



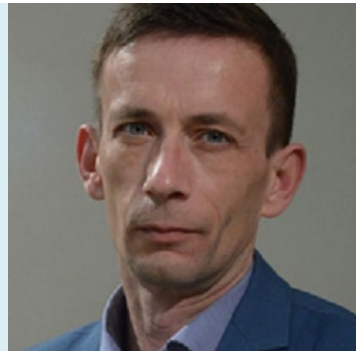
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕОРІЯ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки
Шифр та назва спеціальності	051 Економіка
Назва освітньо-професійної програми	Цифрова економіка
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Публічного управління та цифрової економіки
Статус навчальної дисципліни	ОК-10 ОПП «Цифрова економіка»
Форма навчання	Денна

Викладачі

Олійник Георгій Юрійович



Доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління та цифрової економіки

Загальна інформація про дисципліну

Анотація до дисципліни	В ході вивчення дисципліни «Теорія галузевих ринків» вивчаються основні закономірностей функціонування галузевих ринків та конкурентної поведінки підприємств, теоретичні, методологічні та прикладні засади аналізу різних типів структур галузевих ринків. Це у комплексі дозволяє сформувати компетенції, необхідні
------------------------	--

	<p>для виробничої діяльності за фахом. Здобувачі навчаються:</p> <ul style="list-style-type: none"> • визначати зміст та джерела ринкової влади, її індикатори; • з'ясувати особливості поведінки фірми на ринках недосконалої конкуренції; • аналізувати закономірності прийняття фірмою оптимізаційних рішень; • розробляти методіку дослідження бар'єрів для потенційної конкуренції; • формувати системні знання щодо способів конкуренції на ринку та у виробничій вертикалі • опанувати методику аналізу статичних та динамічних моделей поведінки домінуючої фірми, особливості олігополістичної взаємодії на галузевих ринках; • з'ясувати зміст та способи товарної диференціації, її впливу на систему конкурентних відносин на ринку; - опанувати інструментарій управління інформаційною асиметрією; • усвідомлювати вектори впливу науково-технічного прогресу на розвиток конкуренції та ринкові позиції фірм–конкурентів.
Мета дисципліни	є набуття майбутніми фахівцями розуміння закономірностей функціонування галузевих ринків та конкурентної поведінки фірм, засвоєння теоретичних та методологічних засад аналізу різних типів структур галузевих ринків та дослідження можливості їх регулювання заради суспільного добробуту
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	<p>ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. К1. Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях. СК4. Здатність пояснювати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати. СК5. Розуміння особливостей сучасної світової та національної економіки, їх інституційної структури, обґрунтування напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави. СК12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.</p>
Результати навчання	<p>ПРН4. Розуміти принципи економічної науки, особливості функціонування економічних систем. ПРН12. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати. ПРН21. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.</p>
Обсяг дисципліни	Загальний обсяг дисципліни: 5 кредитів ЄКТС (150 годин). Для денної форми навчання: лекції – 26 годин, практичні заняття –28 години, самостійна робота – 96 годин.

Форма підсумкового контролю	Екзамен.
Терміни викладання дисципліни	Дисципліна викладається у 2-му семестрі (1–18 тижні)

Програма дисципліни

Тема 1.	Вступ до Теорії галузевих ринків. Методологія детермінації релевантного ринку Фірма, галузь і ринок: співвідношення понять. Еволюція наукових поглядів на економічну природу фірми. Основні концепції фірми: технологічна, контрактна, стратегічна. Класифікатор видів економічної діяльності. Галузевий ринок. Товарний ринок. Теорія галузевих ринків як основа маркетингових досліджень. Застосування теорії галузевих ринків в антимонопольному аналізі та дослідженнях стану конкурентного середовища. Розробка конкурентних стратегій фірми на ринках з різними структурними передумовами конкуренції.
Тема 2.	Ринкова концентрація та ринкова влада Ринкова концентрація: сутність та індикатори виміру. Коефіцієнт ринкової концентрації. Індекс Херфіндаля-Хіршмана. Коефіцієнт Холла – Тайдмена. Дисперсія ринкових часток та коефіцієнт їх варіації. Індекс Джині. Крива Лоренца. Ентропія ринкових часток. Економічний зміст та ознаки ринкової влади. Джерела ринкової влади: структурні (диференціація товарів, еластичність попиту, ринкова концентрація, бар'єри для потенційної конкуренції) та б інституційні (інформаційна асиметрія, державне регулювання, соціальний капітал).
Тема 3.	Монопольні ринки Сутність та ознаки монополії. Монопольна влада. Монопсонія. Білатеральна монополія. Природна монополія. Відкрита і закрита монополія. Бар'єри для потенційної конкуренції. Класифікація бар'єрів входження в ринок. Критерії оцінки рівня бар'єрів входження в ринок: ймовірність, достатність та вчасність входження в ринок. Методика оцінки рівня бар'єрів входження в ринок. Індикатори рівня бар'єрів входження в ринок. Бар'єри виходу з ринку. Стратегії монополістичного ціноутворення. Модель максимізації прибутку. Модель стримуючого ціноутворення. Цінова дискримінація. Мотиви та умови ефективною цінової дискримінації. Типи та моделі цінової дискримінації. Принцип самостійного відбору. Лінійне й нелінійне ціноутворення. Пікове, сезонне ціноутворення. Міжчасова цінова дискримінація.
Тема 4.	Конкуренція у виробничій вертикалі Вертикальна структура галузі. Моделі організації вертикальної структури галузі. Вертикальне ціноутворення в моделях конкуренції, монопсонії та білатеральної монополії. Вертикальна конкуренція. Індикатори вертикальної конкуренції: коефіцієнт купівельної потужності, співвідношення норм прибутковості контрагентів, індекс відносної ринкової влади. Переговорна сила. Сутність та мотиви вертикальної інтеграції. Проблема множинної маржиналізації. Теорія монопольних важелів і перекриття доступу до суміжного ринку. Обмеження цінової конкурентоспроможності конкурентів.

