



Идентификация отраслевого рынка. Типы рыночной структуры.

Лекция 2, 3, 4

Определение единичного рынка

2 товара (услуги) могут одинаково использоваться для удовлетворения одной и той же потребности

+

коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене имеет высокое значение

услуги могут быть отнесены к одному *единичному* рынку

“Правило 5 %”

Если при небольшом (5 %-ом) увеличении цены товара A прибыль компании растет, рынок ограничен предложением только товара A и оказывающая их компания является **монополистом.**

Определение ценовой перекрестной эластичности спроса

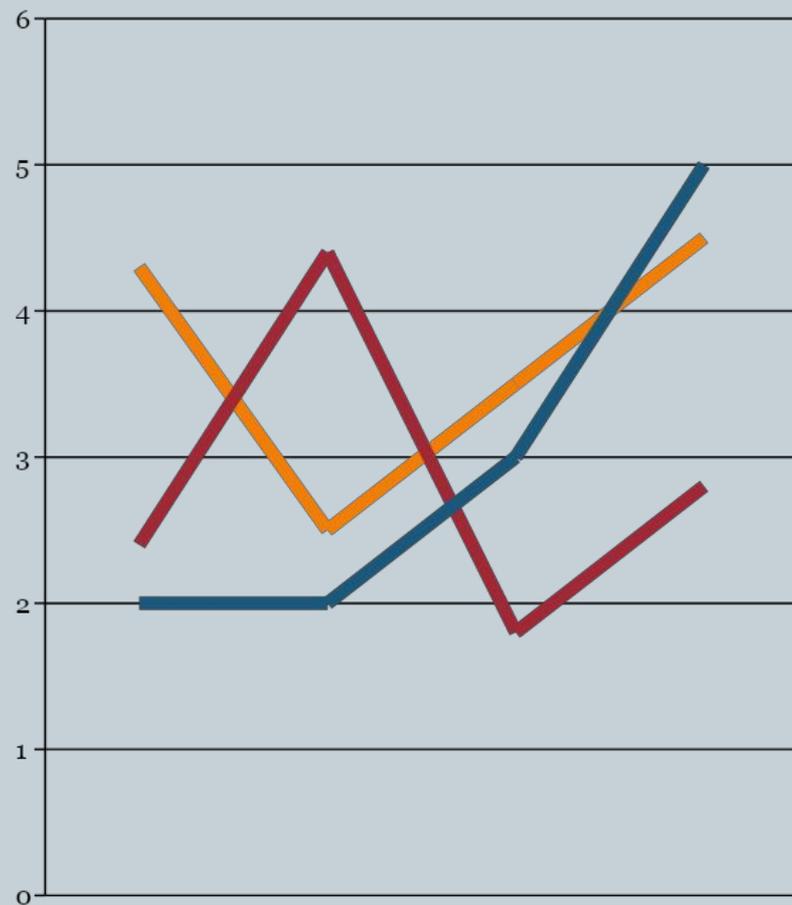
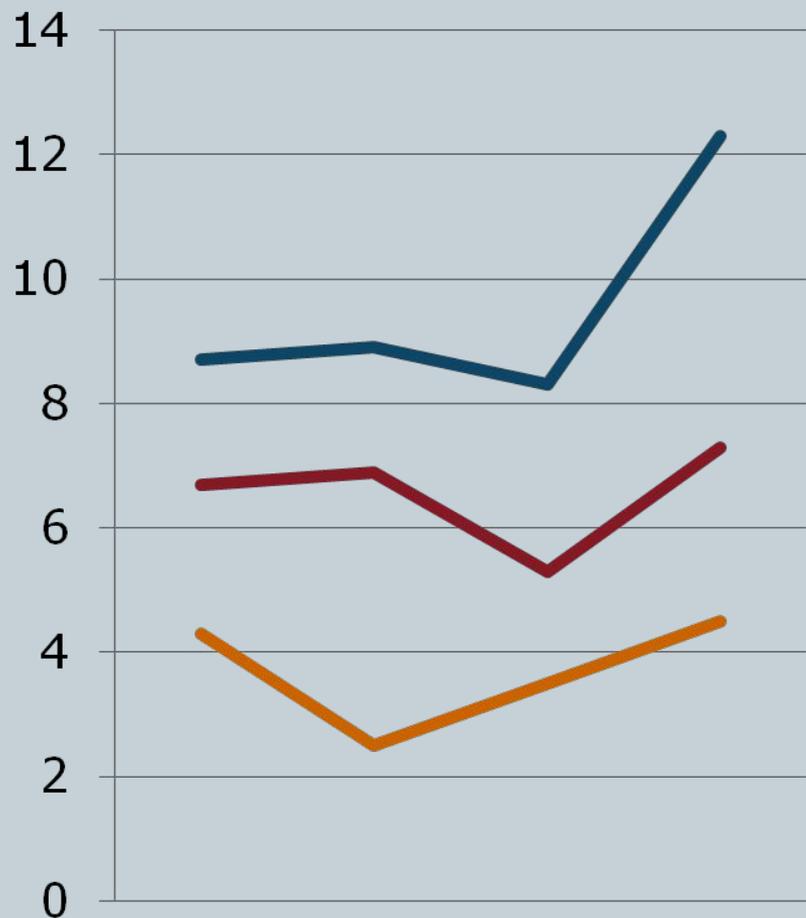
$$E_{Q_1}^{P_2} = \frac{\Delta Q_1}{Q_1} : \frac{\Delta P_2}{P_2}$$

