

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Кузбасский государственный технический университет  
имени Т. Ф. Горбачева»**

Кафедра производственного менеджмента

Составитель  
С. М. Бугрова

**ЭКОНОМИКА ОТРАСЛИ**

**Методические указания к курсовой работе**

Рекомендовано учебно-методической комиссией  
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент  
в качестве электронного издания  
для использования в образовательном процессе

Кемерово 2018

Рецензенты:

Михайлов В. Г. – кандидат технических наук, доцент кафедры производственного менеджмента

Королева Т. Г. – председатель учебно-методической комиссии направления подготовки 38.03.02 Менеджмент<sup>а</sup>

**Бугрова Светлана Михайловна**

**Экономика отрасли** [Электронный ресурс]: методические указания к курсовой работе для обучающихся направления подготовки 38.03.02 Менеджмент всех форм обучения / сост. С. М. Бугрова; КузГТУ. – Электрон. дан. – Кемерово, 2018. – Систем. требования : Pentium IV ; ОЗУ 8 Мб ; Windows 95; мышь. – Загл. с экрана.

Изложено содержание разделов курсовой работы, порядок ее выполнения, приведены основные формулы для расчета показателей концентрации отраслевого рынка.

© КузГТУ, 2018

© Бугрова С. М.,  
составление, 2018

## Введение

В системе подготовки бакалавров важное место занимает курсовое проектирование, которое дает возможность обучающимся закрепить теоретические знания, приобрести практические навыки исследования экономических процессов, а также научиться пользоваться нормативными и справочно-статистическими материалами.

Цель курсовой работы по дисциплине «Экономика отрасли» состоит в проведении сравнительного анализа теоретических основ и практики поведения рыночных субъектов в условиях отрасли, а также исследовании экономических процессов концентрации, протекающих в различных отраслях материального производства.

Задачи курсовой работы: 1) систематизировать знания в области формирования экономических процессов и эффективного управления отраслевой экономикой в условиях конкурентного рынка; 2) овладеть основами функционирования экономики отдельных отраслей; 3) исследовать количественные показатели структуры товарного рынка промышленной продукции.

Курсовая работа выполняется на основе изучения действующего законодательства, нормативных документов, учебной, специальной литературы в соответствии с выбранным вариантом. В процессе выполнения курсовой работы используются методы: сравнения, группировки, детализации, обобщения, элиминирования, графические методы и другие.

Согласно учебному плану направления подготовки 38.03.02 Менеджмент курсовая работа по дисциплине «Экономика отрасли» выполняется студентами очной формы обучения в 4 семестре и студентами заочной формы обучения в 6 семестре.

### 1. Содержание курсовой работы

Курсовая работа оформляется в виде пояснительной записки, которая содержит 30–35 листов машинописного текста на стандартных листах формата А4 и включает: титульный лист, содержание, введение (1–2 л.), основной раздел (25–30 л.), заключение (1–2 л.), список использованной литературы, приложения (1–3 л.).

Порядок оформления *титульного листа* курсовой работы представлен в приложении. *Во введении* излагаются: значение, актуальность рассматриваемой темы, цель, задачи, методы, использу-

емые в курсовой работе. *Основной раздел* включает в себя две части: теоретическую и расчетную.

*Теоретическая часть* – «Проблемы и перспективы развития отрасли материального производства». Теоретическая часть курсовой работы должна состоять не менее чем из трех подразделов, в которых должны быть раскрыты сущность, содержание, проблемы и перспективы развития конкретной отрасли материального производства: история ее формирования, значение для экономики страны, общие закономерности и тенденции развития, примеры из мировой практики, а также анализ степени сформированности рассматриваемой отрасли в Кемеровской области. Для выполнения теоретической части курсовой работы необходимо проработать специальную литературу, собрать и обработать экономическую и статистическую информацию (рассчитать темпы роста, динамику, показатели отраслевой структуры), проверить ее достоверность и согласованность.

*В расчетной части* по вариантам обучающиеся рассчитывают количественные и качественные показатели товарного рынка, анализируют факторы, влияющие на изменение концентрации:

1. Коэффициент рыночной концентрации (CR-3).
2. Коэффициент Херфиндаля–Хиршмана (HHI).
3. Индекс Линда (L).
4. Коэффициент Холла–Тайдмана (HT).
5. Коэффициент энтропии (E).
6. Коэффициент вариации (V).
7. Дисперсия логарифмов рыночных долей ( $\sigma^2$ ).
8. Коэффициент относительной концентрации (k).
9. Коэффициент Джини (G).
10. Барьеры входа на рынок.
11. Рыночный потенциал хозяйствующих субъектов.

