

Заздравных, А. В.

Теория отраслевых рынков : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 288 с. — Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.

Оглавление

Предисловие	5
Глава 1. Введение в предмет	8
1.1. Предмет и методология курса.....	8
1.2. Подходы к анализу отраслевых рынков.....	14
Выводы.....	21
<i>Практикум</i>	22
Глава 2. Отраслевой рынок, его структура и границы	24
2.1. Рынок и отрасль: общее и особенное.....	24
2.2. Границы рынка: современная методология и практика ограничения рынков.....	26
Выводы.....	33
<i>Практикум</i>	34
Глава 3. Экономическая концентрация и рыночная власть компаний	36
3.1. Содержание и значение концентрации.....	36
3.2. Показатели экономической концентрации.....	38
3.3. Рыночная власть, ее источники и показатели оценки.....	49
Выводы.....	53
<i>Практикум</i>	54
Глава 4. Исследование барьеров входа на отраслевой рынок	60
4.1. Экономическое содержание отраслевых барьеров и их роль в функционировании рынка.....	60
4.2. Модели анализа поведения, блокирующего вход на рынок.....	65
4.3. Подходы к оценке уровня отраслевых барьеров.....	72
Выводы.....	74
<i>Практикум</i>	75
Глава 5. Олигополия и стратегическое взаимодействие компаний	80
5.1. Сущность и характеристики олигополии.....	80
5.2. Некооперированное поведение фирм в условиях олигополии: виды стратегий и модели анализа.....	83
5.3. Доминирование на отраслевых рынках.....	99
5.4. Картель как форма кооперированного поведения фирм: модели, факторы устойчивости соглашений и государственное регулирование....	108
Выводы.....	124
<i>Практикум</i>	125
Глава 6. Вертикально интегрированные структуры и полиотраслевые компании	131
6.1. Сущность интеграционных процессов в отрасли.....	131
6.2. Стратегия вертикальной интеграции: стимулы и результативность.....	135

6.3. Вертикальные контракты и их регулирование.....	142
6.4. Теоретический анализ вертикальной интеграции и вертикальных контрактов.....	149
6.5. Стратегия диверсификации.....	155
Выводы.....	163
<i>Практикум</i>	163
Глава 7. Дифференциация продукта и квазимонопольное поведение компаний.....	169
7.1. Дифференциация продукта, ее экономическая природа и источники.....	169
7.2. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта: модели квазимонопольного поведения.....	173
7.2.1. Пространственная (горизонтальная) дифференциация.....	175
7.2.2. Дифференциация по качеству.....	180
7.2.3. Информационная дифференциация: рекламное воздействие на потребителей.....	185
7.3. Государственное регулирование продуктовой дифференциации.....	191
Выводы.....	196
<i>Практикум</i>	196
Глава 8. Ценообразование и ценовая конкуренция.....	203
8.1. Сущность ценовой конкуренции на отраслевых рынках.....	203
8.2. Ценообразование и ценовые стратегии фирм.....	207
8.3. Механизм государственного регулирования ценообразования и ценовой конкуренции.....	215
Выводы.....	219
<i>Практикум</i>	219
Глава 9. Анализ монопольных рынков.....	223
9.1. Сущность и экономические эффекты монопольной власти.....	223
9.2. Рынок естественной монополии.....	232
9.3. Регулирование рынков естественной монополии.....	236
Выводы.....	245
<i>Практикум</i>	245
Глава 10. Роль государства в развитии и регулировании отраслевых рынков России.....	251
10.1. Современные проблемы функционирования и регулирования российского потребительского рынка.....	251
10.2. Промышленная политика в России.....	258
10.3. Ключевые инструменты государственной антимонопольной политики в России, ЕС и США.....	264
10.3.1. Основные этапы и проблемы антимонопольного законодательства.....	269
10.3.2. Тенденции развития антимонопольной политики на современном этапе.....	274
Выводы.....	282
<i>Практикум</i>	283
Литература.....	288