

# **Курс лекции**

по учебной дисциплины  
«Теории отраслевых рынков»

## **Введение в курс**

**Дисциплина  
«Теории  
отраслевых  
рынков»  
изучает:**

- принятие экономических решений фирмами в условиях различных рыночных структур;
- формирование и функционирование отраслевых рынков;
- влияние отрасли на экономику в целом;
- виды и методы государственной отраслевой политики.

**Цель  
преподавания  
дисциплины  
заключается:**

в развитии инструментария  
экономического анализа  
применительно

- а) к более глубокому  
исследованию рыночных  
структур;
- б) в углублении понимания  
закономерностей  
функционирования отраслей,  
рынков и фирм;
- в) в изучении возможности  
и/или необходимости  
государственного регулирования  
отраслевой структуры

В результате  
изучения  
дисциплины  
**студенты  
должны знать:**

- современные подходы к изучению организации отраслевых рынков;
- основные методы и модели теории отраслевых рынков;
- основные модели поведения фирм в условиях различных рыночных структур;
- механизм и инструменты государственной отраслевой политики.

В результате  
изучения  
дисциплины  
**студенты**  
**должны уметь:**

- определять и анализировать основные показатели рыночных структур
- изучать и прогнозировать воздействие экономических агентов на рыночную ситуацию
- использовать знания для принятия адекватных рыночных решений
- разрабатывать практические рекомендации в сфере регулирования отраслевых рынков

**Базовыми дисциплинами для изучения дисциплины «Теория отраслевых рынков» являются**

**Экономическая теория**

**Микро- , макро- и институциональная экономика**

**Теория вероятности и математическая статистика**

**Ценообразование**

# Теория отраслевых рынков

## Теоретическая база

маркетинга

Где и как  
применять  
стимулирование  
сбыта

конкуренция

Как  
реагировать  
на действия  
конкурентов

менеджмента

Как завоевать  
достойное  
место на рынке

Экономическая  
политика

Как  
регулировать  
отдельные  
рынки

# СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Лекция 1. Предмет, методология и фундаментальные основы теории отраслевых рынков

Лекция 2. Фирма в экономике отраслевых рынков – ее место, роль, цели и концепции в рыночной структуре

Лекция 3. Конкуренция и типы рыночных структур

Лекция 4. Методологические вопросы исследования структуры отраслевых рынков

Лекция 5. Оценка потерь благосостояния в результате деятельности монополии

Лекция 6. Рыночная власть фирмы и ее показатели

Лекция 7. Поведение фирмы на рынке в условиях естественной монополии

Лекция 8. Квазимонопольное поведение фирмы на отраслевом рынке (монополистическая конкуренция)

Лекция 9. Модели олигополистических рынков и теория игр

Лекция 10. Анализ отраслевых барьеров в рыночной экономике

Лекция 11. Информационная прозрачность и асимметрия информации отраслевого рынка

Лекция 12. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Лекция 13. Ценовые и неценовые стратегии фирм на рынке

Лекция 14. Регулирование отраслевых рынков блага

# СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. Предмет, методология и фундаментальные основы теории отраслевых рынков.

Тема 2. Фирма в экономике отраслевых рынков. Сущность, виды и методы определения границы отраслевых рынков.

Тема 3. Структура отраслевого рынка, конкуренция и типы рыночных структур.

Тема 4. Рынок. Барьеры входа и выхода. Рыночная власть и ее показатели

Тема 5. Монополия. Оценка потерь благосостояния в результате деятельности монополии

Тема 6. Поведение фирмы на рынке в условиях естественной монополии

Тема 7. Квазимонопольное поведение фирмы на отраслевом рынке и ценовая дискриминация

Тема 8. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Тема 9. Государственная политика и регулирование отраслевых рынков