*В заключении* излагаются общие выводы, полученные в процессе выполнения работы. В конце пояснительной записки студентом приводится список использованной литературы, содержащий не менее двадцати источников. Выполненная курсовая работа должна быть проверена студентом на антиплагиат. Подробный отчет оригинальности должен быть приложен в приложении. После защиты курсовой работы она должна быть размещена обучающимся в своем портфолио.

## **2. Методические указания по выполнению курсовой работы**

### *Теоретическая часть*

Теоретическая часть курсовой работы выполняется на основании анализа литературных источников и заключается в раскрытии проблем и перспектив развития одной из отраслей материального производства.

Тема теоретической части курсовой работы выбирается обучающимся самостоятельно по согласованию с руководителем курсовой работы и должна быть раскрыта с учетом общих тенденций развития экономики, современных методов хозяйствования, мирового опыта, условий функционирования собственности и сфер деятельности.

При написании теоретической части курсовой работы следует использовать законодательные и нормативные акты, текущие и периодические печатные издания, материалы государственной статистики и независимых аналитиков, результирующие и промежуточные отчеты предприятий выбранной отрасли.

В необходимых случаях для иллюстрации излагаемого материала должны быть использованы рисунки, диаграммы, таблицы, формулы.

### *Расчетная часть*

В расчетной части курсовой работы необходимо определить показатели рыночной концентрации на товарном рынке.

Разработка системы показателей, способных дать оценку состоянию, уровню и направлению развития конкуренции на товарных рынках, приобретает в последнее время все большую актуальность вследствие растущего влияния структуры рынков как на стратегии предприятия, так и на решения органов государственной власти. Показатели концентрации характеризуют степень неравномерности распределения объемов производства или продаж товара между хозяйствующими субъектами, а также возможность воздействия каждого из них на общие условия обращения товаров на соответствующем рынке.

Абсолютное измерение концентрации предполагает оценку количества предприятий на рынке и совокупной доли, приходящейся на ограниченное количество единиц. Пропорциональность рынка, представляющая в первую очередь соотношение между различ-

ными его элементами, характеризуется относительными измерителями концентрации.

1. Наиболее распространенный и часто применяемый показатель для характеристики абсолютной концентрации – **коэффициент рыночной концентрации (CR)**. Определяется как сумма рыночных долей  $i$  крупнейших продавцов рынка:

$$CR_i = \sum_{i=1}^n q_i$$

где  $CR_i$  – индекс концентрации  $i$  фирм, %;

$q_i$  – доля продаж  $i$ -й фирмы в объеме реализации рынка, %;

$n$  – количество хозяйствующих субъектов (фирм) на рынке.

Данный коэффициент позволяет не только сопоставить по уровню концентрации различные отрасли или рынки, но и проанализировать динамику концентрации, определить, за счет долей каких предприятий (крупных, средних, мелких) наметилась перегруппировка сил на рынке.

2. Наиболее популярный обобщающий показатель – **коэффициент Херфиндаля–Хиршмана (HHI)** – учитывает как количество предприятий, так и неравенство их положения на рынке и характеризует уровень монополизации. Значение коэффициента снижается с увеличением числа предприятий и возрастает с усилением неравенства между предприятиями при любом их количестве. При возведении в квадрат долей рынка коэффициент дает более высокий вес показателей крупных предприятий, чем мелких. Это означает, что если данные о долях рынка очень мелких предприятий отсутствуют, то итоговая ошибка будет невелика.

Коэффициент Херфиндаля–Хиршмана вычисляется как сумма квадратов долей всех предприятий, действующих на рынке:

$$HHI = \sum_{i=1}^n q_i^2$$

где  $HHI$  – коэффициент Херфиндаля–Хиршмана;

$q_i$  – доля продаж  $i$ -й фирмы в объеме реализации рынка, %;

$n$  – количество хозяйствующих субъектов (фирм) на рынке.

Чем меньше  $HHI$ , тем меньше концентрация, тем при прочих равных условиях сильнее конкуренция на данном рынке и тем слабее рыночная власть отдельных предприятий. Для конкурентного

рынка (если число предприятий на нем превышает 100) *HHI*, стремится к единице, для монопольного рынка – к 10 000.

3 Дискретным абсолютным показателем концентрации является также **индекс Линда (*L*)**. Индекс определяет степень неравенства между лидирующими на рынке предприятиями и используется в качестве определителя «границы» олигополии:

$$L = \frac{1}{K(K-1)} \times \sum_{i=1}^K Q_i$$

где  $K$  – число крупных поставщиков (от 2 до  $N$ );

$Q_i$  – соотношение между средней долей рынка поставщиков и долей  $K - 1$  поставщиков;

$i$  – число ведущих поставщиков среди  $K$  крупных поставщиков.

$$Q_i = \frac{A_i}{i} \div \frac{A_K - A_i}{K - i}$$

где  $A_i$  – общая доля рынка, приходящаяся на  $i$  поставщиков;

$A_K$  – доля рынка, приходящаяся на  $K$  крупных поставщиков.

Индекс Линда используется в качестве определителя границы олигополии. Определяемая граница может характеризовать рынок на наличие жесткой или размытой монополии, позволяя эмпирически вычислить предполагаемый круг субъектов, которые могут осуществлять согласованные действия, направленные на ограничение конкуренции.

4. **Коэффициент Холла–Тайдмана (*HT*)**. Рассчитывается на основе сопоставления рангов предприятий на рынке и их рыночных долей следующим образом:

$$HT = 1 / \left[ 2 \sum_{i=1}^n R_i q_i - 1 \right]$$

где  $HT$  – коэффициент Холла–Тайдмана;

$R$  – ранг фирмы на рынке (по убывающей, самая крупная фирма имеет ранг 1);

$q_i$  – доля продаж  $i$ -й фирмы на рынке.

Максимальное значение показателя равно единице (в условиях монополии). Минимальное значение равно  $1/n$  ( $n$  – число фирм в отрасли). По экономическому смыслу данный показатель сходен с индексом Херфиндаля–Хиршмана, но в отличие от указанного, позволяет учитывать соотношения размеров фирм – крупных про-

давцов, что помогает осуществить более глубокий анализ рыночной структуры отрасли.

**5. Коэффициент энтропии ( $E$ ).** Коэффициент энтропии служит для измерения степени неопределенности на рынке и позволяет более глубоко исследовать уровень и динамику концентрации: чем больше величина  $q$ , тем больше экономическая неопределенность и тем ниже уровень концентрации продавцов на рынке.

В курсовой работе предполагается два варианта расчета значения  $q$ . Первый относительный показатель представляет собой сумму долей продаж предприятий, действующих на рынке, взвешенных по натуральному логарифму обратной ей величины:

$$E_1 = \sum_{i=1}^n \left[ q_i \ln \left( \frac{1}{q_i} \right) \right]$$

где  $E_1$  – коэффициент энтропии;

$q_i$  – доля продаж  $i$ -й фирмы на рассматриваемом рынке;

$n$  – количество хозяйствующих субъектов (фирм) на рынке.

По второму варианту расчета используются не обратные величины, а доли значений признака, взвешенные по натуральному логарифму:

$$E_2 = 100 \sum_{i=1}^n (q_i \ln q_i)$$

Результаты (абсолютные значения), полученные при различных методиках расчета, экономического смысла ситуации на рынке не меняют и рассчитываются как для анализа тенденций, происходящих на одном и том же товарном рынке за определенный период времени, так и для сопоставительного анализа различных типов рынков.

**6.** Чем более неравномерно распределены доли между предприятиями, тем заметнее будет тенденция к снижению конкуренции и росту монополизации рынка. При анализе этих колебаний и изучении условий формирования конкурентной среды важное место занимает **коэффициент вариации ( $V$ )**. Чем более неравномерно распределение долей между предприятиями, тем заметнее будут различия в уровне концентрации.

$$V = \frac{\sigma}{\bar{q}} \times 100$$

где  $\sigma$  – среднее квадратическое отклонение, определяемое по формуле



$$\sigma = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n (q_i - \bar{q})^2}}{n}$$

где  $\bar{q}$  – средняя арифметическая из удельных весов совокупности фирм в объеме продаж на данном рынке или продукция данной отрасли, определяемая по формуле

$$\bar{q} = \frac{\sum_{i=1}^n q_i}{n}$$

Чем ниже коэффициент вариации, тем выше степень равномерности распределения объема производства или продаж между предприятиями и ниже уровень концентрации. При большем отклонении от средней величины крайних значений ряда вариация выше и, следовательно, выше уровень концентрации.

**7. Дисперсия логарифмов рыночных долей ( $\sigma^2$ )** характеризует степень равномерности распределения объемов продаж между фирмами (степень неравенства размеров фирм, действующих на рынке):

$$\sigma^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (\ln q_i - \ln \bar{q})^2$$

где  $q_i$  – доля продаж  $i$ -й фирмы на рынке;

$\bar{q}$  – средняя доля фирмы на рынке, равная  $1/n$ ;

$n$  – количество хозяйствующих субъектов (фирм) на рынке.

Показатель дисперсии характеризует возможную рыночную власть фирм через неравенство их размеров. Чем больше величина дисперсии, тем более неравномерным и более концентрированным является рынок, тем слабее конкуренция и тем сильнее власть крупных фирм на рынке.

**8. Коэффициент относительной концентрации ( $k$ )** основывается на сопоставлении числа крупнейших предприятий на рынке и контролируемой ими доли реализации товара:

$$k = [20 + 3\beta]/\alpha$$

где  $k$  – коэффициент относительной концентрации;

$\beta$  – доля крупнейших предприятий рынка в общем числе предприятий, %;

$\alpha$  – доля продаж данных предприятий в общем объеме реализуемой продукции, %.

Суть приведенной формулы: о воздействии крупнейшей фирмы на рынок можно говорить тогда, когда объем ее продаж составляет, по крайней мере, 20 % совокупного выпуска.

При  $k = 1$  между долями существует линейная зависимость: 1/30 фирм выпускает 30 %, а 1/10 – 50 % совокупного объема реализованной продукции.

При  $k > 1$  концентрация отсутствует, рынок является конкурентным.

При  $k < 1$  наблюдается высокая степень концентрации на рынке, рыночная власть фирм велика.

**9. Коэффициент Джини (G).** Характеризует уровень концентрации на рынке. Чем выше коэффициент Джини, тем больше неравномерность распределения рыночных долей между продавцами и, следовательно, при прочих равных условиях, выше уровень концентрации.

$$G = \frac{1}{n} \times \sum_{i=1}^n |(i-1) \times A_i - A_i(i-1) \times i|$$

где  $A_i$  – накопленное (кумулятивное) значение долей  $i$  крупнейших предприятий рынка;

$n$  – число фирм на рынке.

Показатели, характеризующие уровень концентрации, рассчитываются по соответствующим формулам; рассчитанные значения заносятся в сводную таблицу.

Год	Рынок	Коэффициенты концентрации									
		CR-3	HHI	$k$	$L$	$E_1$	$E_2$	$V$	$\sigma^2$	HT	G

**10. Наличие и высота барьеров входа на рынок** (факторы и обстоятельства правового, организационного, технологического, экономического, финансового характера, препятствующие новым хозяйствующим субъектам вступить на товарный рынок и на равных конкурировать с уже действующими на нем предприятиями) – существенный фактор, влияющий на уровень концентрации на рынке и поведение предприятий отрасли.

Одним из показателей наличия барьеров входа на рынок являются ограничения по спросу. Они характеризуются эластичностью спроса. При этом рассчитывают коэффициент эластичности спроса ( $E_d$ ) как отношение процентного изменения объема спроса на товар к процентному изменению цены этого же товара:

$$E_d = \frac{(Q_2 - Q_1)/Q_1 \cdot 100}{(P_2 - P_1)/P_1 \cdot 100}$$

где  $Q_1$  и  $Q_2$  – соответственно объем реализации в предыдущем и оцениваемом периоде, в натуральных или стоимостных единицах измерения;

$P_1$  и  $P_2$  – соответственно цена товара в предыдущем и оцениваемом периоде, руб.

Если абсолютная величина коэффициента эластичности спроса больше единицы ( $|E_d| > 1$ ), то спрос эластичен – рынок становится более конкурентным и доступным для новых участников.

### ***11. Оценка рыночного потенциала хозяйствующего субъекта.***

Под рыночным потенциалом понимается возможность хозяйствующего субъекта оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке и (или) затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам, и не связанная напрямую с долей хозяйствующего субъекта на товарном рынке.

Рыночный потенциал хозяйствующего субъекта может быть связан с наличием его доминирующего положения на рынке. Однако на отдельных товарных рынках возникают ситуации, когда хозяйствующий субъект с долей на рынке менее 35 % обладает рыночным потенциалом по отношению к другим хозяйствующим субъектам на этом же товарном рынке.

Рыночный потенциал может измеряться различными способами и показателями:

- по долям хозяйствующих субъектов на рынке – чем больше доля, тем выше рыночный потенциал;

- на основе исчисления эластичности спроса по цене – чем больше чем

больше неэластичность спроса на продукцию данного продавца, тем больше его потенциал на рынке;

- по наличию долговременных (не менее 1 года) отклонений

индивидуальной рентабельности от среднеотраслевых уровней – уровень рентабельности хозяйствующего субъекта выше аналогичных показателей конкурентов;

- другими способами.

При выявлении наличия рыночного потенциала хозяйствующего субъекта чаще всего оценивают рентабельность его продукции и сравнивают ее со среднеотраслевым значением. Рентабель-

ность продукции ( $R_{\text{пр}}$ , %) отдельного хозяйствующего субъекта определяется как отношение прибыли от реализации продукции ( $\Pi_p$ ) к выручке от реализации объема продаж ( $Q_p$ ) по формуле

$$R_{\text{пр}} = \Pi_p / Q_p \cdot 100$$

Среднеотраслевая рентабельность продукции ( $R_{\text{ср}}$ ) при неравных объемах продаж определяется по формуле среднеарифметической взвешенной:

$$R_{\text{ср}} = \sum_{i=1}^n R_{\text{при}} \cdot Q_{\text{при}} / \sum_{i=1}^n Q_{\text{при}}$$

где  $R_{\text{при}}$  – рентабельность продукции  $i$ -го хозяйствующего субъекта, %;

$Q_{\text{при}}$  – объем реализации (продаж)  $i$ -го хозяйствующего субъекта на данном рынке, в стоимостных (тыс. руб.) или натуральных единицах.

По результатам проведенного анализа должны быть сделаны выводы о состоянии конкурентной среды и экономической концентрации на товарных рынках.

Выбор варианта расчетной части для заочников определяется по последней цифре в номере зачетной книжки.

### **3. Оформление курсовой работы**

Оформление курсовой работы осуществляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

Курсовая работа обучающегося должен быть выполнена в текстовом редакторе MS Word черным цветом на одной стороне листа формата А4 (210×297 мм) через 1,5 интервал между строками, ориентация – книжная, шрифт – Times New Roman Cyr № 14. Текст оформляется с соблюдением следующих размеров полей: левое – 25 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – по 20 мм. Текст курсовой работы должен быть поделен на абзацы, каждый из которых выражает самостоятельную мысль. Абзац следует начинать с красной строки – отступ от левого поля на 1,25 см. Каждый лист текста, включая иллюстрации и приложения, нумеруется в порядке возрастания арабскими цифрами. Нумерация страниц проставляется после листов «Содержание» (второй лист) и «Введение» (третий лист) в правом верхнем углу листа без точки в конце.

В заголовках слово «раздел» или «глава» не пишется. Все заголовки первого уровня печатаются прописными буквами Times New Roman Cyr № 14, с абзацного отступа, без точки в конце, без подчеркивания и выравниваются по центру. Если заголовки содержат несколько предложений, их разделяют точками. Переносы слов в заголовках не допускаются. Для нумерации используются арабские цифры. После заголовка раздела ставится отступ в одну строку. Не допускается помещать заголовок отдельно от последующего текста.

Заголовки подразделов пишутся с абзацного отступа строчными буквами основного текста, начиная с прописной (заглавной) буквы без точки в конце, без подчеркивания, выравниваются по центру.

Подразделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах каждой главы. Номер подраздела начинается с номера главы, затем ставится номер подраздела по порядку (например, 1.2 – второй подраздел первой главы). Сокращение слов, кроме общепринятых, не допускается. Каждый раздел работы (введение, главы, заключение, список использованных источников, приложения) следует начинать с новой страницы. Подразделы в пределах главы продолжаются на той же странице с соблюдением расстояния: отступ в две строки от предыдущего текста до заголовка и от заголовка до текста параграфа – одна строка.

Наименования листов курсовой работы «Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованной литературы», «Приложения» не имеют цифрового обозначения и не содержат подразделов, пунктов, подпунктов. В пределах раздела не должно быть пронумерованных заголовков.

Нумерация рисунков, таблиц, формул осуществляется в пределах раздела и состоит из номера раздела и порядкового номера рисунка, таблицы, формулы. Например, наименование «Рисунок 2.5» означает пятый рисунок второго параграфа, наименование «Таблица 1.1» – первая таблица первого параграфа. Таблицы и рисунки в тексте могут даваться в сплошной нумерации. После рисунка или таблицы обязательно должны следовать пояснения к представленному материалу. Не рекомендуется располагать рисунки и таблицы подряд, один за другим. Порядковый номер, наименование рисунка располагаются ниже под рисунком с абзацевого отступа шрифтом основного текста. Например: «Рисунок 2.1 –

Структура оборотных активов в отчетном году». Рисунки (графики, схемы, диаграммы) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующем листе. Цвет рисунков преимущественно черный на белом фоне. Допускается применение цветного оформления. На все рисунки в курсовой работе должны быть сделаны ссылки. Например: «... в соответствии с рисунком 1.4». Графики, диаграммы, схемы, помещаемые в курсовой работе, должны быть оформлены с указанием условных обозначений, единиц измерения.

Таблица располагается сразу после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы в курсовой работе должны быть ссылки. Например: «... в соответствии с таблицей 2.3». Название таблицы помещается над таблицей, пишется без абзацного отступа с прописной буквы и располагается в одной строке слева через тире после слова «Таблица» и ее номера без подчеркивания. После заголовка таблицы через запятую указывается единица измерения, если все показатели измеряются в одних единицах. В противном случае единицы измерения проставляются через запятую после наименования каждого показателя в первой графе или в заголовках (подзаголовках) граф таблицы. Точка после номера таблицы и ее наименования не ставится, например: «Таблица 2.1 – Исходные данные для расчета, млн. руб.» Название таблицы с большим количеством строк размещают только над первой частью таблицы при переносе другой ее части на следующий лист. В этом случае нижнюю ограничивающую горизонтальную черту в предыдущей части не проводят. Над другими частями пишут слово «Продолжение», указывают номер таблицы, например: «Продолжение таблицы 1.2». Не разрешается разделять заголовки, подзаголовки боковика, граф диагональными линиями. Таблицы ограничивают линиями сверху, слева, справа, снизу. В таблице разрешается применять меньший размер шрифта, чем в тексте. Заголовки граф, как правило, записывают параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф. Головка таблицы должна быть отделена линией от остальной части таблицы. Графу «Номер по порядку» в таблицу включать не допускается.

Цитаты, статистические данные и другие материалы, приведенные из литературных источников, должны сопровождаться ссылками на источники, из которых взяты эти материалы и в точ-

ности соответствовать оригиналу. Ссылка указывается в квадратных скобках, например [2], где 2 – номер источника из списка использованной литературы. Курсовая работа без ссылок на источники к рассмотрению не принимается

В списке использованной литературы сначала указывают законы Российской Федерации, далее указы Президента, Правительства Российской Федерации, нормативные акты министерств, ведомств, затем учебники, учебные, справочные пособия, периодические издания, другие источники, которые располагаются в алфавитном порядке по перечисленным выше группам.

В списке использованной литературы указываются:

– для книг: фамилия и инициалы автора, название книги, место издания, издательство, год издания, число страниц в книге;

– для периодических изданий: фамилия и инициалы автора, название статьи, наименование журнала, год издания, номер, первая и последняя страница статьи.

Пример оформления нормативно-правовых документов:

Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ, принят ГД РФ 16.07.1998 : ред. 28.12.2016.

Пример оформления книг:

Джуха, В. М. Экономика отраслевых рынков: учеб. пособие / М. В. Джуха, А. В. Курицын, И. С. Штапова. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 253 с.

Пример оформления периодических изданий:

Сазонов, С. П. Роль межбюджетного регулирования в условиях реформирования местного самоуправления / С. П. Сазонов, Д. Ю. Завьялов // Финансы. – № 4. – 2013. – С. 28–32.

Пример оформления интернет-документов: Социологическое исследование «Малый и средний бизнес в городе Кемерово» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.kemerovo.ru/?page=497> (дата обращения 08.10.2017).

Законченная курсовая работа подписывается студентом и сдается преподавателю для проверки на кафедру в установленный срок. Все листы курсовой работы должны быть подшиты, сброшюрованы в специальную папку. Преподаватель-руководитель в процессе проверки курсовой работы на основании представленных материалов решает вопрос о допуске студента к ее защите в установленный срок.

## Список рекомендуемой литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», с изменениями и дополнениями.

2. Басовский, Л. Е. Экономика отрасли [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)», «Профессиональное обучение (экономика и управление)» / Л. Е. Басовский. – Москва : ИНФРА–М, 2011. – 145 с.

3. Бугрова С. М. Экономика машиностроения [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов направления подготовки 15.03.05 «Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств» / С. М. Бугрова, Е. Е. Кульпина; ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева». – Кемерово, 2016. – 141 с.

<http://library.kuzstu.ru/meto.php?n=91498&type=utchposob:common>

4. Джуха В. М. Экономика отраслевых рынков: учеб. пособие – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 253 с.

5. Вахрушев, В. Д. Экономика отрасли и предприятия (практикум): учеб. пособие [Электронный ресурс]. – Москва: Альтаир, МГАВТ, 2015. – 229 с. – Режим доступа:

[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=430358](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=430358). – Загл. с экрана. (12.09.2017)

6. Костыгина, Л. В. Экономика отрасли: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Москва: Альтаир, МГАВТ, 2014. – 194 с. – Режим доступа:

[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=430344](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=430344). – Загл. с экрана. (12.09.2017)

7. Миронов М. Г. Экономика отрасли (машиностроение): учебник. – Москва: ФОРУМ; ИНФРА–М, 2008. – 320 с.

8. Поздняков В. Я. Экономика отрасли: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии» (по отраслям) / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков. – Москва: ИНФРА, 2009. – 309 с.



**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева»**

Кафедра производственного менеджмента

**Курсовая работа по дисциплине**

**«Экономика отрасли»**

Выполнил:  
студент группы ПМб-....  
Ф.И.О.

Руководитель:  
Ф.И.О.

Кемерово 2018

**Исходные данные по вариантам (1-15)  
для выполнения расчетной части курсовой работы**

<b>№ вари- анта</b>	<b>Наименование продукции, производство по регионам Российской Федерации</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>1</b>	<b>Производство стеновых материалов (млн. условных кирпичей)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, млн. условных кирпичей, в т. ч.:	14148	14802
	Центральный федеральный округ	4633,3	4989,4
	Северо-Западный федеральный округ	895,3	950,8
	Южный федеральный округ	2013,7	2032,5
	Приволжский федеральный округ	4032,2	4220,8
	Уральский федеральный округ	1190,4	1226,4
	Сибирский федеральный округ	1661,6	1161,3
	Дальневосточный федеральный округ	221,9	221,2
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	9,3	9,7
	Стоимость изделия, руб./тыс. условных кирпичей	2011	2212
<b>2</b>	<b>Производство цемента (тыс. т)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, тысяч тонн, в т. ч.:	40998	45615
	Центральный федеральный округ	13958,6	14887,1
	Северо-Западный федеральный округ	2793,9	2902,6
	Южный федеральный округ	6612,7	7599,2
	Приволжский федеральный округ	8342,8	9359,2
	Уральский федеральный округ	3748,8	5027,0
	Сибирский федеральный округ	4327,9	4566,6
	Дальневосточный федеральный округ	1213,4	1273,3
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	9,8	10,1
	Стоимость изделия, руб./т	868	998
<b>3</b>	<b>Выплавка стали (тыс. т)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, тысяч тонн, в т. ч.:	62839	65646
	Центральный федеральный округ	11687	12108
	Северо-Западный федеральный округ	10361	10924
	Южный федеральный округ	1664	2176
	Приволжский федеральный округ	5440	5870
	Уральский федеральный округ	24443	25327
	Сибирский федеральный округ	8760	8604
	Дальневосточный федеральный округ	484	638
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	22,0	28,0
	Стоимость изделия (сталь сортовая холоднокатаная) руб./т	11996	13195
<b>4</b>	<b>Производство строительного кирпича (млн. условных кирпичей)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, млн. условных кирпичей, в т. ч.:	11010	11384
	Центральный федеральный округ	3333	3523
	Северо-Западный федеральный округ	743	789
	Южный федеральный округ	1719	1730
	Приволжский федеральный округ	3367	3484

№ вари- анта	Наименование продукции, производство по регионам Российской Федерации	2017	2018
	Уральский федеральный округ	822	833
	Сибирский федеральный округ	872	878
	Дальневосточный федеральный округ	154	147
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	9,4	9,7
	Стоимость изделия, руб./тыс. условных кирпичей	2029	2272
<b>5</b>	<b>Производство сборных железобетонных конструкций изделий (тыс. куб. м)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, тысяч кубических метров, в т. ч.:	21121	22573
	Центральный федеральный округ	8458,0	879,4
	Северо-Западный федеральный округ	1833,0	2023,6
	Южный федеральный округ	1960,0	2138,1
	Приволжский федеральный округ	3762,2	4526,9
	Уральский федеральный округ	2414,3	2375,0
	Сибирский федеральный округ	2147,7	2342,1
	Дальневосточный федеральный округ	545,4	587,6
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	9,2	9,6
	Стоимость изделия, руб./куб. м.		3041
<b>6</b>	<b>Производство пиломатериалов (тыс. куб. м)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, тысяч кубических метров, в т. ч.:	20200	21200
	Центральный федеральный округ	2217,1	2055,2
	Северо-Западный федеральный округ	5351,1	5764,2
	Южный федеральный округ	214,6	220,5
	Приволжский федеральный округ	3889,5	4125,7
	Уральский федеральный округ	2069,4	1864,7
	Сибирский федеральный округ	5403,2	6037,6
	Дальневосточный федеральный округ	1009,6	1146,1
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	7,0	7,1
	Стоимость изделия, руб./куб. м.	1666	1883
<b>7</b>	<b>Производство металлорежущих станков (шт.)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, тысяч кубических метров, в т. ч.:	5697	5414
	Центральный федеральный округ	1758	1662
	Северо-Западный федеральный округ	85	66
	Южный федеральный округ	677	385
	Приволжский федеральный округ	2663	2807
	Уральский федеральный округ	430	355
	Сибирский федеральный округ	63	139
	Дальневосточный федеральный округ	21	–
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	11,2	11,5
	Стоимость изделия, руб./шт.	242766	291319
<b>8</b>	<b>Производство экскаваторов (шт.)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, шт., в т. ч.:	2900	3500
	Центральный федеральный округ	1698	1993
	Северо-Западный федеральный округ	11	13
	Южный федеральный округ	13	16
	Приволжский федеральный округ	488	743
	Уральский федеральный округ	313	335

№ вари-анта	Наименование продукции, производство по регионам Российской Федерации	2017	2018
	Сибирский федеральный округ	377	
	Дальневосточный федеральный округ	–	–
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	14	14,2
	Стоимость изделия, руб./шт.	1244951	1900000
<b>9</b>	<b>Производство хлопчатобумажных тканей (млн. кв. м)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, млн. кв. м, в т. ч.:	2329	2149
	Центральный федеральный округ	2021	1865
	Северо-Западный федеральный округ	3,2	1,9
	Южный федеральный округ	209,2	203,4
	Приволжский федеральный округ	58,2	51,8
	Уральский федеральный округ	3,1	2,6
	Сибирский федеральный округ	34,6	23,9
	Дальневосточный федеральный округ	–	–
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	1,7	3,0
	Стоимость изделия, руб./кв. м.	22,5	25,6
<b>10</b>	<b>Производство шелковых тканей (млн. кв. м)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, тысяч кубических метров, в т. ч.:	145	139
	Центральный федеральный округ	58,6	57,1
	Северо-Западный федеральный округ	0,3	0,3
	Южный федеральный округ	68,8	56,8
	Приволжский федеральный округ	–	–
	Уральский федеральный округ	–	–
	Сибирский федеральный округ	14,6	21
	Дальневосточный федеральный округ	–	–
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	2,0	3,4
	Стоимость изделия, руб./кв. м	45,5	50
<b>11</b>	<b>Производство бумаги (тыс. т)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, тыс. т, в т. ч.:	3681,6	3903,2
	Центральный федеральный округ	62,7	64,6
	Северо-Западный федеральный округ	2193,9	2376,8
	Южный федеральный округ	11	13
	Приволжский федеральный округ	1321,7	1358,5
	Уральский федеральный округ	46	45,9
	Сибирский федеральный округ	45,9	44,4
	Дальневосточный федеральный округ	0,3	–
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	7,2	7,2
	Стоимость изделия, руб./т	18808	18290
<b>12</b>	<b>Производство клееной фанеры (тыс. куб. м)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, млн. кв. м, в т. ч.:	1978	2246
	Центральный федеральный округ	435	464
	Северо-Западный федеральный округ	734	871
	Южный федеральный округ	2,2	4,6
	Приволжский федеральный округ	244	288
	Уральский федеральный округ	407,5	442
	Сибирский федеральный округ	155,3	176,4
	Дальневосточный федеральный округ	–	–
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	7,0	7,0

№ вари- анта	Наименование продукции, производство по регионам Российской Федерации	2017	2018
	Стоимость изделия, руб./куб. м	7560	8316
<b>13</b>	<b>Производство готового проката черных металлов (тыс. т)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, тыс. т, в т. ч.:	50673	53701
	Центральный федеральный округ	10519	10912
	Северо-Западный федеральный округ	9081	9571
	Южный федеральный округ	327	467
	Приволжский федеральный округ	4033	4656
	Уральский федеральный округ	18764	20267
	Сибирский федеральный округ	7494	7216
	Дальневосточный федеральный округ	455	614
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	21,8	36,2
	Стоимость изделия, руб./т	9863	13808
<b>14</b>	<b>Производство синтетических смол и пластиковых масс (тыс. т)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, тыс. т, в т. ч.:	3118	3304
	Центральный федеральный округ	486	500
	Северо-Западный федеральный округ	92,4	105
	Южный федеральный округ	157,6	170
	Приволжский федеральный округ	1175,5	1210
	Уральский федеральный округ	730,9	823
	Сибирский федеральный округ	475,6	496
	Дальневосточный федеральный округ	–	–
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	9,0	10,5
	Стоимость изделия, руб./т	4328	4761
<b>15</b>	<b>Производство лакокрасочных материалов (тыс. т)</b>		
	Объем производства продукции в РФ, тыс. т, в т. ч.:	597	698
	Центральный федеральный округ	93	106
	Северо-Западный федеральный округ	18	22
	Южный федеральный округ	30	36
	Приволжский федеральный округ	225	256
	Уральский федеральный округ	140	174
	Сибирский федеральный округ	91	104
	Дальневосточный федеральный округ	–	–
	Уровень рентабельности проданных товаров, %	9,5	12,2
	Стоимость изделия, руб./т	18368	21123