

# Теория отраслевых рынков(ТОР)

Юсупова Альмира Талгатовна  
Кафедра Менеджмента  
[yusupova@ieie.nsc.ru](mailto:yusupova@ieie.nsc.ru)



*Поздравляю Вас с началом осени и нового учебного года!  
Желаю успехов!*

# Преподаватели:



Ирина Сергеевна Швец

Альмира Талгатовна Юсупова –  
группа 12709



# Область интересов:

- - инвестиционная и финансовая стратегия фирмы;
- - финансирование долгосрочных активов, лизинг;
- - структуры формирующихся российских рынков; партнерские взаимодействия фирм;
- - инновационное предпринимательство, инновационная активность на российских рынках;

# Общая информация по курсу

- Лекции – каждую неделю, семинары – через неделю;
- Семестровое задание;
- Итог – письменный экзамен;
- Система Эконом на сайте факультета

<http://pub.econom.nsu.ru/econom/>

УИС

# Система оценивания

**100 баллов**

Семинарские занятия –

**50 баллов, из них:**

5 баллов – обязательное домашнее задание

10 баллов – семестровое задание

5 баллов – бонус

30 баллов – другие виды контроля

Лекции

**50 баллов:**

30 баллов – экзамен

20 баллов – промежуточный контроль  
(10 + ....)

## Источники:

1. Ф.М. Шерер, Д.Росс Структура отраслевых рынков. - Москва. Университетский учебник. 1997.
2. П.Милгром, Д.Робертс Экономика, организация и менеджмент. 2 т – С-Пб. «Экономическая школа»1999
3. Хэй, Моррис Теория промышленной организации 2 т – С-Пб. «Экономическая школа»1999
4. **С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова Теория организации отраслевых рынков - Москва, Магистр, 1998**
5. **А .Вурос, Н.Розанова Экономика отраслевых рынков - Москва, Теис 2000**
6. **Н.М. Розанова Экономика отраслевых рынков – М. Юрайт, 2010**
7. Ж.Тироль Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. 2 т. С-Пб. «Экономическая школа» 2000
8. Лекции
9. !!!Периодическая печать

ҚАЗАҚСТАН  
РЕПУБЛИКАСЫ



А. Т. Юсупова



**ТЕОРИЯ  
ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**



# Связь курса с другими дисциплинами:

- Микроэкономика,
- Макроэкономика,
- Экономика общественного сектора,
- Институциональная экономика,
- Государственное регулирование экономики,
- Стратегическое управление,
- Маркетинг,
- Финансовый менеджмент,
- Инвестиционный менеджмент,
- Теория фирмы,
- Теория контракта.

# Лекция 1

## 01.09.2014

- Предмет и задачи курса ТОР;
- История развития ТОР;
- Современное состояние ТОР;
- Основная парадигма ТОР;
- Структура ОР;

# Название курса

- Industrial Organization IO (американский вариант) и Industrial Economics IE (европейский).
- «Структура отраслевых рынков»,  
«Экономическая теория рынков»,  
«Экономика отраслевых рынков»,  
«Теория организации промышленности»,  
«Теория отраслевых рыночных структур»,  
**«Теория отраслевых рынков»**

# Цель курса:

- Знакомство современным состоянием и пониманием Теории отраслевых рынков, ее теоретическими основами и возможностями практического применения основных положений с учетом особенностей формирующихся российских рынков.

# Специфика ТОР

- каким образом фирмы взаимодействуют (конкурируют) друг с другом, и как это отражается на рыночной структуре;
- акцент на связи между стратегиями фирм и характеристиками рынка;

# Предмет ТОР

- Механизм, приводящий общественную производственную деятельность в соответствие с общественными потребностями.
- Рассматривается поведение фирм, но предметная область дисциплины не ограничивается только фирмой, она включает и отрасль как совокупность фирм, и регион как пространственную оставляющую отрасли.

# Где используется ТОР, международная практика:

- анализ слияний и поглощений;
- антитрестовские судебные процессы ;
- регулирование рынков;
- установление цен розничными торговцами;
- организация аукционов;
- входение на новые рынки;

# История возникновения ТОР

- Зарождение – конец 19 века. Оценка роли конкуренции.
- Два направления: эмпирическое и теоретическое.



