

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



ТЕОРІЯ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

Методичні вказівки до практичних занять
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми Маркетинг
спеціальності 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
денної та заочної форм навчання

Луцьк 2021

УДК 339.13 (07)

Т 33

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій Луцького НТУ

Директор бібліотеки _____ С.С. Бакуменко

Рекомендовано до видання вченою радою факультету бізнесу та права Луцького НТУ, протокол № _____ від _____ 2021 року.

Голова вченої ради факультету бізнесу та права _____ І.М. Камінська

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри маркетингу Луцького НТУ, протокол ____ від _____ 2021 р.

Завідувачка кафедри маркетингу _____ В. О. Морохова

Укладач: _____ О. В. Ковальчук, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Луцького НТУ.

Рецензент: _____ В. О. Морохова, кандидат економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу Луцького НТУ.

Відповідальний за випуск: _____ В. О. Морохова, кандидат економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу Луцького НТУ.

Теорія галузевих ринків. Методичні вказівки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування денної та заочної форм навчання. / уклад. О. В. Ковальчук. Луцьк: Луцький НТУ, 2021. 20 с.

Методичне видання укладене відповідно до освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування.

© О. В. Ковальчук, 2021

ЗМІСТ

Передмова	4
Тематика практичних занять	5
Тема 1. Вступ в теорію галузевих ринків	5
Тема 2. Сутність, структура та види ринків	6
Тема 3. Види ринків та типи ринкових структур	7
Тема 4. Умови формування ринку та механізми його функціонування. Попит і пропозиція на ринку	7
Тема 5. Конкуренція і монополія в ринковій економіці. Ринкова ціна	8
Тема 6. Бар'єри входу і динаміка ринку	10
Тема 7. Ринки природної монополії та антимонопольне регулювання	11
Тема 8. Аналіз процесів злиття та поглинань	17
Список рекомендованих джерел	18

ПЕРЕДМОВА

Теорію галузевих ринків можна визначити як науку про особливості організації та економічні наслідки функціонування галузевих ринків і стратегічної поведінки виробників в умовах ринків з недосконалою конкуренцією. При цьому під поняттям галузевого ринку розуміється сукупність підприємств, які випускають схожу за споживчим призначенням продукцію, використовують схожі технології та виробничі ресурси і конкурують між собою за реалізацію продукції на ринку. Основна увага в економіці галузевих ринків приділяється вивченню різних галузей промисловості і сфери послуг. Головне завдання полягає у визначенні ролі ринкових процесів у задоволенні виробниками споживчого попиту, причин, що ведуть до порушення ринкової ефективності, способів регулювання галузевих ринків з метою підвищення ефективності їх функціонування. У зв'язку з цим економіка галузевих ринків виступає підґрунтям для прийняття рішень в рамках галузевої політики держави.

Теоретичною базою навчальної дисципліни виступає теорія галузевих ринків, що сформувалась як самостійний розділ економічних знань у середині ХХ століття. Наука швидко розвивалась завдяки високій актуальності вирішуваних завдань, можливостями практичного застосування та емпіричної перевірки основних результатів і положень, що, у підсумку, дозволило їй істотно збагатити арсенал використовуваних методів аналізу і моделювання. Для української економіки, галузеві ринки якої, зазвичай, характеризуються недосконалим конкурентним середовищем, а підприємства часто стикаються з внутрішніми і зовнішніми обмеженнями розвитку, економіка галузевих ринків набуває особливої гостроти і актуальності.

ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. ВСТУП В ТЕОРІЮ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

1. Передумови виникнення теорії галузевих ринків. Предмет і завдання теорії галузевих ринків
2. Основні історичні етапи розвитку теорії галузевих ринків
3. Сучасні концепції фірми: неокласичний, технологічний, контрактний і стратегічний підходи

Дискусійні питання по темі

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

Практичні завдання до теми 1.

Наведіть приклади десяти галузевих ринків. Дайте власну оцінку наскільки кожен з цих ринків близький / далекий до ринку досконалої конкуренції.