$E_{Q_1}^{P_2} > 0$ товары *взаимозаменяемые (субституты)*

$E_{Q_1}^{P_2} < 0$ товары *взаимодополняемые*

$E_{Q_1}^{P_2} = 0$ товары *независимые*

Графики корреляции цен товаров во времени



Классификация рынков

Классификационные признаки

Объекты сделок

- Товарные
- Факторов производства
- Финансовые
- Недвижимост и и др.

Усл-я функц-я

- Открытые, закрытые
- Стихийные, организованные
- Продавца, покупателя

Ст. локализации и сделок

- Локальный
- Региональный
- Национальный
- Международный
- Глобальный

Уровень стандартизации товаров

- Однородных товаров,
- Дифференцированных товаров

Тип взаимодействия фирм

- Конкурентный
- Неконкурентный

Рынки

**Различаются по
типу удовл.
потребности**

Отрасли

**Различаются по
типу ресурсов и
технологий**

Отраслевой рынок

**Реализующих
взаимозаменяем
ые услуги**

**Совокупность
продавцов**

**Конкурирующих
в сфере реал-ии**

**Транспо
ртные
услуги**

Ж/д перевозка

Ж/д

Автобусная перевозка

Ам/т

Воздушная перевозка

Авиатр-т

Типы границ отраслевого рынка

Временные

**Период
потребления**

Продуктовые

**Взаимозаменя-
емость
продуктов**

Локальные

**1. Интенсивность
конкуренции
2. Наличие входных
барьеров**

Определение продуктовых границ отраслевого рынка

**На основе
взаимосвязи между
продуктами**

**Перекрестная
эластичность спроса**

**На основе анализа
изм-й цен и
выручки**

**Изменение
выручки**

**Корреляция цен
во времени**

Значения перекрестной ценовой эластичности для ряда товаров

Товар	E_{Q}^P
Минеральная вода	0,01
Газированная минеральная вода	0,1
Лимонад	0,2
Холодный чай в пластиковой бутылке	0,25
Яблочный сок	5,3
Апельсиновый сок	6,2
Ананасовый сок	6,7
Вишневый сок в металлической банке	6,7

Структура отраслевого рынка

Структурные параметры

Концентрация рынка

Тип продукта

Доступ к информации

Отраслевые барьеры

Тип поведения фирм

Базовые характеристики

Число фирм, действующих на отраслевом рынке

Наличие рыночной власти

Размер фирмы на отраслевом рынке

Типология рынков на основе численности участников

Продавцы	Покупатели		
	много	несколько	один
много	Двухсторонняя полиполия	Олигопсония	Монопсония
несколько	Олигополия	Двухсторонняя олигополия	Монопсония, ограниченная олигополией
один	Монополия	Монополия, ограниченная олигопсонией	Двухсторонняя монополия

