



Барьеры для входа на рынок

*Выполнила: студент 2 курса ВШКУ Колобкова
Дарья*

Определен

В экономике и большинстве теорий посвященных конкуренции,

- **барьеры входа** — это препятствия, которые должна преодолеть компания, осуществляя вход на определенный рынок;
- **барьеры входа** являются источником ценовой власти компании — возможности компании поднимать цену не теряя при этом потребителей;
- термин **барьеры входа** также применяется к физическим лицам, которые намерены начать определенную профессиональную или предпринимательскую деятельность. **Барьеры входа** препятствуют конкуренции в отрасли.



Классификация отраслей в зависимости от

Отрасли со свободным входом.

Здесь наблюдается полная мобильность ресурсов. Капитал свободно перетекает между отраслями. Цена равновесия устанавливается на уровне предельных издержек.

Отрасли с неэффективными барьерами.

Барьеры могут существовать, но они носят по преимуществу краткосрочный характер. В долгосрочном периоде фирмы могут войти в отрасль.

Отрасль с эффективными барьерами.

В данном случае наблюдается замедленный вход фирм. Барьеры существуют, но в долгосрочном периоде какая-то часть фирм все-таки может просочиться в отрасль.

Отрасли с блокированным входом.

Здесь наблюдаются существенные барьеры как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде. Новые фирмы не могут войти на рынок. Число фирм остается стабильным все время.

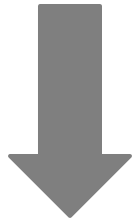


Классификация барьеров

ВХОДА

Стратегически

е



Ценовы
е



Неценовые:

- дополнительные инвестиции в оборудование;
- дифференциация товара.

Нестратегически

е

(объективные)



Структурные:

- абсолютное преимущество в издержках;
- экономия на масштабе;
- высокий уровень капитальных затрат, необходимых для эффективного входа на рынок;
- дифференциация товара.



Конъюнктурные:

- насыщенность рынка товарами;
- низкая платежеспособность покупателей (барьер спроса);
- сужение географических границ рынка;
- расширение международных границ.

Структурные барьеры



- Экономические и организационные ограничения
- Барьеры, связанные с эффектом масштаба
- Неразвитость рыночной инфраструктуры
- Барьеры, основанные на абсолютном превосходстве в уровне затрат
- Экологические ограничения
- Ограничения по спросу
- Барьеры капитальных затрат или объемы первоначальных инвестиций, необходимых для входа на товарный рынок
- Административные ограничения
- Стратегия поведения действующих на рынке хозяйствующих субъектов
- **Влияние вертикального объединения действующих на рынке субъектов**



Вертикальные объединения

- Выявляется степень использования продавцами, объединенными в вертикальные структуры, всех преимуществ внутрикорпоративных связей и воздействие этих отношений на конкурентов, не входящих в эти вертикальные структуры.



Вертикальная интеграция

Вертикальная интеграция предполагает, что фирма, действующая на данном рынке, является также собственником:

- либо ранних стадий производственного процесса (интеграция первого типа, интеграция ресурсов);
- либо поздних стадий (интеграция второго типа, интеграция конечного продукта).



Пример вертикальной интеграции

□ Примером вертикальной интеграции первого типа может служить фирма по производству автомобилей, владеющая сталелитейным заводом, который обслуживает ее потребности в стали.



□ Примером вертикальной интеграции второго типа может служить нефтеперерабатывающий завод, который владеет сетью бензоколонок.



Вертикальная интеграция

Рыночная власть,
которой обладает
фирма, исходя
только из объёма
своих продаж на
данном рынке

Рыночная власть,
предоставляемая
вертикальной
интеграцией

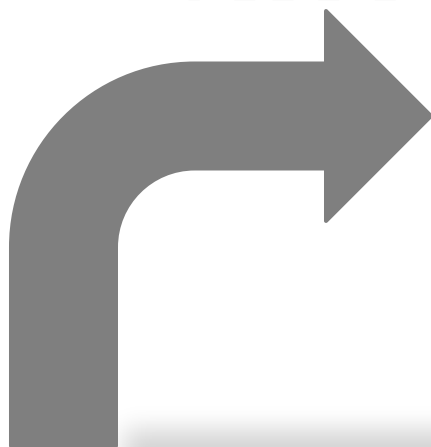
преобладает!!!



Вертикальная

интеграция

Если из-за вертикального объединения новый участник не смог получить необходимых входных ресурсов или рекламировать свой выходной продукт без одновременного вступления на выше- или нижестоящий рынки и если такое дополнительное вступление представляется для него трудным, то препятствия для проникновения увеличиваются.

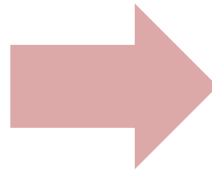


барьер



Важное последствие интеграции

Если одна из фирм, действующих на рынке, является крупнейшим собственником факторов производства или контролирует сбыт конечной продукции, располагая самой широкой дистрибьюторской сетью,



новым фирмам, особенно если они не интегрированы, труднее получить доступ на этот рынок

Если же потенциальный конкурент для успешного входа на рынок сам должен проводить политику вертикальной интеграции,



он сталкивается с проблемой привлечения финансовых ресурсов.



Плюсы и минусы вертикальной интеграции

Плюсы:

- вертикальная интеграция позволяет снижать транзакционные издержки;
- увеличение прибыли фирм за счет решения проблемы “двойной надбавки” или “двойной маржинализации”;



Минусы:

- разделение труда повышает его производительность;
- усложнение процесса управления вместе с увеличением масштаба фирмы, следовательно, с ростом издержек на управление;
- слияние и/или поглощение - форма вертикальной интеграции - сопряжены со значительным объемом расходов (как явных, так и неявных) на совершение такого рода сделки;
- создаваемые барьеры входа на рынок и монопольная власть фирм-продавцов.



**Спасибо
за
внимание
!**