# Теоретическое направление:

- Конец 19 века – Джевонс
- 1900 – Маршалл, Эджворт
- 1920 – Чамберлин, Хотеллинг, Сраффа, Найт, Кларк
- 1940 – Мэйсон, Бэйн

# Эмпирическое направление:

- Case studies
- 1920 – Берль, Минс,
- 1930 – Аллен, Флоренс
- 1940 – Мэйсон, Бэйн

- Основное внимание - отклонениям рынков от идеализированных условий совершенной конкуренции (причины отклонений: эффект масштаба, трансакционные издержки, стратегическое поведение и др.)

# Теория отраслевых рынков – самостоятельное направление

- 1940е – основная парадигма ТОР
- 1970е
  - «Гарвардская школа» – эмпирическая ветвь
  - «Чикагская школа»
- 1970-1980 – «Новые теории» – проблемы асимметрии информации, неполноты контрактов, некооперативных игр

## **Современное состояние:**

- Монопольный подход
- Эффективный подход;
- Эволюционный подход;

## **Журналы:**

- RAND Journal of Economics
- Journal of Industrial Economics
- International Journal of Industrial Economics
- Journal of Economic Behavior and Organization

# Основная парадигма TOP Structure-Conduct-Performance

- 1930-е годы Эдвард Мэйсон, Джозеф Бэйн (1950 е);
- Связь поведения фирмы и структуры рынка, на котором она действует;

# Основная парадигма TOP Structure-Conduct-Performance

- «Правильная» организация отраслевого рынка
  - эффективное использование ресурсов;
  - инновационная ориентация решений;
  - трудовые ресурсы;
  - равновесное распределение дохода;

Основовологащяе условия

спрос

предложение

Структура рынка

Поведение

Результат





# Основополагающие условия

- **Предложение**

Сырье и материалы

Технологии

Связи производителей

Надежность продукции

Стоимостные характеристики

Нормативно-правовое обеспечение

# Основополагающие условия

- **Спрос**

Эластичность цен

Взаимозаменяемость товаров

Темпы роста

Сезонность и цикличность

Способы приобретения

Маркетинговые особенности

# Структура рынка

- Количество продавцов и покупателей
- Дифференциация продукта
- Барьеры на пути вхождения на отраслевой рынок
- Структура затрат
- Вертикальная интеграция
- Диверсификация

# Поведение на рынке

- Ценовое поведение
- Продуктовая стратегия и реклама
- Исследовательская и инновационная деятельность
- Инвестиционная активность
- Официальная тактика

# Результат

- Эффективность производства и распределения
- Показатели занятости
- Показатели, отражающие инновационное развитие
- Отношения собственности

