

1. Теоретико-методологические аспекты исследования отраслевых рынков

Дефиниция «рынок» является центральной категорией в теории отраслевых рынков. Рынок — это комплекс экономических факторов, где субъекты спроса и предложения взаимодействуют с целью заключения выгодных обменных сделок. Рынок объединяет фирмы, если они производят с точки зрения покупателя близкие аналоги [Теория отраслевых рынков, 2018: 34].

Экономическая категория «рынок» рассматривалась многими авторами в рамках классической и неоклассической теорий. Так, А. Смит, А. Курно, У. Джевонс (классическая теория) сформулировали тезисы о «невидимой руке рынка», основополагающих признаках рынка, таких, как свобода участников, гибкое установление цен, тесные связи ключевых рыночных субъектов — продавцов и покупателей.

Д. М. Кейнс, А. Маршалл, П. Самуэльсон (неоклассическая теория) дополнили концепцию принципами свободной конкурентной торговли, а также моделью равновесия спроса и предложения. В данной модели производители решают, что, как и для кого производить на основе ценового механизма. Государство определено не должно отдавать предпочтения различным секторам, поскольку не в состоянии точно определить точки роста рынка, в результате же прямое государственное регулирование может повлечь снижение общей экономической результативности рынка.

Вместе с тем, в экономической практике часто встречались так называемые «провалы рынка», либо продолжительное функционирование неэффективных рынков, причем модели и инструменты классического анализа не могут объяснить природу таких отклонений. И в настоящее время в

экономической науке не оформилось единого подхода к исследованию отраслевых рыночных структур.

Особый вклад в развитие теории отраслевых рынков внес Э. Чемберлин — автор работы «Теории монополистической конкуренции» (1933 г.), предложил новую концепцию на основе дифференцирования производимой продукции, типологию рыночных структур, а также исследовал барьеры конкуренции и результативность отраслевых структур с позиции цен, прибыли, рекламы, эффективности [Рязанов, 2017: 21–22].

С этого момента начали формироваться два подхода к анализу организации отраслевых рынков: системный подход и теория цен. Первый подход, системный, предложенный в 1950-е гг. Э. Мэйсоном и дополненный Д. Бэйном, рассматривает рынок с позиции «структура, поведение, результат» (СПР). Данная парадигма называется Гарвардской школой. В ней приоритетным являются эмпирические данные о поведении отдельных фирм и отраслевых рынков.

Общественная эффективность (результативность) функционирования отрасли в данной парадигме обусловлена поведением субъектов спроса и предложения, которое само определяется, в первую очередь, структурой рынка. Непосредственно структура рынка детерминируется фундаментальными условиями, влияющими на отраслевой рынок как со стороны спроса, так и со стороны предложения [Гильмундинов, 2005: 43]. Примеры базовых условий со стороны спроса и предложения сгруппированы на *рис. 1*.

Таким образом, в рамках Гарвардской школы в экономике отраслевых рынков исследуются различные взаимосвязи, возникающие в результате функционирования отраслевого рынка и определяющие поведение производителей и их общественную эффективность. Этот подход был господствующим вплоть до 1970-х годов.

Последующий рост интереса к экономике отраслевых рынков был обусловлен активизацией критики эффективности государственного регулирования; ростом международной торговли; усилением сомнений в адаптационной способности фирм к изменчивости рыночной среды.

Со стороны спроса	Со стороны предложения
<ul style="list-style-type: none"> • ценовая эластичность спроса; • наличие и доступность товаров-заменителей и перекрестная эластичность спроса на них; • темпы роста и сезонные характеристики спроса; • метод осуществления покупок покупателями; • особенности маркетинга. 	<ul style="list-style-type: none"> • размещение и собственность на основные виды сырья; • особенности соответствующей технологии; • надежность продукта, • временные характеристики технологического процесса и др.

Рис. 1. Базовые структурообразующие условия структуры рынка [Федорова, 2016: 18–23]

Представители другой парадигмы, так называемой «чикагской» школы (Г. Демзец, Дж. Стиглер, Ф. Найт и др.), считали, что нельзя игнорировать микроэкономические аспекты, и исследовали проблему экономического выбора на основе цен. Исходной точкой в их модели являются не характеристики отрасли, а закономерности поведения рыночных субъектов и принятия ими решений [Федорова, 2016: 6].

Большое развитие в теории отраслевых рынков чикагской школы получило исследование квазимонопольных рынков и их поведения (либо доминирование одного продавца, либо сговор между ними). Приоритетное внимание здесь отдается связям между барьерами входа в отрасль и поведением отраслевых субъектов (фирм).