# Основная литература

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. Учебное пособие. – М.: Юрайт, 2010.
2. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 3-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб: «Экономическая школа» ГУ ВШЭ. 2008. Т.2.
3. Лебедев О.Т. Экономика отраслевых рынков. - М.: Бослен, 2008.
4. Микроэкономика: практический подход (Managerial Economics) : учебник / коллектив авторов ; под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова. – 6-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2011.
5. [Пахомова Н.В., Рихтер К.К.](#) **Экономика** отраслевых рынков и политика государства: Учебник. – СПб СПбГУ: Экономика, 2009.
6. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. Учеб. пособие. М.: Изд-во: ООО «Юрайт», 2010.
7. Современная экономическая наука: учеб. пособие для бакалавров / под ред. Н.Н. Думной, И.П. Николаевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
8. Тарануха Ю.В. Теория отраслевых рынков (в структурно-логических схемах). Учебно-методическое пособие / Под общей ред. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2009.
9. Экономическая теория. Кейсы из российской практики. Бакалавриат. Под ред. Н.Н. Думной и М.А. Эскиндарова. - М.: КНОРУС, 2008



Государственный университет управления



**Урунов А. А.**  
д.э.н., профессор

## **Лекция 1.**

**Предмет, методология и  
фундаментальные основы  
теории отраслевых рынков**

**Цель лекции:** освоить предмет и метод исследования дисциплины теории отраслевых рынков, а также ознакомиться с особенностями ее методологии

**Содержание темы:**

1. Становление и этапы развития теории рыночных структур.
2. Объект и предмет теории отраслевых рынков, основные понятия.
3. Рынок, условия возникновения и его функции
4. Классификация отраслевых рынков.
5. Особенности методологии теории отраслевых рынков.
6. Основные проблемы теории отраслевых рынков.

## **В.1.**

Анализ отраслевых рынков стал особенно популярным в конце 20-х-начале 30-х гг. XX в., когда развитие экономической теории в условиях нервозности, вызванной депрессией, побудило к переоценке признанной роли конкуренции.

**Мотивом уточнения границ формирующегося предмета дисциплины стало стремление:**

- **найти адекватный ответ на попытку расширить пределы государственного регулирования в экономике**
- **оценить реальные возможности роли конкуренции в развитии экономики**

## **В.1.**

В 70-ые годы XX века интерес к исследованию развития отраслевых рынков вновь возрос.

**Мотивами возникновения третьей волны обращения к анализу отраслевых рынков стали:**

- скептицизм по отношению к неоспоримой эффективности государственного регулирования;
- осознание влияния структуры рынка на международную торговлю;
- сомнение в способности промышленных фирм своевременно реагировать на изменения, происходящие в условиях функционирования рынка.

**В.1.**

## Становление и этапы развития теории рыночных структур

Теория рыночных структур  
опирается  
на модели:

**Совершенной конкуренции,**

где объясняется эффективность работы рыночного механизма, его способность к саморегулированию

**Монополии,**

где сопоставление моделей монополии и совершенной конкуренции (при определенных допущениях) объясняет ущерб, который наносит монополия обществу

## В.2.

# Объект и предмет теории отраслевых рынков

- *Объект исследования* — отраслевой рынок и механизм, приводящий производственно-коммерческую деятельность в гармоничное соответствие со спросом на товары и услуги. *Предмет* – совокупность экономических отношений, связанных с организацией и функционированием отраслевых рынков.
- Теория отраслевых рынков ищет ответы на следующие четыре вопроса:

Существует ли рыночная власть?

Каковы источник и рыночная власть фирм, ее величина?

Каковы последствия рыночной власти?

Влияет ли и как государственная политика на рыночную власть?

# Что такой рынок?

## Рынок, условия возникновения и его функции

- **Рынок** - представляет собой совокупности покупателей и продавцов, взаимодействия которых приводит в итоге к возможности обмена.
- **Рынок** - это механизм передачи прав собственности.
- **Рынок** - совокупность экономических условий при которых покупатели и продавцы взаимодействуют для осуществления взаимовыгодных торговых сделок.



## В.3.

# Что такой рынок?

К.Р. Макконнелл и  
С.Л. Брю

- определяют рынок как «институт или механизм, сводящий вместе покупателей (от которых исходит спрос) и продавцов (от которых исходит предложение) отдельных товаров и услуг»

А.А. Урунов

- Рынок это система экономических отношений агентов по поводу купли продажи товаров и услуг, а также по поводу отчуждения и/или присвоения прав собственности и свобод, созданных обществом

## В.3. Условия возникновения рынка:

1. Общественное разделение труда;
2. Экономическая обособленность производителей;
3. Самостоятельность и свобода предпринимательства.