Основовоплагающие условия

спрос

предложение

Структура рынка

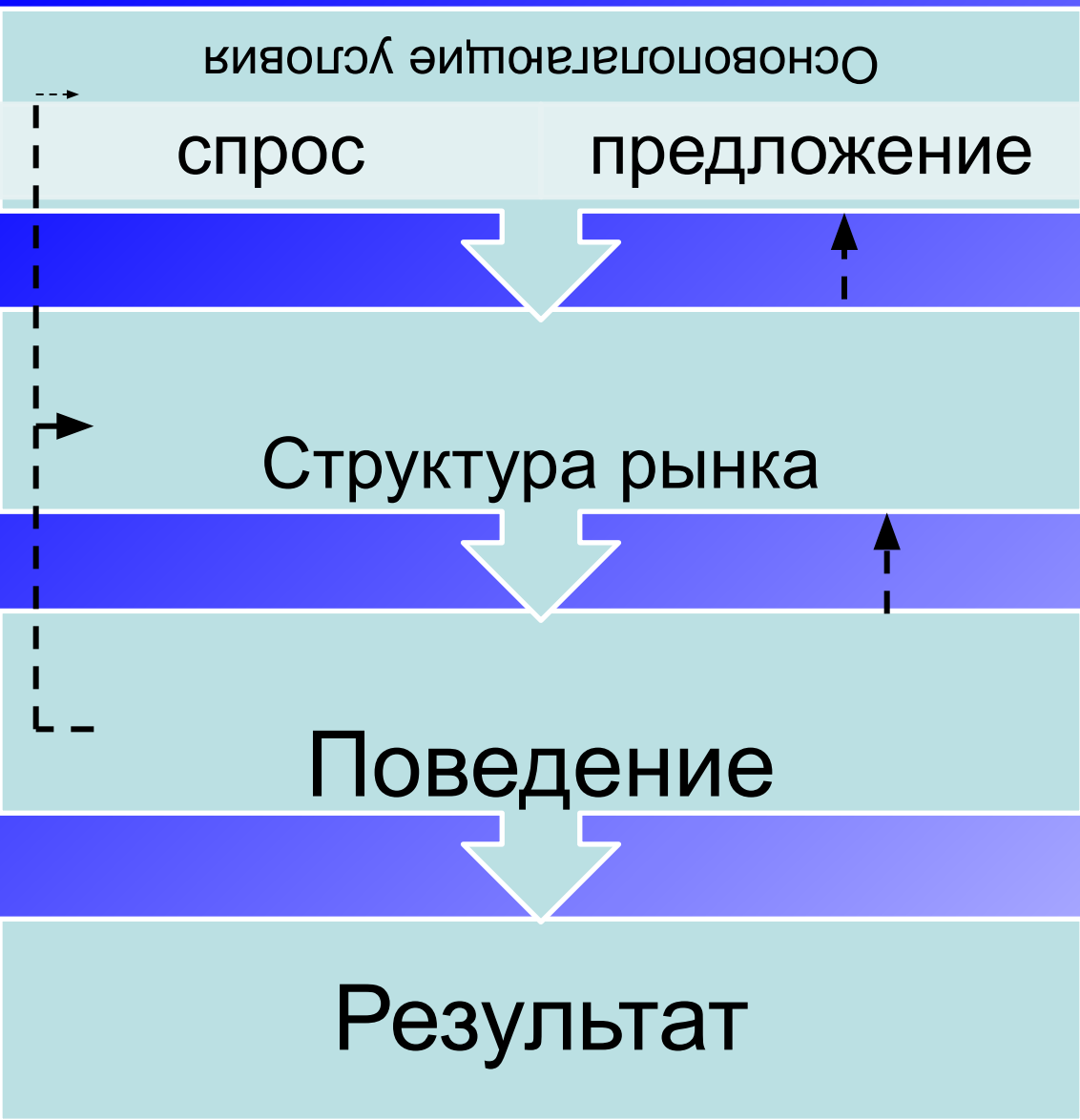
Поведение

Результат

Государственное  
воздействие

# Государственное воздействие

- Налоги и субсидии
- Правила международной торговли
- Хозяйственное законодательство
- Ценовой контроль
- Антимонопольное законодательство
- Информационное обеспечение



Государственное  
воздействие



Что такое отраслевой  
рынок?

# Определения отраслевого рынка

- **Рынок** - это система отношений, соединяющая продавцов и покупателей товара, определяющая механизмы и особенности их взаимодействия;
- **Рынок** – это совокупность покупателей и продавцов, взаимодействующих друг с другом.
- **Рынок** - это механизм передачи прав собственности.

# Границы рынка:

- Продуктовые;
- Временные;
- Географические;

# Отрасль

- **Отрасль** – совокупность предприятий, производящих однотипные продукты, использующих сходные виды сырья и производственные технологии.
- **Подотрасль** – выделяется в рамках конкретной отрасли и объединяет производителей товаров-заменителей.