Типология рынков на основе численности продавцов и типа продукта

Тип продукта	Количество продавцов		
	один	несколько	много
Однородные продукты	Чистая монополия	Гомогенная олигополия	Чистая конкуренция
Дифференцированные продукты	Чистая многопродуктовая монополия	Олигополия с дифференциацией продукции	Монополистическая конкуренция

Рыночная структура – структура, отвечающая следующим критериям:

- **Число продавцов и покупателей**
- **Размер продавцов и покупателей**
- **Степень однородности продукта**
- **Наличие и величина барьеров входа**
- **Воздействие продавцов и покупателей на рыночную цену**

Типология отраслевых рынков

**Число
продавцов**

**Число
покупа-
телей**

**Тип
продукта**

**Отрас-
левые
барьеры**

**Тип
поведения
на рынке**

Тип рыночной структуры

**Совер-
шенная
конку-
ренция**

**Монополи-
стическая
конкурен-
ция**

**Олиго-
полия**

**Абсолют-
ная
моно-
полия**

**Моноп-
сония**

Рыночная доля для достижения МЭВ, %

Отрасль	Рыночная доля, %
Пивоварение	3,5
Нефтепереработка	25,4
Производство обуви	6,5
Производство автомобилей	35,4
Производство холодильников	15,7

Индекс Аттона

$$U = 2 \cdot \sum_{j=1}^N j \cdot s_j - 1$$

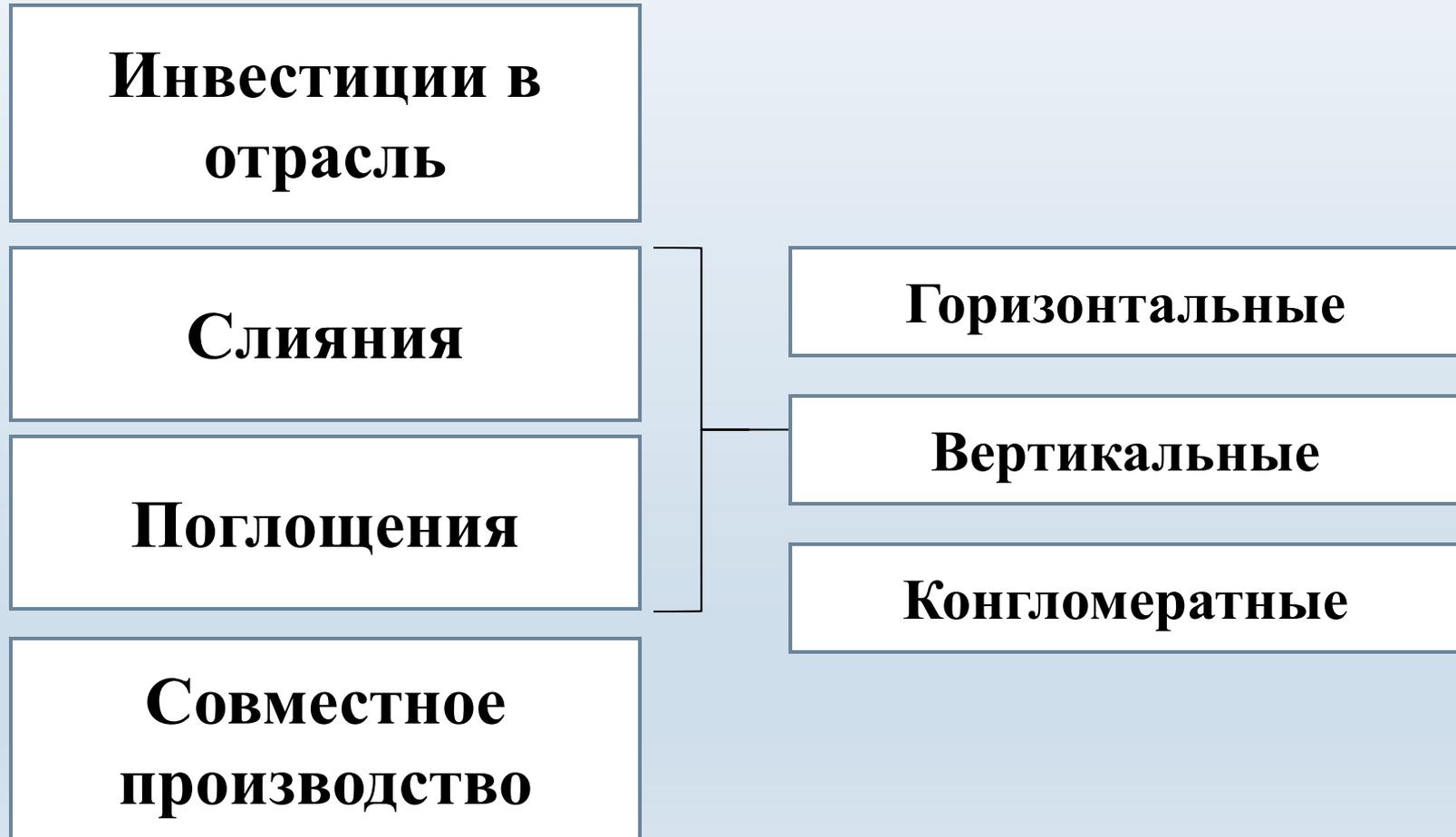
Отрасль	Число фирм	Индекс Аттона
Пищевая промышленность	31	3,46
Металлургия	10	5,87
Легкая промышленность	6	3,34
Машиностроение	31	3,52
Нефтепереработка и нефтехимия	18	9,12
Станкостроение	3	1,69