***Первое условие — общественное разделение труда, возникшее в глубокой древности. Именно тогда появляется товарное производство в подлинном смысле слова, т. е. производство для рынка, для удовлетворения общественных потребностей.***



**Второе условие**  
Экономическая  
обособленность  
производителей,  
которая  
исторически  
возникает  
на базе частной  
собственности.



**Третье условие**  
Самостоятельность  
производителя,  
свобода  
предпринимательства с  
обязательной долей  
государственного  
регулирования.

# Рынки различаются по



степени  
развития  
конкуренции  
продавцов и  
покупателей

степени  
дифференци-  
рованности  
товаров

типам координации  
взаимодействия  
продавцов и  
покупателей

полноте и  
доступности  
информации

**В.3.**

# Функции рынка

Информационная

Посредническая

Ценообразующая

Регулирующая

Распределительная

Санирующая



# Функции рынка

<b><i>Информационная</i></b>	Через постоянно меняющиеся цены, процентные ставки на кредит рынок дает участникам производства объективную информацию об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг, которые поставляются на рынок.
<b><i>Посредническая</i></b>	Экономически обособленные производители в условиях общественного разделения труда должны найти друг друга и обменяться результатами своей деятельности.
<b><i>Ценообразующая</i></b>	устанавливается подвижная связь между стоимостью (затратами) и ценой, чутко реагирующая на изменения в производстве, в потребностях, в конъюнктуре.

## ***Регулирующая***

Связанная с воздействием рынка на все сферы экономики, и прежде всего на производство.

## ***Распределительная***

обеспечивает распределение товарной массы по странам и регионам, а также внутри отдельных социальных групп.

## ***Санитрующая***

С помощью конкуренции рынок очищает общественное производство от экономически неустойчивых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и, напротив, дает преимущества более предприимчивым и эффективным.

**В.3** В странах Европейского сообщества используются следующие критерии выделения рынка:

- *Показатель изменения выручки при изменении цены*, основывающийся на принципе прямой ценовой эластичности.
- *Географическая ограниченность рынка*, т. е. наличие одинаковых условий конкуренции в определенной географической области.
- *Корреляция цен товаров во времени* в течение длительного периода (5-10 лет).

## **В.4.**

# Классификация рынков по признакам

## Классификация рынков

### По **объектам сделок:**

- товарные
- факторов производства
- финансовые
- недвижимость

### По **условиям функционирования:**

- стихийные,*
- открытые,*
- закрытые,*
- организованные,*
- стабильные,*
- нестабильные,*
- продавца и покупателя*

### По **степени локализации:**

- локальный (местный);
- региональный;
- национальный;
- глобальный (мировой)

## В.4.

# Классификация рынков по признакам

## Классификация рынков

```
graph TD; A[Классификация рынков] --> B[По типу взаимосвязи: -вертикальные; -горизонтальные]; A --> C[По типу взаимодействия: -конкурентный; -неконкурентный.];
```

По **типу взаимосвязи:**  
-вертикальные;  
-горизонтальные

По **типу взаимодействия:**  
-конкурентный;  
-неконкурентный.

## Выделяют несколько типов границ отраслевого рынка:

- *продуктовые границы*, отражающие степень взаимозаменяемости товаров;
- *временные границы*, позволяющие проводить сравнительный анализ развития рынков во времени;
- *локальные границы*, ограничивающие рассматриваемые рынки в рамках какой-либо территории.

**В.5.**

## **Особенности методологии теории отраслевых рынков**

### **МИКРОЭКОНОМИКА**

- простота и строгость
- теоретическая модель
- заданность предпосылок
- учет внешних факторов

### **ТОР**

- детализация
- реальная модель
- взаимодействие рынков
- институциональные факторы
- учет внутренних факторов

# Различия между отраслевым рынком и отраслью

## В.5.

**Отраслевой рынок** включает фирмы, выпускающие взаимозаменяемые продукты и конкурирующие между собой в сфере их реализации.



### **Отраслевой рынок**

- Совокупность условий осуществления сделок купли-продажи.
- Объединен удовлетворяемой потребностью.
- Анализируется с позиции спроса на продукты.