# Примеры отраслей

- Электроэнергетика;
- Топливная;
- Черная металлургия;
- Цветная металлургия;
- Машиностроение и металлообработка;

# Примеры подотраслей машиностроения и металлообработки:

- Железнодорожное;
- Metallургическое;
- Химическое и нефтехимическое;
- Сельскохозяйственное;
- Автомобилестроение;
- Станкостроительное и инструментальное;
- Электротехническое;
- Приборостроение;

# Рынок - отрасль

- Английский экономист Ф. Эндрюс «**правительства** стремятся вести дела в терминах отраслей, **бизнесмены** в своих соображениях исходят из условий отрасли и наши официальные **статистика** продолжают сбор данных на основе определений отраслей...»
- США - Опора на материалы промышленных переписей (цензов), с 1850 г. раз в десять лет, с 1890 по 1920 раз в пять лет, с 1922 по 1940 г раз в два года, после 1958 г. – раз в пять лет.
- Россия – промышленные переписи 1900, 1908, 1923, потом введена обязательная статистическая отчетность для крупных предприятий.

- ОР – предприятия подотрасли, объединенные выпуском заменяемых продуктов и одновременно конкурирующие друг с другом в сфере реализации этих продуктов.



- Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» 22.03.1991 года
- **Товарный рынок** « сфера обращения товара, не имеющего заменителей, либо взаимозаменяемых товаров на территории РФ или ее части, определяемой исходя из экономической возможности покупателя приобрести товар на соответствующей территории и отсутствия этой возможности за ее пределами.»

# Определение Джоан Робинсон

- Рынок включает однородный товар и его заменители до того момента, когда не будет найден резкий разрыв в цепи товарных субститутов. Критерий разрыва - перекрестная эластичность спроса по цене.

## Другие подходы к определению:

- *Изменения выручки при изменении цены.*  
Рынок ограничивается одним товаром, если его выручка его производителей растет с ростом его цены. Это означает, что у товара нет заменителей.
- *Корреляция цен товаров во времени.*  
Положительная корреляция движения цен товаров в течение продолжительного времени (5-10 лет) свидетельствует о том, что товары являются устойчивыми субститутами.

# Последствия неправильного определения ОР

- Для государства
- Неправильная направленность мер поддержки; (слишком широкие границы – помощь «размыта», узкие – искусственные «диспропорции»)
- Неэффективность антимонопольного регулирования; (широко – «разгул» монополистов, узко – торможение развития растущих фирм;

# Последствия неправильного определения ОР

- Для фирмы:
- Выход на новый рынок – широко – вероятность отказа от перспективного направления, узко – вероятность недоучета конкурентов)



## Структура рынка:

- Решения, принимаемые фирмами – участниками рынка ;
- Количество фирм на рынке;
- Ожидания относительно действий конкурентов;
- Прогнозы относительно потенциальных конкурентов;

- Положение крупных корпораций;
- Концентрация фирм на рынке;



# Концентрация:

- Определение – степень насыщенности, густоты; сосредоточение, скапливание;
- Концентрация и конкуренция – противоположные характеристики;
- Необходимость количественной оценки для сравнения рынков;

# Базовые требования к показателям концентрации:

- Удобство расчета и интерпретации;
- Возможность применения на рынке любого размера;
- Принадлежность интервалу от 0 до 1;

# Требования Ханна-Кэя:

- Возможность графической интерпретации;
- Отражение трансферта объема продаж;
- Отражение входа-выхода;
- Отражение процессов слияний и поглощений;

# Показатели концентрации

- **Обратное количество фирм  $Q = 1/N$**
- Простота, доступность информации;
- Ограниченная информативность;

- Коэффициенты концентрации . (Concentration Ratio)

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i$$

- $n < N$ ; **CR4, CR8, CR20, CR50**
- Разные принципы ранжирования;
- Иногда – доля лидера;

- Для фиксированного  $n$ : чем больше  $CR_n$ , тем менее конкурентен рынок ;
- «Обратный» вариант показателя;
- Простота; распространенность;
- Учитывает не все фирмы, не учитывает соотношение лидеров;

# Ограниченность $CR_n$

Фирма	Рынок А		Рынок Б	
	$S_i$	$CR_n$	$S_i$	$CR_n$
1	0.3	0.3	0.22	0.22
2	0.2	0.5	0.2	0.42
3	0.15	0.65	0.18	0.6
4	0.1	0.75	0.15	0.75
5	0.1	0.85	0.15	0.9
6	0.075	0.925	0.1	1
7	0.075	1	-	-