**Степень диверсификации крупнейших компаний
Великобритании**

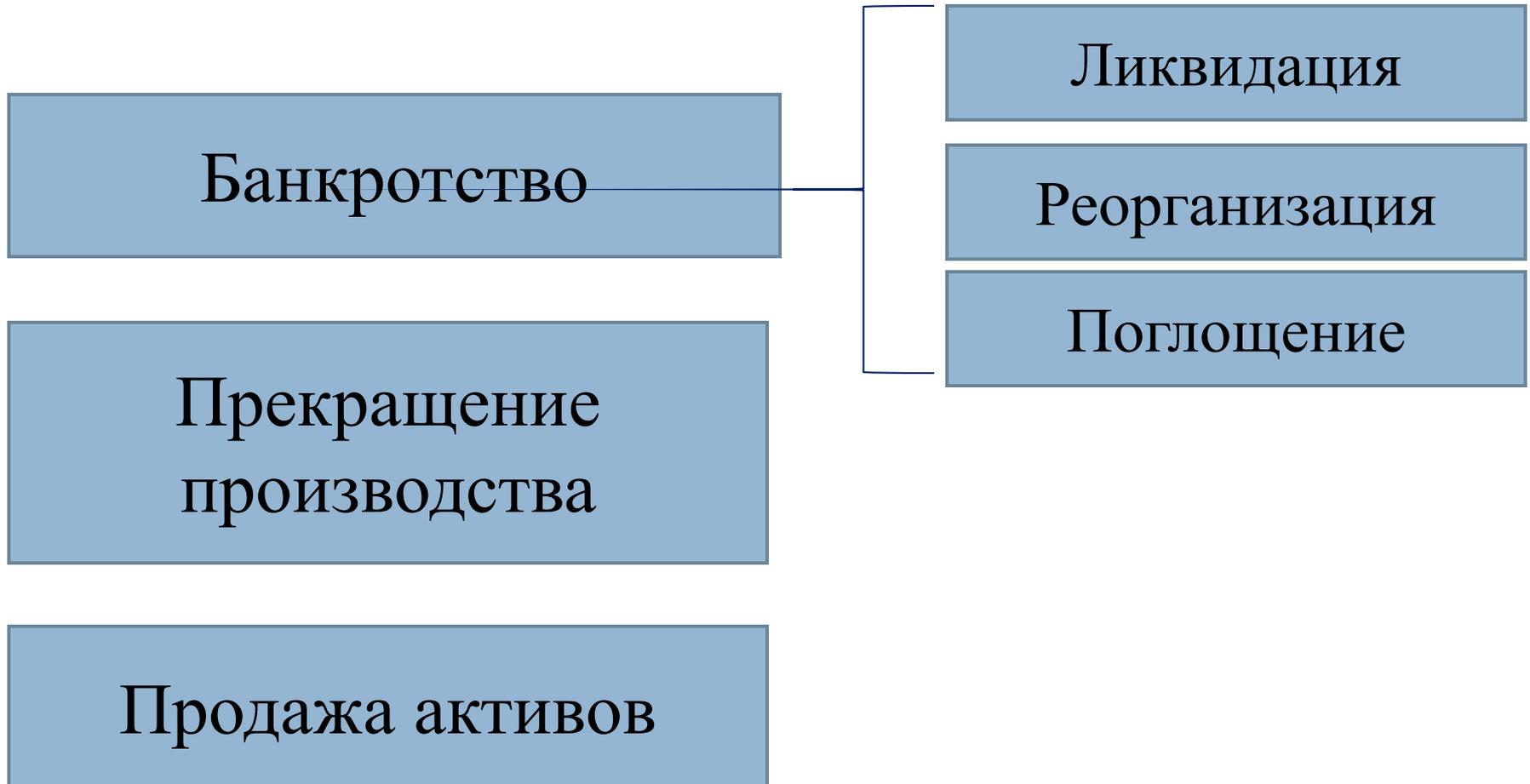
Отрасль	Число новых брендов (1977-1978)
Безалкогольные напитки	70
Корма для животных	39
Конфеты	27
Консервированные фрукты	26