Исследования в рамках чикагского направления также ведутся на основе применения результатов теории транзакционных издержек (Р. Коуз). Транзакционные издержки ограничивают возможности ценовой конкуренции между фирмами, воздействуя, таким образом, на рыночную структуру. Особенности и различия двух подходов — Гарвардской и Чикагской школы — представлены на рис. 2.

Еще одной альтернативной системному подходу теорией является — теория добросовестной конкуренции М. Портера. Он считал, что единицей конкуренции является

отрасль — как группа фирм, производящих товары-субституты, близкие по свойствам, функционалу и назначению. М. Портер предложил собственную модель «5 сил конкуренции», где совместное и одновременное воздействие этих сил определяет уровень доходности отрасли в целом, а также перспективность инвестирования в нее (рис. 3).

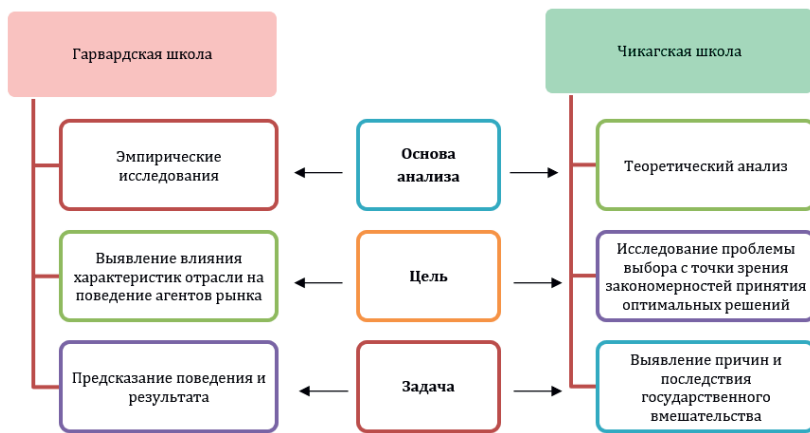


Рис. 2. Развитие методологии экономики отраслевых рынков [Федорова, 2016: 6]

М. Портер рассматривал понятие конкурентной борьбы шире зоны взаимодействия конкурентов, по его мнению, «потребители, поставщики, субституты, потенциальные участники — все это «конкуренты» для компаний отрасли, которые могут быть более или менее влиятельными в зависимости от конкретных обстоятельств.

Конкуренция в таком широком смысле может быть определена как расширенное соперничество» [Портер, 2016: 133]. В дальнейшем методический аппарат экономики отраслевых рынков пополнялся методами теории игр, исследованиями в области кооперативных соглашений, асимметричности информации и неполноты контрактов.

Один из непростых вопросов — вопрос о соотношении и различиях категорий «отраслевой рынок» и «отрасль». Некоторые авторы считают их синонимичными, ряд

исследователей указывают на существенные различия по некоторым основополагающим признакам (рис. 4).