Тема 5.	<p>Конкуренція на олігопольних ринках Сутність та ознаки олігополії. Стратегічна поведінка. Види олігополії. Вибір стратегії домінування. Коефіцієнт структурного лідерства. Індекс Лінда. Одноосібне домінування. Модель домінуючої фірми. Короткозоре та стримуюче ціноутворення. Бар'єри розширення випуску фірм конкурентної периферії. Хижацьке ціноутворення. Розмноження торговельних марок. Структурні передумови колективного домінування. Сутність та способи колективного домінування. Картель. Змова. Координація конкурентних стратегій в рамках спільного підприємства. Свідомий паралелізм. Координаційна здатність ринку. Теорія фокальних точок Т. Шеллінга. Джерела та критерії оцінки координаційної здатності. Методика оцінки координаційної здатності ринку. Наслідки колективного домінування для суспільства та учасників колективного домінування.</p>
Тема 6.	<p>Диференціація товарів Монополістична конкуренція і диференціація товарів. Вибір суспільства між різноманітністю і вартістю одиниці блага. Класифікація видів диференціації товарів: товарна й територіальна, горизонтальна й вертикальна. Моделі просторової диференціації. Перепозиціонування магазинів і нішеве входження в ринок. Товар як сукупність споживчих характеристик. Модель Ланкастера. Функції корисності і ефективна межа споживчих характеристик. Вертикальна диференціація. Модель Саттона і нові комбінації «ціна-якість». Застосування моделі на різних типах ринків за характером зміни витрат на підвищення якості товару. Рекламомісткі ринки.</p>
Тема 7.	<p>Інформаційна асиметрія та реклама Інформація як економічний ресурс. Види інформації. Властивості інформації як ресурсу. Інформаційна асиметрія. Асиметрія в розподілі інформації між конкурентами. Маніпулювання інформацією: блеф, сигналізування, репутаційні ігри. Класифікація стратегій управління інформацією при входженні в ринок. Асиметрія в розподілі інформації між продавцем і споживачем. Дисперсія цін. Витрати пошуку та витрати переключення. Модель «пастка для туристів». Несприятливий відбір і згортання ринків. Сутність та види реклами. Дія реклами в горизонтальній та вертикальній площині галузевого ринку. Переконаюча реклама як засіб підвищення резервної ціни товару. Вплив переконуючої реклами на суспільний добробут. Інформативна реклама: реклама про ціни і диференціююча реклама. Фантомна диференціація. Класифікація товарів за способом перевірки рекламної інформації. Бар'єри споживчого переключення. Бар'єр звички. Технологічні стандарти. Довгострокові контракти. Витрати переключення як індикатор величини бар'єру споживчого переключення.</p>
Тема 8.	<p>Науково-технічний прогрес та інновації у конкурентній боротьбі Концепція інноваційної монополії Й.Шумпетера. Концепція обмеженої інноваційності монополій К.Ерроу. Структурні передумови динамічної ефективності ринку. Матриця інноваційної активності. Зростання альтернативної вартості поліпшуючих інновацій. Підпорядкування інноваційного розвитку цілям формування ринкової влади інноватора. Патентний захист. Патентна монополія: переваги і недоліки. Патентні перегони. Перехресне ліцензування. Конкурентна імітація. Перевага першого ходу. Ефект навчання і ефект репутації. Міжчасова конкуренція. Ефект Веблена і динаміка зміни еластичності попиту по мірі переходу блага із групи статусних в групу масових благ. Парадокс Коуза. Моделювання міжчасової конкуренції в моделі кругового міста С. Салопа. Маніпуляція інформацією про динаміку цін. Інновації як спосіб диференціації товару. Стратегія запланованого старіння товару.</p>

Список рекомендованих джерел

1. Сучасні форми конкурентної взаємодії суб'єктів господарювання: монографія / За заг. ред. Ж.В. Поплавської. Л. : ТОВ «Галицька видавнича спілка», 2019. 201с.
2. Куц Л.Л. Економіка галузевих ринків. Конспект лекцій. Тернопіль, ТНЕУ, 2020. 98 с. 5. Управління у сфері економічної конкуренції: Навчальний посібник у 2 томах. Том 1 / В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко, Л.С. Головка та ін.; За ред. А.Г. Герасименко К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 448 с.
3. Герасименко А.Г. Аналіз і контроль концентрації суб'єктів господарювання: підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 484 с
4. Ігнатюк А. І. Економіка галузевих ринків : навчальний посібник / А. І. Ігнатюк. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2015. – 448 с.
5. Портер М.Е. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / Пер. з англ. А. Олійника та Р. Скільського. — К.: Основи, 1997. — 390 с

Інформація про консультації

Щопонеділка у вересні-грудні 2024 року з 11⁵⁰ до 13¹⁰ год., ауд. 333 – доц. Олійник Г.Ю.

Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином: <i>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів.</i>
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано		
82-89	B	Добре			
74-81	C				
64-73	D				
60-63	E	Задовільно			
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання		

0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни		
------	---	--	---	--	--

Політика опанування дисципліни

Відвідування: Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

Дотримання принципів академічної доброчесності: Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.

Умови зарахування пропущених занять:

Інші умови: Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle, за посиланням e-learning2.suitt.ua