Тема 2. СУТНІСТЬ, СТРУКТУРА ТА ВИДИ РИНКІВ

1. Суть ринку. Ринковий простір, його суб'єкти й об'єкти
2. Функції ринку
3. Визначальні риси сучасного ринку
4. Галузевий ринок та його межі

Дискусійні питання по темі

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

2. Які величини можуть використовуватися як показник розмі- рів 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.

Практичні завдання до теми 2

Наведіть приклади ринків, які варто розглядати як ринки покупця і приклади ринків продавця. Коротко аргументуйте свою думку.

Для одного з наведених як приклад ринку опишіть його межі:

- 1) продуктові межі, що відображають здатність товарів замінювати один одного в споживанні;
- 2) часові межі, що характеризують досліджуваний часовий інтервал існування ринку, а також межі експлуатації товару, що продається;
- 3) локальні (просторові) межі, що визначають географічну приналежність ринку.

Тема 3. ВИДИ РИНКІВ ТА ТИПИ РИНКОВИХ СТРУКТУР

1. Класифікація (види) ринків.
2. Типи ринкових структур.

Дискусійні питання по темі

1. За якими критеріями можна класифікувати галузеві ринки?
2. Які головні ознаки структури ринку?
3. Назвіть показники та індикатори кон'юнктури ринків.
4. Визначте коди таких видів діяльності: виробництво морозива; готелі та ресторани; видобування газу; виробництво молока.
5. Охарактеризуйте кон'юнктуру ринків мобільного зв'язку, освітніх послуг, автомобілів, хліба, зерна.

Практичні завдання до теми 3

Наведіть приклади конкретних товарних/галузевих ринків для кожного виду ринків за 3-4 класифікаційними ознаками та типами ринкових структур. Приклади мають відрізнятися від наведених у тексті лекції.

Тема 4. УМОВИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ТА МЕХАНІЗМИ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ. ПОПИТ І ПРОПОЗИЦІЯ НА РИНКУ

1. Основні умови формування ринку і принципи його функціонування
2. Ринковий попит, ринкова пропозиція і фактори, що на них впливають
3. Взаємозв'язок попиту, пропозиції і ціни. Ринковий механізм регулювання економічних відносин

Дискусійні питання по темі

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?

Практичні завдання до теми 4.

Назвіть суб'єктів, хто формує ринковий попит і ринкову пропозицію на таких галузевих ринках:

- ринок тканин;
- ринок бетонних виробів;
- ринок канцелярських товарів;
- ринок медичного обладнання;
- будь який інший ринок на Ваш вибір.

Перерахуйте фактори, що на них (ринковий попит і пропозицію) впливають.

Тема 5. КОНКУРЕНЦІЯ І МОНОПОЛІЯ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ. РИНКОВА ЦІНА

1. Суть конкуренції. Конкуренція і ринок. Позитивні і негативні наслідки конкуренції
2. Конкуренція і монополія. Суть монополізму. Типи монополізму
3. Види конкуренції

4. Суть ціни. Фактори, що її визначають
5. Інфраструктура ринку. Суть і функції

Дискусійні питання по темі

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?

Практичні завдання до теми 5

1. Наведіть конкретні приклади з практики українських компаній використання цінової та нецінової конкурентної боротьби.
2. Перерахуйте елементи (бажано з вказанням «живих» реальних назв компаній) інфраструктури таких ринків:
 - туристичний
 - автомобільний
 - освітній
 - нерухомості
 - побутової техніки
 - будь який інший ринок на Ваш розсуд.

Тема 6. БАР'ЄРИ ВХОДУ І ДИНАМІКА РИНКУ

1. Сутність ринкових бар'єрів
2. Види бар'єрів входу-виходу
3. Абсолютна перевага у витратах фірм-старожилів
4. Стратегічні бар'єри входу-виходу
5. Додаткові інвестиції в обладнання
6. Довгострокові контракти з третіми особами

Дискусійні питання по темі

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.

