

Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: учебник для академического бакалавриата. В 2 т. Т. 1 / Н. М. Розанова; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2015. — 412 с.: ил., табл. — (Бакалавр. Академический курс).

ББК 65.012.2я73

**Ч/З №2** — 1 экз.

В учебнике всесторонне рассматриваются основные модели формирования и функционирования различного рода рыночных структур, излагаются базовые принципы поведения фирм на разных рынках, описываются последствия такого поведения для развития экономики в целом, варианты отраслевой политики государства. Книга знакомит как с теоретическими моделями, так и с результатами современных эмпирических исследований.

Основное внимание уделяется особенностям взаимодействия фирмы, потребителей и государства в тех или иных условиях рынка и отрасли.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

*Для студентов экономических вузов, а также представляет собой базовый материал для подготовки специалистов экономического профиля по курсу «Теория отраслевых рынков».*



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Н. М. Розанова**

# ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ ТОМ 1

УЧЕБНИК ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА

2-е издание, переработанное и дополненное

*Рекомендовано Учебно-методическим отделом  
высшего образования в качестве учебника  
для студентов высших учебных заведений, обучающихся  
по экономическим направлениям и специальностям*

Книга доступна в электронной библиотечной системе  
[biblio-online.ru](http://biblio-online.ru)



Москва ■ Юрайт ■ 2015

# Оглавление

Сведения об авторе.....	3
Предисловие .....	10

## Часть I

### Фундаментальные основы экономики отраслевых рынков

Глава 1. Методология исследования рыночных структур .....	19
1.1. Выделение границ продуктового рынка .....	20
Рынок как совокупность продавцов товаров-субститутов (21)	
Правило пяти процентов (22) Корреляция цен товаров во времени (23) Заменяемость в предложении (24)	
1.2. Определение географически ограниченного рынка.....	25
1.3. Классификация рынков .....	29
1.4. Типы рыночных структур .....	32
1.5. Факторы, определяющие структуру рынка.....	39
<i>Вопросы для обсуждения .....</i>	<i>49</i>
<i>Задачи и упражнения для самостоятельной работы .....</i>	<i>50</i>
<i>Основные выводы.....</i>	<i>51</i>
Глава 2. Анализ монопольного поведения фирмы на рынке .....	52
2.1. Монополия как объект экономического анализа .....	53
2.2. Оптимальный выбор нерегулируемого монополиста.....	56
2.3. Последствия монопольной власти фирмы .....	62
2.4. Измерения величины чистых потерь монополии на практике .....	66

2.5. Факторы, не учтенные при исследовании величины чистых потерь от монополии.....	67
2.6. Альтернативные издержки монополизации .....	72
2.7. Сравнительная эффективность производства в условиях конкуренции и монополии .....	74
2.8. Регулирование монополии .....	76
2.9. Налогообложение монополии .....	78
2.10. Проблемы государственной политики в отношении монополий.....	80
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	87
<i>Задачи и упражнения для самостоятельной работы</i> .....	88
<i>Основные выводы</i> .....	90

<b>Глава 3. Барьеры входа и динамика рынка .....</b>	<b>91</b>
3.1. Определение рыночных барьеров .....	92
3.2. Виды барьеров входа-выхода .....	94
Нестратегические барьеры входа-выхода (95) Стратегические барьеры входа-выхода (105)	
3.3. Дилемма фирмы-старожила .....	112
3.4. Ценовая конкуренция и стратегическое поведение потенциального конкурента .....	115
3.5. Отсутствие барьеров входа и теория квазиконкурентных рынков .....	118
3.6. Эмпирические исследования барьеров входа-выхода .....	119
3.7. Статистика входа-выхода .....	124
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	127
<i>Задачи и упражнения для самостоятельной работы</i> .....	128
<i>Тест</i> .....	131
<i>Основные выводы</i> .....	134

<b>Глава 4. История и современные тенденции развития экономики отраслевых рынков и конкурентной политики.....</b>	<b>135</b>
4.1. Формирование модели совершенной конкуренции .....	136

Адам Смит (136) Альфред Маршалл (139) Джоан Робинсон  
(143)

4.2. Кризис модели совершенной конкуренции .....	147
Эдвард Чемберлен (147) Йозеф Шумпетер (150)	
4.3. Конкуренция как процесс в австрийской школе экономической теории .....	152
Ф. Хайек (153) Израэл Кирзнер (155)	
4.4. Доминирующая роль совершенной конкуренции в экономике отрасли .....	156
4.5. Кризис структурализма и теория квазиконкурентных рынков .....	159
4.6. Новая индустриальная экономика и теория игр.....	162
4.7. Джон Саттон и концепция границ.....	166
4.8. Конкуренция и концентрация в эпоху глобализации .....	171
4.9. Политика регулирования конкуренции на товарных рынках.....	172
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	179
<i>Основные выводы</i> .....	180
<b>Глава 5. Антимонопольная политика и промышленная политика: проблемы взаимодействия .....</b>	<b>182</b>
5.1. Дилемма государственного регулирувания.....	183
5.2. Взаимодополняемость промышленной и конкурентной политики .....	189
5.3. Конфликты между промышленной политикой и политикой поддержки конкуренции .....	192
5.4. Место государства в конфликте интересов политик .....	197
5.5. Политика поддержки конкуренции и промышленная политика в зарубежных странах .....	201
США (202) Европейское Сообщество (209) Германия (216) Великобритания (218) Франция (221) Япония (223) Южная Корея (225)	
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	227
<i>Основные выводы</i> .....	228