### **Отрасль**

- Совокупность предприятий, производящих сходные продукты, использующие однотипные технологии и ресурсы.
- Объединен характером используемых технологий.
- Анализируется с позиции предложения продуктов

# Парадигма «структура-поведение-эффективность»

## В.5.

**Базовые условия** (факторы спроса и предложения, формирующие рыночную конъюнктуру)



**Структура рынка** (количество продавцов и покупателей, условия вхождения фирм, степень дифференциации продукта, структура затрат и пр.)



**Поведение фирм** (цели фирм, стратегии, формы взаимодействия, юридическая практика, инвестиции, цена товара, реклама, рас НИОКР)



**Экономическая политика**



**Результативность рынка**

## В.5.

# Термины

- **Базовые условия** — это предложение и спрос на отраслевом рынке, - это поведение продавцов и покупателей.
- **Структура рынка (факторы)** — показатели, определяющие тот или иной тип взаимодействия фирм на рынке. К ним относятся: число покупателей и продавцов, барьеры входа и выхода, дифференциация товара, интеграция и диверсификация производства.

## В.5.

# Термины

- **Параметры поведения фирм на рынке** — показатели деятельности фирмы, по которым оценивается эффективность ее функционирования: выбор продукта (количество и качество), цена товара, реклама, расходы на НИОКР, инвестиции, слияния и поглощения, а также цели фирмы, стратегии, юридическая тактика.
- **Параметры результативности фирмы** - производственная эффективность, рациональность использования ресурсов, прогрессивность технологий, занятость, справедливость.



## В.5.

# Анализ ведется по следующим основным направлениям:



анализ структурных факторов рынка (выявление их роли и места в структуре данного отраслевого рынка);



анализ способов конкуренции (изучение конкурентных стратегий фирм и вызываемых ими последствий);



поведение фирм (изучение поведения фирм на изменение рыночных условий);



анализ внешних воздействий (исследование последствий регулирования рынка).

# Проблемы рынка

Возникновение монопольных эффектов, недостатка и асимметрии информации, оппортунистического поведения контрагентов

ограничение объема рыночных взаимодействий по сравнению с эффективной их величиной

1. не стимулируется достижение оптимального с точки зрения экономики в целом уровня инвестиций
2. рынки могут закрываться полностью

## В ИТОГЕ:

- 1 отрицательное положение отдельных предпринимателей
- 2 сокращение экономической активности, неэффективное использование ресурсов

**1.** *Что представляет собой рынок отдельного товара в мире дифференцированных продуктов, где пролегают его границы?*

Не обозначив границы рынка, невозможно оценить степень его монополизации (концентрации) и определить адекватные формы государственного вмешательства.

**2.** *Какие факторы определяют размер фирм, или почему отдается предпочтение внутрифирменной координации, в одних случаях, а рыночной в других?*

Эмпирической и теоретической проверке подвергаются:

- экономия от масштаба и разнообразия,
- вертикальная интеграция фирм,
- трансакционные издержки.

**3.** *Какой элемент рыночной структуры является ключевым?*

Исследованию подвергаются:

- барьеры для входа и выхода,
- дифференциации продукта,
- концентрация покупателей и продавцов

**4.** *Действительно ли фирмы максимизируют прибыль или они преследуют иные цели?*

Наряду с традиционной гипотезой исследуются предположения о:

- максимизации выручки,
- темпов роста,
- стремление управляющих к расширению власти.

# Основные проблемы теории отраслевых рынков

**В.6.**

**5.** *Каков характер практического ценообразования фирм с рыночной властью и каковы его последствия для благосостояния?*

Много внимания уделяется изучению положительных и отрицательных с точки зрения благосостояния последствий различных форм ценовой дискриминации, а также разнообразных условий, которые производители навязывают оптовым и розничным торговцам.



**6.**  
*Способны ли уже существующие фирмы предотвратить вход в отрасль новичков или вытеснить часть имеющихся фирм?*

Внимание уделяется стратегическому взаимодействию фирм, а также различного рода барьерам, как институциональным так и не институциональным.

**Какие факторы облегчают  
или затрудняют сговор и  
иные формы координации?**



Эти вопросы затрагивают способность фирм воздействовать на структуру рынка и тем самым активно воздействовать на свою прибыль и положение на рынке.