Практичні завдання до теми 6

Вкажіть, які бар'єри входження на ринок та виходу з ринку будуть актуальними для таких новостворюваних бізнесів:

- зоокрамниця;
- майстерня з комп'ютерної діагностики та ремонту автомобілів;
- приватний стоматологічний кабінет;
- студія краси;
- клініка іпотерапії;
- приватна автошкола;
- вирощування декоративних кущів та дерев;
- тренажерна зала (франшиза).

Тема 7. РИНКИ ПРИРОДНОЇ МОНОПОЛІЇ ТА АНТИМОНОПОЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ

1. Сутність та головні ознаки ринків природної монополії
2. Регулювання ринку природної монополії
3. Регулювання природних монополій в Україні
4. Антимонопольне регулювання та антимонопольна політика
5. Інструменти антимонопольного регулювання галузевих ринків
6. Регулювання структури ринку і поведінки окремих фірм.
7. Оцінка інтенсивності конкуренції на ринку.

Дискусійні питання по темі

1. Охарактеризуйте відмінності методів оцінки втрат суспільства від монополії.
2. Які проблеми виникають при оцінці втрат суспільства від монопольної влади? Чому?
3. Чому величина монопольного 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 монопольної 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 ?

Практичні завдання до теми 7.

Важливим етапом діагностики конкурентного середовища є оцінка інтенсивності конкуренції. В практиці менеджменту напрацьовано ряд методик оцінки інтенсивності конкурентної боротьби та визначення рівня монополізації ринку (табл. 1).

Показники інтенсивності конкурентного середовища та рівня монополізації ринку

Показники	Формула розрахунку	Умовні позначення
1. Показники інтенсивності конкуренції 1.1. Інтенсивність конкуренції, розрахована на основі оцінки ступеня схожості часток конкурентів (U_D)	$U_D = 1 - \frac{\sqrt{\left(\frac{1}{n}\right) \sum (D_i - D_{cp})^2}}{D_{cp}}$	D_i – частка i -го підприємства в загальному обсязі продажу на ринку; D_{cp} – середнє значення D_i ; Π – сукупний прибуток, отриманий підприємствами на даному ринку;
1.2. Показник інтенсивності конкуренції з врахуванням рентабельності	$U_P = 1 - \frac{\Pi}{OP}$	T_P – річний темп зростання обсягу продажу на ринку;
1.3. Інтенсивність конкуренції, залежно від темпу зростання місткості ринку (U_{TP})	$U_{TP} = \frac{140 - T_P}{70}$	OP_i – обсяг реалізації продукції i -го підприємства;
1.4. Узагальнений показник інтенсивності конкуренції (U_K)	$U_K = \sqrt[3]{U_D \times U_{TP} \times U_P}$	OP – загальний обсяг продажу на ринку;
2. Рівень монополізації ринку 2.1. Коефіцієнт концентрації (CR_n)	$CR_n = \frac{OP_1 + OP_2 + \dots + OP_n}{OP}$	n – кількість підприємств; i – ранг підприємства в залежності від його частки на ринку.
2.2. Індекс Герфіндаля-Гіршмана (I_n)	$I_n = \sum D_i^2$	
2.3. Індекс Розенблюта (I_r)	$I_r = \frac{1}{2 \sum (i \cdot D_i) - 1}$	

Інтенсивність конкуренції (U_D), тим вища, чим нижчий коефіцієнт варіації ринкових часток. Базовим припущенням цього методу є те, що інтенсивність конкуренції буде максимальною у випадку, якщо на ринку присутні фірми з близькими за розміром ринковими частками, фінансовим та виробничим потенціалами (коефіцієнт U_D наближається до одиниці). І навпаки: якщо існують очевидні лідери і аутсайтери в галузі, то інтенсивність конкурентної боротьби згасає (значення коефіцієнту U_D наближається до нуля).

Важливими чинниками конкурентної боротьби є динаміка та

рентабельність ринку. Вважається, що річний темп зростання ринку має дві критичні межі: максимальна – 140%, мінімальна – 70%. Тому, якщо $T_P > 140\%$, то ринок перебуває у стані прискореного росту, при умові $70\% < T_P < 140\%$ ринок проходить стадію позиційного росту, стагнації або згортання, якщо ж $T_P < 70\%$ то ринок наближається до кризового стану. Висока прибутковість бізнесу та швидкі темпи зростання попиту усувають необхідність жорсткої конкуренції, що обумовлює наближення показників U_{TP} та U_P до нуля.