## Часть II

### Структура и эффективность функционирования отдельных рынков, отраслей и сферы деятельности экономики

<b>Глава 6. Анализ отраслей естественной монополии.....</b>	<b>233</b>
6.1. Определение естественной монополии .....	234
6.2. Проблема естественной монополии.....	238
6.3. Ценовое регулирование естественной монополии.....	241
Ценообразование Рамсея на рынке однопродуктового монополиста (241) Ценообразование Рамсея на рынке многопродуктового монополиста (245) Двухчастный тариф (246) Ценовая дискриминация на рынке естественной монополии (248) Нелинейное ценообразование (248) Пропорциональное ценообразование естественной монополии, являющейся многопродуктовой фирмой (249) Пиковое ценообразование (250) Регулирование цены на основе корзины товаров (251)	
6.4. Неценовое регулирование естественной монополии.....	252
Конкуренция за рынок монополии (конкуренция Демзеца) (252) Внедрение конкуренции на рынок естественной монополии (255) Контроль качества товара естественной монополии (255) Регулирование инвестиционных решений (255) Снижение барьеров входа в отрасль (260) Реорганизация отрасли (261)	
<i>Вопросы для обсуждения .....</i>	<i>262</i>
<i>Задачи и упражнения для самостоятельной работы .....</i>	<i>263</i>
<i>Основные выводы .....</i>	<i>266</i>
<b>Глава 7. Экономическая теория олигопольного ценообразования и регулирование процессов экономической концентрации .....</b>	<b>267</b>
7.1. Показатели отраслевой концентрации .....	268
Число фирм на рынке (270) Индекс концентрации (270) Индекс Херфиндаля—Хиршмана (271) Дисперсия рыночных долей (274) Коэффициент Джини (275) Индекс Холла—Тайдмана (277)	

Коэффициент относительной концентрации (277) Индекс Ротшильда (278) Индекс Ханна—Кэя (279) Индекс Линда (279) Индексы энтропии (280)	
7.2. Показатели рыночной власти фирмы .....	280
Индекс Бэйна (281) Индекс Лернера (282) Индекс Тобина (284)	
7.3. Концентрация и результативность рынка.....	285
7.4. Ценовая конкуренция крупных фирм .....	292
7.5. Ценовая конкуренция при ограничениях на мощности фирм.....	293
7.6. Конкуренция объемов продаж.....	295
7.7. Лидер и последователь на рынке.....	297
7.8. Ценовое лидерство фирмы .....	298
7.9. Картельные соглашения фирм.....	304
Причины возникновения картеля (305) Факторы, облегчающие сохранение картеля (307)	
7.10. Сознательное подражание.....	310
7.11. Социальные издержки кооперативных взаимодействий фирм .....	319
7.12. Картель, стабилизирующий цены: последствия для общественного благосостояния .....	320
7.13. Государственная политика по отношению к кооперативным взаимодействиям фирм.....	329
США (330) Европейское Сообщество (331) Япония (334)	
7.14. Регулирование слияний и поглощений.....	335
7.15. Регулирование олигопольных взаимодействий в России.....	339
Ценовое и количественное лидерство (339) Количественная конкуренция (340) Ценовая конкуренция по Бертрону (341) Картели (342)	
<i>Вопросы для обсуждения .....</i>	<i>345</i>
<i>Задачи и упражнения для самостоятельной работы .....</i>	<i>346</i>
<i>Основные выводы.....</i>	<i>349</i>

<b>Глава 8. Анализ вертикальных взаимодействий фирм ....</b>	<b>351</b>
8.1. Вертикальная интеграция	
как экономическое явление.....	352
8.2. Стимулы к вертикальной интеграции.....	355
Мотив транзакционных издержек и риска оппортунистического поведения (355)	
Мотив двойной монопольной прибыли (358)	
Мотив оптимизации налогообложения (366)	
Мотив ценовой политики фирмы (367)	
Мотив противодействия монополизму другой фирмы (368)	
Мотив минимализации производственных затрат (368)	
Мотив снижения риска хозяйствования (368)	
Мотив морального ущерба производителя (369)	
8.3. Издержки вертикальной интеграции.....	371
8.4. Права собственности и вертикальная интеграция .....	373
8.5. Фирма, общество и специфические активы .....	375
8.6. Последствия вертикальной интеграции.....	380
8.7. Опыт анализа вертикальной интеграции в странах с развитой рыночной экономикой ....	381
8.8. Антимонопольный контроль вертикальных взаимодействий фирм в зарубежных странах..	383
8.9. Стимулы к вертикальным контрактам .....	385
8.10. Инструменты вертикальных контрактов .....	387
8.11. Франчайзинг как особый вид вертикального контракта .....	391
8.12. Последствия вертикальных контрактов для общественного благосостояния .....	393
8.13. Сравнительный анализ воздействия разных видов вертикальных ограничений на общественное благосостояние.....	394
Случай 1. Франшиза (394)	
Случай 2. Контроль уровня розничной цены (397)	
Случай 3. Исключительные территории (399)	
8.14. Особенности вертикальных отношений в России .....	401
Вопросы для обсуждения .....	406
Задачи и упражнения для самостоятельной работы .....	407
Основные выводы .....	411