Продуктовая дифференциация , США

Способы входа на рынок



Способы выхода с рынка



Барьеры входа-выхода

По силе воздействия

Легкий вход

Слабо
затрудненный
вход

Сильно
затрудненный
вход

Блокированный
вход

По характеру и содержанию

Нестратегические

Администра-
тивные

Экономичес-
кие

Гражданские

Стратегические

Ценовые

Неценовые

Стратегические барьеры

Нестратегические барьеры

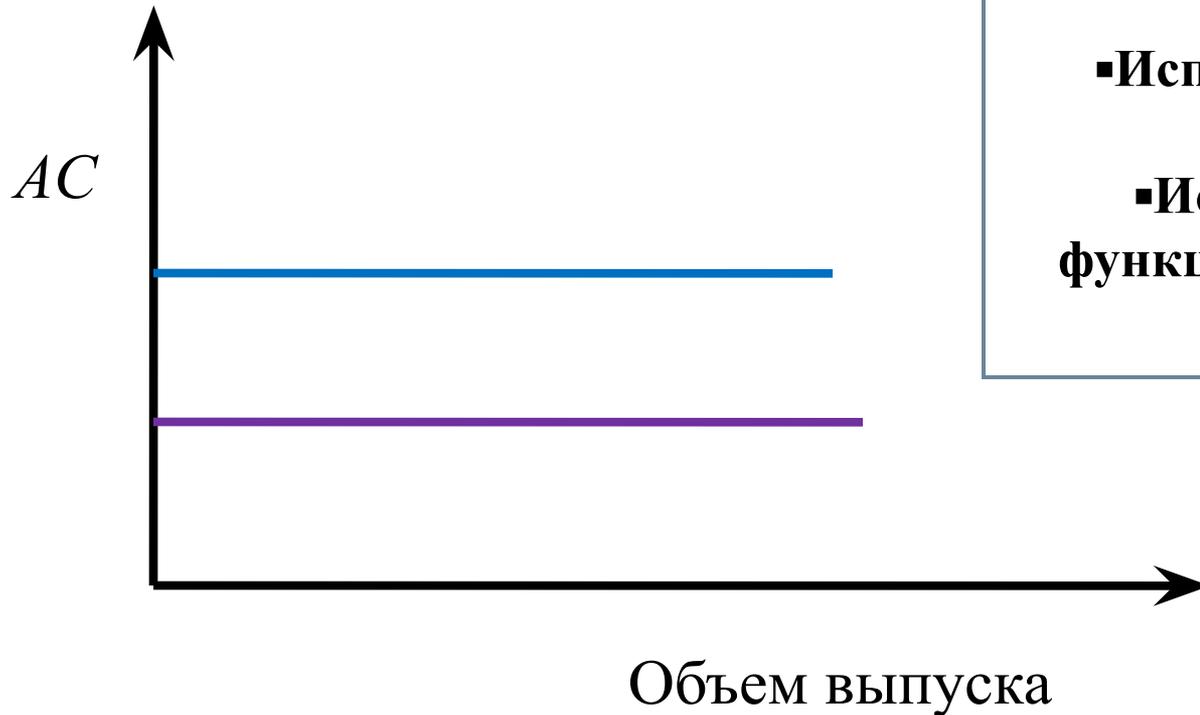
- Ценообразование
- Дополнительные инвестиции в оборудование
- Продуктовая дифференциация
- Долгосрочные соглашения с поставщиками и потребителями и др.