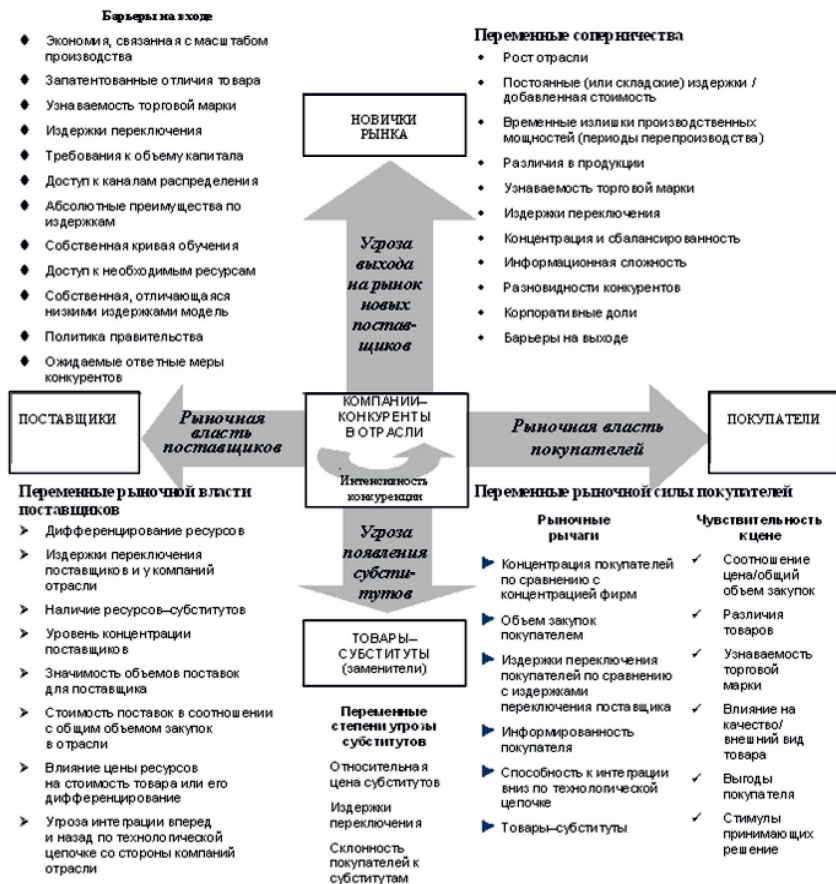


Рис. 3. Пять угроз и пять сил по М. Портеру [Портер, 2001: 88]

Исходя из приведенных признаков видно, что если отрасль понятие более технологичное, то отраслевой рынок — скорее экономическое и даже маркетинговое понятие. Отрасль — это комплекс предприятий, производящих аналогичные продукты, используя схожие ресурсы и родственные технологии, а рынок — это система экономических

факторов, где покупатели и продавцы осуществляют выгодные друг другу торговые сделки.

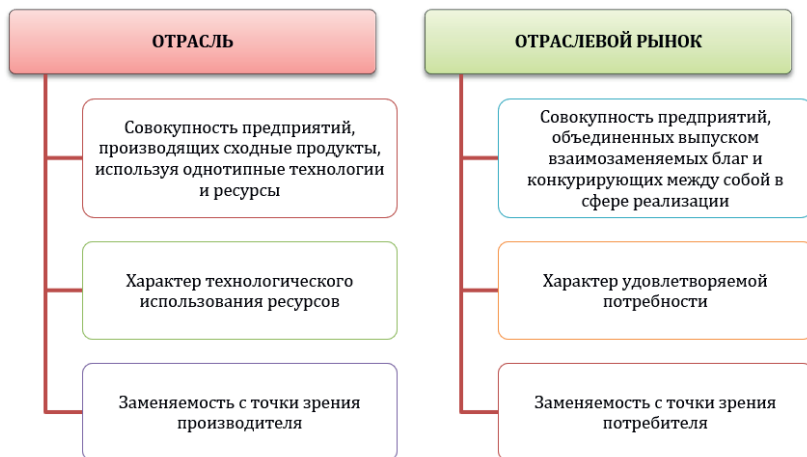


Рис. 4. Соотношение понятий «отрасль» и «отраслевой рынок» [Федорова, 2016: 8]

Хозяйствующих субъектов отраслевого рынка традиционно разделяют на три основные группы: домохозяйства, бизнес, государство. Взаимоотношения ключевых участников рынка определяются его структурой. Структура рынка — это основные характерные параметры рынка, определяющие соотношения и характер взаимосвязи между его субъектами (рис. 5).

Комплекс данных параметров отраслевого рынка определяет его структуру, или тип рыночной структуры, различные комбинации характеристик рынка могут выявить достаточно широкий спектр рыночных структур. В экономической литературе обычно рассматривается четыре классических типа рыночных структур: монополия, олигополия, чистая (совершенная) конкуренция и монополистическая конкуренция. Все четыре модели рынка предполагают пассивную роль покупателей на рынке и делают акцент на поведении производителей (продавцов) товара (табл. 1).



Рис. 5. Показатели структуры рынка [Теория отраслевых рынков, 2018: 52–54]

Таблица 1

Характеристика основных рыночных структур
[Теория отраслевых рынков, 2018: 17]

Параметры структуры рынка	Структура (модель) рынка			
	Совершенная конкуренция	Монополия	Монополистическая конкуренция	Олигополия
Число покупателей	Большое число покупателей			
Число продавцов	Много продавцов	Один продавец	Много продавцов	Несколько продавцов
Характеристика товара	Продукты однородны	Товар уникальный	Продукты неоднородны	Продукты — могут быть однородны и неоднородны
Барьеры входа на рынок	Нет барьеров	Значительные барьеры	Нет барьеров или минимальны	Барьеры возможны, но не обязательны

При введении в типологию дополнительных параметров со стороны спроса список рыночных структур увеличивается (табл. 2).

Таблица 2

**Типы рыночных структур по Штакельбергу
[Теория отраслевых рынков, 2018: 18–19]**

Продавцы	Покупатели		
	Много	Несколько	Один
Много	Полиполия (двусторонняя)	Олигопсония	Монопсония
Несколько	Олигополия	Двусторонняя Олигополия	Монопсония, ограниченная олигополией
Один	Монополия	Монополия, огра- ниченная олиго- полией	Двусторонняя монополия

Можно выделить: модель монопсонии (1 покупатель на рынке); модель двусторонней монополии (1 продавец и 1 покупатель); модель двусторонней олигополии (несколько продавцов и несколько покупателей). Какова бы ни была модель, именно государство устанавливает правила «игры» на отраслевом рынке, гарантирует правовое сопровождение поведения и взаимодействия рыночных субъектов друг с другом. Действия органов власти по отношению к субъектам отраслевых рынков, называют экономической, иногда промышленной, отраслевой или индустриальной политикой.