Узагальнена характеристика інтенсивності конкуренції (U_K) розраховується за даними вищенаведених показників як середнє геометричне.

Оцінка рівня монополізації ринку здійснюється за допомогою коефіцієнта концентрації, коефіцієнтів Розенблюта, Герфіндаля-Гіршмана тощо. При цьому слід враховувати, що ступінь монополізації ринку є оберненопропорційним по відношенню до рівня інтенсивності конкуренції.

Найбільш поширеним показником монополізації є коефіцієнт концентрації (CR_n), який відображає сукупну ринкову частку трьох, чотирьох, п'яти або більше найкрупніших підприємств. Ринок вважається безпечним для підтримання нормальної ринкової конкуренції, якщо на ньому присутні 10 і більше фірм, а на одну фірму припадає не більше 31%, на дві – 44%, на три – 54%, на чотири – не більше 63% ринку. Коефіцієнт концентрації, розрахований для чотирьох найкрупніших компаній на ринку CR_4 вважається критично високим, якщо він перевищує 75%.

Більш інформативним, порівняно з попереднім показником є індекс Герфіндаля-Гіршмана (I_n), який розраховується як сума квадратів ринкових часток всіх присутніх на ринку фірм. Середовище вважається конкурентним, якщо індекс менший 1000. Цей показник є важливим критерієм при реалізації антимонопольної політики у розвинених країнах, оскільки визначає критичну межу при виданні дозволу на безперешкодне злиття фірм на конкретному ринку. Якщо значення індексу перевищує 1800, то ринок вважається неконкурентним, і злиття забороняються.

Приклад 1. Обчисліть індекс Герфіндаля-Гіршмана для кожної з галузей, якщо відомо, що частка продажу п'яти фірм галузі А становить відповідно

25, 25, 30, 10, 10% від загального обсягу продажу галузі. У галузі В ці показники становлять 5, 5, 10, 20, 60%.

Розв'язок:

Дана задача розв'язується за відомою формулою:

$$H = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2$$

де S_i – частка продажу фірм у галузі.

Отже, для галузі А індекс буде дорівнювати:

$$H_A = 25^2 + 25^2 + 30^2 + 10^2 + 10^2 = 625 + 625 + 900 + 100 + 100 = 2350$$

Для галузі В:

$$H_B = 5^2 + 5^2 + 10^2 + 20^2 + 60^2 = 25 + 25 + 100 + 400 + 3600 = 4150$$

Відповідь: А) 2350; В) 4150.

Приклад 2. Оцінка інтенсивності конкуренції на регіональному ринку.

ТЗОВ «Авто-трейд» функціонує на регіональному ринку автотоварів. На ринку присутні також 10 підприємств-конкурентів схожої спеціалізації (табл. 2).

За наведеною інформацією необхідно проаналізувати інтенсивність конкуренції.

Таблиця 2

Частки регіонального ринку підприємств,
що спеціалізуються на продажі автотоварів

Підприємство	Ринкова частка компанії, %	Підприємство	Ринкова частка компанії, %
ТЗОВ «Велкар»	8	ТЗОВ «Авто-трейд»	18
ТЗОВ «Автостарт»	10	ТЗОВ «Еней-кар»	4
ТЗОВ «Весна»	7	ТЗОВ «АПС»	1
ТЗОВ «Мадо»	15	ТЗОВ «Автоальянс»	9
ТЗОВ «Акойт»	25	ТЗОВ «Авто-LINE»	3

Для цього розрахуємо інтенсивність конкуренції на основі оцінки ступеня схожості часток конкурентів за формулою (1):

$$U_d = 1 - \frac{\sqrt{\left(\frac{1}{n}\right) \sum (D_i - D_{cp})^2}}{D_{cp}}, \quad (1)$$

де D_i – частка i -го підприємства в загальному обсязі продажу на ринку,

D_{cp} – середнє значення D_i ;

n – кількість підприємств;

Отже, інтенсивність конкуренції, розрахована на основі оцінки ступеня схожості часток конкурентів на регіональному ринку автотоварів становить:

$$U_d = 1 - ((1/10 * (8-10)^2 + (10-10)^2 + (7-10)^2 + (15-10)^2 + (25-10)^2 + (18-10)^2 + (4-10)^2 + (1-10)^2 + (9-10)^2 + (3-10)^2)^{1/2}) / 10 = 0,3.$$

Можна зробити висновок, що інтенсивність конкурентної боротьби згасає, оскільки показник дорівнює 0,3. Існують очевидні лідери і аутсайдери в галузі.

Варто також розрахувати показник інтенсивності конкуренції з врахуванням рентабельності ринку за формулою (2):

$$U_p = 1 - \frac{\Pi}{OP}, \quad (2)$$

де Π – сукупний прибуток, отриманий підприємствами на даному ринку,

OP – загальний обсяг продажу на ринку.

$$U_p = 1 - 28000/48477,78 = 0,42.$$

Отже, висока прибутковість бізнесу та швидкі темпи зростання попиту усувають необхідність жорсткої конкуренції, що обумовлює зменшення показника U_p .

Наступний показник це інтенсивність конкуренції, залежно від темпу зростання місткості ринку розраховуємо за формулою (3):

$$U_{tr} = \frac{140 - T_p}{70} \quad (3)$$

де T_p – річний темп зростання обсягу продажу на ринку.

Оскільки точних даних щодо темпу росту ринку автотоварів немає, то припустимо що темп росту ринку становить 80% та проведемо розрахунок:

$$U_{tr} = (140 - 80) / 70 = 0,857.$$

За допомогою отриманого показника можна зробити висновок, що ринок перебуває на стадії позиційного зростання.

Узагальнимо отримані дані і розрахуємо узагальнений показник інтенсивності конкуренції за формулою (4):

$$U_k = \sqrt[3]{U_d \times U_{TP} \times U_p} \quad (4)$$

де U_d - інтенсивність конкуренції, розрахована на основі оцінки ступеня схожості часток конкурентів, U_{TP} - інтенсивність конкуренції, залежно від темпу зростання місткості ринку, U_p - показник інтенсивності конкуренції з врахуванням рентабельності ринку.

Отже, узагальнений показник інтенсивності конкуренції дорівнює:

$$U_k = (0,3 \times 0,42 \times 0,857)^{1/3} = 0,476.$$

Можна зробити висновок, що інтенсивність конкуренції на ринку автотоварів має середній рівень.

Щоб визначити рівень монополізації ринку розрахуємо індекс Розенблюта за формулою (5):

$$I_r = \frac{1}{2 \sum (i \cdot D_i) - 1} \quad (5)$$

де D_i – частка i -го підприємства в загальному обсязі продажу на ринку, i – ранг підприємства в залежності від його частки на ринку.

Індекс розраховується з урахуванням порядкового номера підприємства, отриманого на основі ранжирування часток від максимуму до мінімуму

$$I_r = 1 / (2 * ((8*6) + (10*4) + (7*7) + (15*3) + (25*1) + (18*2) + (4*8) + (1*10) + (9*5) + (3*9)) - 1) = 0,001.$$

Такий низький показник означає низький рівень монополізації, за винятком ТЗОВ «Акойл», частка ринку якого дорівнює 25%.

Для визначення концентрації ринку та його монополізації доцільно також розрахувати індекс Герфіндаля - Гіршмана за формулою (6):

$$H = \sum_{i=1}^N S_i^2 \quad (6)$$

де S_i — ринкова доля компанії i ,

N — кількість усіх компаній.

Отже, проведемо розрахунок індекса Герфіндаля-Гіршмана для ринку автотоварів:

$$H = 8^2 + 10^2 + 7^2 + 15^2 + 25^2 + 18^2 + 4^2 + 1^2 + 9^2 + 3^2 = 1494.$$

Оскільки значення індекса підпадає під категорію від 1000 до 1800, це означає що на ринку автотоварів Західного регіону помірна концентрація.

Тема 8. АНАЛІЗ ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАНЬ

1. Загальна характеристика процесів злиття та поглинання
2. Класифікація процесів злиття та поглинання
3. Ключові фактори сприяння процесам злиття і поглинання
4. Мотиви процесів злиття
5. Державний контроль за процесами злиття та поглинання
- 5.1. Досвід США
- 5.2. Умови регулювання, передбачені в українському законодавстві

Дискусійні питання по темі

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.

Практичні завдання до теми 8

Знайдіть в мережі Інтернет відомості про злиття чи поглинання компаній та дайте їх характеристика – назвіть вид та мотиви сторін.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Буркинський Б. В. Інтеграційні механізми розвитку товарних ринків [Текст] : монографія. Одеса : ІПРЕЕД НАНУ, 2019. 387 с.
2. Бушовська Л. Б., Битий А. В. Методологія дослідження галузевих структур. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 4(1). С. 69-70.
3. Васильківський Д. М., Матюх С. А., Яременко О. Ф. Конкуренція на світових ринках товарів та послуг : навч. посіб. Хмельницький : ХНУ, 2019. 162 с.
4. Власова К.М. Концептуальні засади формування стратегії подолання бар'єрів входу підприємств на нові зовнішні ринки. *Економіка АПК*, 2019, № 7. С. 83-89.
5. Горбаченко С.А., Карпов В.А., Шевченко-Переполькіна Р.І. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. 320 с.
6. 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.
7. Ігнатюк А. І. Економіка галузевих ринків : навчальний посібник. К. : ВПЦ "Київський університет", 2015. 448 с.
8. Зубченко В.В. Теорія галузевих ринків: методичні рекомендації для практичних занять та самостійної роботи здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» спеціальностей 051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 «Менеджмент», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Біла Церква: БНАУ, 2020. 48 с.
9. Куц Л. Л. Економіка галузевих ринків. Конспект лекцій. Тернопіль, ТНЕУ, 2020. 98 с.
10. Лагутін В., Герасименко А. Галузеві ринки в економічній системі XXI століття. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2019. № 3. С. 5-15.
11. Лотиш О. Я. Сучасні напрямки розвитку теорії галузевих ринків. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2014. Вип. 5(1). С. 36-39.
12. Марчеко В. М. Порівняльний аналіз бар'єрів зовнішніх ринків. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2019. № 11. С. 75-81.
13. Микуланинець С. Порівняльний аналіз типів ринкових структур. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-23>

14. Про Антимонопольний комітет України : закон України від 26 листопада 1993 р. № 3659-ХІІ. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>.

15. Про захист економічної конкуренції : закон України від 11. 01.2001 №2210-ІІІ URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2210-14>

16. Черкаська В. В. Механізми державного регулювання захисту внутрішніх ринків аграрного сектору. *Публічне управління та регіональний розвиток*. 2019. № 3. С. 178-191.

17. Чурсіна Л. А., Кузьміна Т. О., Коб'яков С. М. Світовий ринок товарів та послуг [Текст] : навч. посіб. Херсон : Вишемирський В. С. : ХНТУ, 2019. 339 с.

18. Яковенко Р. В., Щельник О. В. Розвиток галузевих ринків в умовах глобалізації. *Розвиток економічної думки : зб. наук. праць*. Кіровоград : видавець Лисенко В. Ф. 2015. Вип. 8. с. 67–72.

Теорія галузевих ринків. Методичні вказівки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування денної та заочної форм навчання. / уклад. О. В. Ковальчук. Луцьк: Луцький НТУ, 2021. 20 с.

Методичне видання укладене відповідно до освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування.

Комп'ютерний набір та верстка О. В. Ковальчук

Редактор О. В. Ковальчук

Підп. до друку _____ 2021 р.
Формат 60x84/16. Папір офс. Гарнітура Таймс.
Ум. друк. арк. ____ Тираж ____ прим. Зам. _____

Інформаційно-видавничий відділ
Луцького національного технічного університету
43018 м. Луцьк, вул. Львівська, 75
ІВВ Луцького НТУ