- Емкость рынка
- Объем первоначальных инвестиций
- Административные барьеры
- Криминальные барьеры
- Относительные и абсолютные преимущества в издержках и др.

Процентные ставки по кредитам (в год)

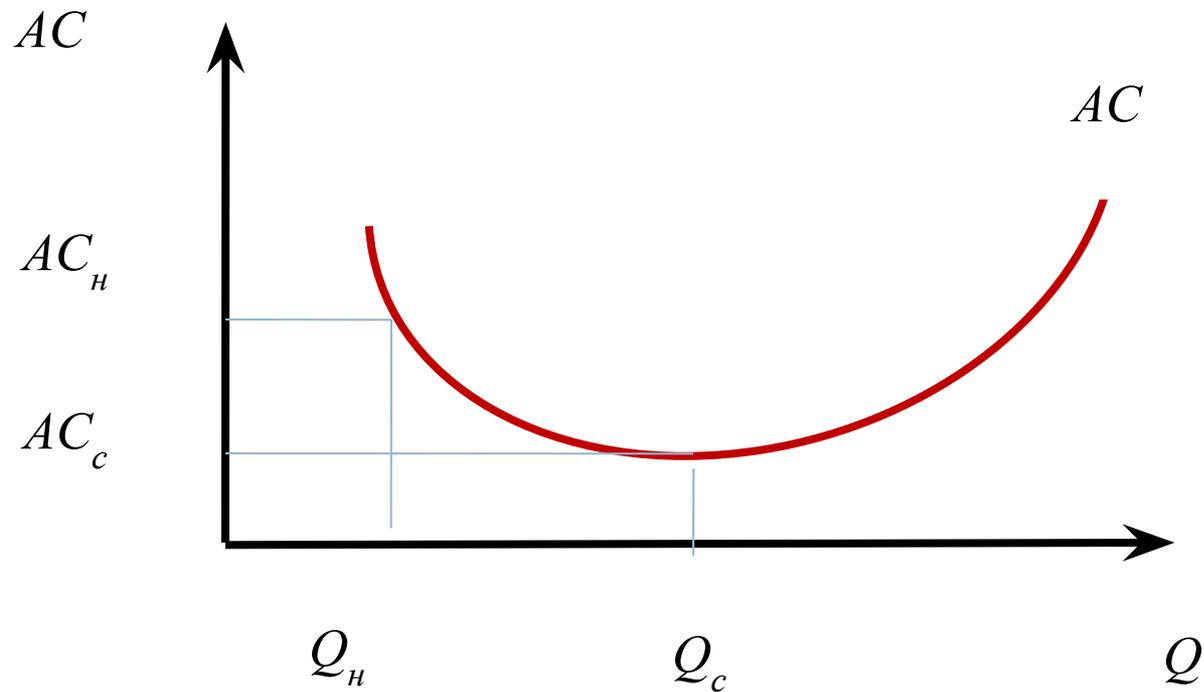
Страна	Ставка, %
Великобритания	5,92
США	6,00
Япония	4,41
Канада	5,94
Франция	6,68
Германия	5,3
Россия, 1995 г.	97
Россия, 1996 г.	57
Россия, 1997 г.	25
Россия, 2008 г.	15

Абсолютные преимущества в издержках



- Доступ к более дешевым или более качественным источникам сырья
- Доступ к специфическим ресурсам
- Использование прошлых инноваций
- Использование опыта функционирования в отрасли (*learning-by-doing*)

Относительные преимущества в издержках



Административные барьеры

- ❑ Лицензирование деятельности
- ❑ Порядок регистрации предприятий
- ❑ Квотирование производства и экспорта/импорта
- ❑ Процедура отвода земельных участков и сдачи в аренду служебных помещений
- ❑ Экологические нормы деятельности
- ❑ Ограничения на использование земли и др. природных ресурсов и т.д.

