. Специализация в кожевенной промышленности.

35. Эффективность специализации в легкой промышленности.

36. Принципы определения продуктовых границ рынка.

37. Сущность рыночной концентрации.

38. Основные пути восстановления отрасли.

39. Межотраслевой баланс в натуральном выражении. Задачи, выполняемые с использованием межотраслевого баланса.

40. Таблица межотраслевых связей. Принципы построения межотраслевого баланса.

### ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В оценочные средства учебной дисциплины внесены изменения/обновления, утверждены на заседании кафедры:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № пп | год обновления оценочных средств | номер протокола и дата заседания кафедры |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |