

Вход, выход и формирование рынков

Концепции современной теории
отраслевых рынков

Издержки входа

- Возникновение новых фирм на рынке требуют дополнительных затрат. Эти затраты являются издержками входа.
- Издержки входа затрудняют мгновенный переход фирм из отрасли в отрасль, они **препятствуют изменению структуры рынка.**
- Издержки входа:
 - ✓ высокие первоначальные издержки возникновения фирмы,
 - ✓ положительная отдача от масштаба у существующих в отрасли фирм,
 - ✓ административные препятствия (лицензии, патенты, сертификаты),
 - ✓ дифференциация продукции,
 - ✓ вертикальные связи фирм,
 - ✓ высокие затраты на рекламу.

Классификация издержек входа

- Издержки входа, независимые от поведения фирм – *экзогенные издержки*
- Издержки входа, зависимые от поведения фирм – *эндогенные издержки*

Классификация рынков (по Дж. Бейну)

- Блокированные вход
- Удерживаемый вход
- Предоставляемый вход
- Свободный вход

Экономия от масштаба

- Чем больше объем выпуска, тем меньше средние издержки - положительная отдача от масштаба
- Причины:
 1. (Квази)постоянные издержки
 2. Обучение «делом»
 3. Сетевой эффект

Экономия от масштаба как барьер входа на рынок

- Поглощенные (квази) постоянные издержки – невозможно окупить мгновенно
- Не поглощенные (восполнимые) (квази) постоянные издержки – окупаются мгновенно

Экономия от масштаба служит барьером входа на рынок только при наличии поглощенных издержек

Модель «состязательных» рынков

- Предпосылки модели:
 1. Отсутствуют поглощенные издержки
 2. Экономия от масштаба
- $C(q) = F + cq$, если $q > 0$; $C(q) = 0$, если $q = 0$
- Предположение: рынок постоянен только для одной фирмы и при условии получения нулевой прибыли
 - Если 2 фирмы: $P(q_1+q_2) > C(q_1+q_2) + 2F$, то есть $\pi = 2F$ – всегда возможен вход. Рынок не устойчив
 - Если одна фирма поднимет цены выше средних издержек – другая войдет обязательно, захватит рынок и уйдет

СТИМУЛЫ К ВХОДУ

- Ожидаемая прибыль
- Конкуренция в отрасли до входа
- Ожидаемая конкуренция в отрасли после входа

Сдерживание входа

- Стратегические решения укоренившейся фирмы, направленные на сдерживание входа новичка:
 1. Расширение производственных мощностей
 2. Расширение выпуска
 3. Долгосрочные контракты

Модель Спенса - Диксита

1. Предпосылки модели:

- Фирма укоренившаяся – знает рынок, издержки
- Спрос постоянный $P=1-K$
- K – мощности фирмы, которые равны ее выпуску
- Продукт однородный
- Отдача от масштаба – постоянная, экономии нет
 $MC=AC=c$
- Вход требует издержек F
- Издержки поглощенные
- Фирма – новичок, идентичная укоренившейся, хочет войти на рынок

Модель Спенса - Диксита

- Укоренившаяся фирма выбирает мощности K_1 так, чтобы фирма – новичок не получила положительной прибыли после входа

$$P = 1 - K_1 - K_2$$
$$\Pi_2 = (1 - K_1 - K_2)K_2 - F < 0$$

При оптимизации прибыли новичка получаем: $K_2 < 1/2 (1 - K_1)$

$$\Pi_2 = (1 - K_1 - 1/2 (1 - K_1))$$
$$1/2 (1 - K_1)$$
$$- F < 0$$

Для ограничения выпуска новичка мощности укоренившейся фирмы должны быть не меньше, чем:

$$1 - K_1 < 2 F^{1/2}$$

При подстановке в функцию прибыли укоренившейся фирмы, получаем ограничения на величину издержек входа:

$$F < 1/4$$

$$K_1 > 1/2$$

Модель Спенса – Диксита

Выводы

- Укоренившаяся фирма должна поддерживать мощности на монопольном уровне
- Не обязательно превышать данное ограничение, не обязательно держать избыточные мощности
- После входа новичок не сможет получить положительную прибыль
- Стратегическое взаимодействие с потенциальным конкурентом разворачивается по модели лидера Штакльберга
- Главную роль играют ограничения на издержки входа и доверие новичка к обязательствам укоренившейся фирмы.

Альтернативные стратегии сдерживания входа

- Опережение инвестирования во времени
- Качество обслуживания
- Дифференциация продукции
- Реклама и бренды
- Долгосрочные контракты

Сигналы об издержках как стратегия сдерживания входа входа

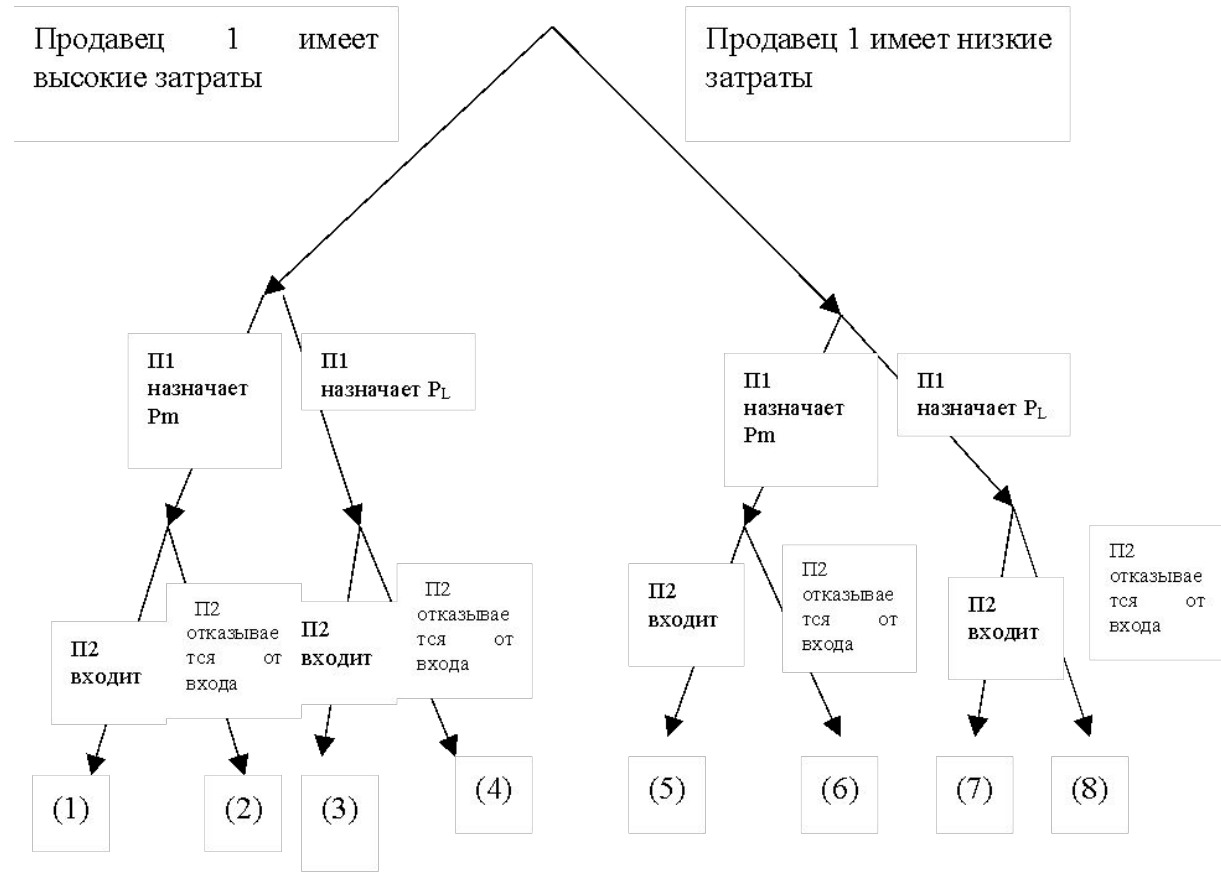
- Модель Мильгрома – Робертса

Если фирма – новичок не знает уровень издержек укоренившейся фирмы, то последняя может предотвратить вход, формируя ценовые сигналы

Модель Мильгрома - Робертса

- Предпосылки модели
 1. Укоренившаяся фирма имеет низкие затраты C_1 или высокие затраты C_2
 2. Новичок не знает уровень затрат укоренившейся фирмы
 3. Новичок имеет высокие затраты
 4. Если новичок войдет на рынок и затраты укоренившейся фирмы C_2 , то она получит прибыль, если C_1 – то получит убытки.
Какова цена, предотвращающая вход новичка?

Модель Мильгрота - Робертса



Выигрыши продавцов:

(1) $(M_1^H(p_m) + \delta D_1^H; \delta D_2^H)$

(2) $(M_1^H(p_m) + \delta M_1^H(p_m); 0)$

(3) $(M_1^H(p_L) + \delta D_1^H; \delta D_2^H)$

(4) $(M_1^H(p_L) + \delta M_1^H(p_m); 0)$

(5) $(M_1^L(p_m) + \delta D_1^L; \delta D_2^L)$

(6) $(M_1^L(p_m) + \delta M_1^L(p_m); 0)$

(7) $(M_1^L(p_L) + \delta D_1^L; \delta D_2^L)$

(8) $(M_1^L(p_L) + \delta M_1^L(p_m); 0)$

Модель Мильгрома - Робертса

- Выводы из модели
 1. Разделяющее равновесие означает сохранение структуры рынка, которая была бы в случае полной информации. Цены позволяют покупателям увеличить выигрыш в первом периоде
 2. В случае высоких издержек вход предоставляется, в случае низких предотвращается.
 3. В любом случае: разделяющее равновесие приносит выгоду обществу. Если вход предотвращается, то это позволяет воспользоваться преимуществами в издержках.

Принуждение к выходу из отрасли

- Хищничество – назначение фирмой низкой цены для вытеснения конкурентов с рынка. Цена, назначенная хищником, приносит убытки ему и конкурентам.
- Цель хищничества:
 1. Слияние
 2. Вытеснение:
 - Демонстрация финансовых преимуществ (толстый кошелек)
 - Бескомпромиссность конкуренции
 - Захват растущих рынков (использование сетевого эффекта)

Принуждение к выходу из отрасли

- Хищничество – назначение фирмой низкой цены для вытеснения конкурентов с рынка. Цена, назначенная хищником, приносит убытки ему и конкурентам.
- Цель хищничества:
 1. Слияние
 2. Вытеснение:
 - Демонстрация финансовых преимуществ (толстый кошелек)
 - Бескомпромиссность конкуренции
 - Захват растущих рынков (использование сетевого эффекта)

Выводы по всей теме

- Если поглощенные издержки входа высоки, то укоренившаяся фирма может вести себя как монополист. Вход блокирован.
- Если издержки входа низкие – возникает потенциальная конкуренция. Структура рынка до входа значения не имеет. Укоренившаяся фирма должна ориентироваться на возможности новичка.
- Если издержки –средние, вход можно предотвратить
- Предотвратить вход можно за счет создания мощностей, расширения производства, долгосрочных контрактов, использования асимметрии информации
- Вытеснение конкурента с рынка возможно за счет: финансовых преимуществ, низких издержек, бескомпромиссности поведения.
- Хищническое поведение может быть направлено на слияние.