Виды дифференциации

Дифференциация

```
graph TD; A[Дифференциация] --> B[Вертикальная]; A --> C[Горизонтальная]; B --> D[Различие в качестве]; C --> E[Характеристика А]; C --> F[Характеристика В]; E --- G[Возрастает]; F --- H[Убывает];
```

Вертикальная

Горизонтальная

Различие в качестве

Характеристика А *Возрастает*

Характеристика В

Убывает

Доля предприятий с избыточными производственными мощностями

Год	1993	1994	1995	1996
Доля предприятий, %	37	45	52	59

Коэффициент использования производственной мощности

Год	1991	1992	1993	1994	1995
КИП, %	75	66	58	48	51

Уровень расходов на рекламу в развитых странах

Страна	Расходы на рекламу, % от ВВП
Дания	1,57
Германия	0,83
Великобритания	1,16
США	1,39
Япония	0,88
Франция	0,76

Оценка частоты использования стратегий предотвращения входа на рынок (294 европ. фирмы), %

Вид стратегии	Часто		Время от времени		Никогда	
	1	2	1	2	1	2
«1» - нов., «2» - стар.	1	2	1	2	1	2
Избыточные мощности	32	21	20	49	36	30
Реклама	62	52	16	41	5	7
Расходы на НИОКР	56	31	15	46	17	23
Дифференциация товара		57		37		6
Лимитирующее ценообразование	6	22	17	53	44	25

Показатели концентрации

Прямые

**Индекс Бейна, индекс
Тобина и др.**

*(отражают степень
влияния фирмы на рынок)*

Косвенные

**Инд. Херфиндаля-Хирш-
мана, коэф-т Джини**

*(характеризуют рыночную
ситуацию)*

Определение индекса концентрации

$$CR_k = \sum_{i=1}^k y_i, k \leq N$$

N – число компаний в отрасли

$Y_i = q_i/Q$ – доля производства i -й компании в общем объеме выпуска отрасли, %

Формула расчета индекса Херфиндаля-Хиршмана

$$I_{HH} = \sum_{i=1}^N D_i^2$$

N – число компаний в отрасли

$D_i = q_i/Q$ – доля рынка i -го предприятия от общего объема предложения рынка, %

Определение уровня концентрации по 2-м показателям

Уровень концентрации	Низкий	Средний	Высокий
CR_3	<45%	46%-70%	71%-100%
I_{HH}	<1000	1000-2000	2001-10000

Данные по отраслям американской промышленности

Отрасль	CR4	НИИ
Автомобильная промышленность	83	2676
Производство цемента	35	472
Игры и игрушки	44	612
Мороженое	24	293
Металлопрокат	70	1905
Мебель	20	162

Индекс ННІ и американская антитрестовская политика

Коэффициент Джини [0;1]

$$G = \frac{1}{N} \cdot \sum_{i=1}^N (N - 2i + 1) S_i$$

N – число фирм на анализируемом рынке

S_i – доля i -й фирмы в общем объеме продаж отрасли

Чем ближе к 1, тем неравномернее
распределены значения

Индекс Бэйна

$$r = \frac{\Pi}{СК}$$

Π – прибыль предприятия

$СК$ – собственный капитал

Индекс Бэйна для ряда отраслей экономики США

Отрасль	<i>r, %</i>
В целом для экономики США	11
Автомобильная промышленность	29
Пищевая промышленность	10
Химическая промышленность	13

Индекс Тобина

$$q = \frac{A}{A_e}$$

A – рыночная стоимость активов

A_e – восстановительная (внутренняя) стоимость активов

Факторы дифференциации

- **Местоположение производителя в удобном для клиента месте.**
- **Характеристика качества продукта.**
- **Уровень обслуживания клиента в процессе покупки и послепродажный сервис.**
- **Имидж производителя.**

Индекс диверсификации (энтропии)

$$d = \frac{1}{\sum_{i=1}^N z_i^2}$$