Термин «индустриальная политика» видится более точным, поскольку: данная политика затрагивает как промышленные рынки, так и другие сферы, например, сектор услуг; она нацелена не на изменение или регулирование поведения субъектов рынка, а на рост эффективности функционирования как отдельных отраслевых рынков, так и их взаимодействия между собой.

Содержание индустриальной политики следует трактовать как реализацию конкретной государственной стратегии в отношении функционирования конкретных отраслевых рынков. Такие стратегии рассчитаны на определенный лаг времени и основаны на планах — комплексе

тактических мер, направленных на повышение результативности отраслевых рынков. В любом случае общей целью индустриальной политики служит решение проблем, связанных с провалами рынка, для повышения общественного благосостояния. С известной долей условности по мере возрастания государственной активности в экономике можно выделить такие типы отраслевой политики, которые показаны в *табл. 3*.

Таблица 3

**Типы индустриальной политики
[Федорова, 2016: 74]**

		По используемым методам	
		Пассивная	Активная
По выдвинутым целям	Защитная	Конкурентная политика путем контроля над доминирующими фирмами, антимонопольное регулирование	Антимонопольное регулирование в сочетании со структурной внешнеторговой протекционистской политикой
	Наступательная	Конкурентная политика, сочетающая антимонопольное регулирование с созданием благоприятного экономического климата путем использования методов фискальной, финансовой, монетарной и правовой политики	Структурная политика в целях ускорения экономического роста, разработка системы координации экономических решений (вплоть до создания системы индикативного планирования), контроль над потоками

Государство влияет на рыночные отношения посредством прямых и косвенных методов регулирования (*рис. 6*). Прямые методы государственного воздействия не содержат экономических стимулов, представляя собой скорее административное вмешательство государственной власти в деятельность экономических агентов. Косвенные методы представляют собой экономическое воздействие на экономические интересы рыночных субъектов, через товарно-денежные отношения.

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что современная теория отраслевых рынков рассматривает широкий круг проблем, которые можно

систематизировать по трем направлениям: исследование поведения фирмы на отраслевых рынках, исследование отношений конкуренции на отраслевых рынках, исследование государственного регулирования отраслевых рынков.

Прямые методы государственного воздействия	Косвенные методы государственного регулирования
<ul style="list-style-type: none"> • разработка стратегических целей развития экономики страны и их дальнейшая детализация в государственных планах и программах; • составление государственных заказов и контрактов на поставку определенной продукции, выполнение работ, оказание услуг; • государственная поддержка этих программ и заказов; • законодательно закрепленные нормативные требования к качеству продукции и ее сертификации; • составление перечня ограничений и запретов по выпуску определенных видов продукции; • лицензирование внешнеторговых операций. 	<ul style="list-style-type: none"> • система налогообложения, предоставление налоговых льгот; • регулирование цен; • объем платежей за используемые ресурсы; • определение ставок процента за кредит, кредитные льготы; • установление валютного курса и условий обмена валют; • таможенное регулирование экспортно-импортных операций.

Рис. 6. Прямые и косвенные методы государственного регулирования рынка [Ощепков, 2021: 112-113]

При рассмотрении соотношения двух категорий: «отраслевой рынок» и «отрасль», следует различать технологические и экономические признаки: отрасль — это комплекс предприятий, производящих аналогичные продукты, используя схожие ресурсы и родственные технологии, а рынок — это система экономических факторов, где покупатели и продавцы осуществляют выгодные друг другу торговые сделки.

Субъекты отраслевого рынка представлены тремя группами: домохозяйствами, бизнесом и государством, взаимоотношения которых детерминируются структурой рынка.

Методические аспекты исследования отраслевого рынка основаны на оценке его непосредственной структуры и конъюнктуры. Структура конкретного рынка характеризуется количественными и качественными показателями.

Количественные показатели: число продавцов, рыночные доли каждого из них, показатели концентрации данного рынка.

Первый показатель (численность продавцов) не во всех случаях позволяет сделать достоверный вывод как о наличии конкуренции, так о ее характере. Для более полной картины рыночной структуры необходим расчет рыночных долей производителей или продавцов, действующих на рынке.

Доля рынка — показатель, наглядно отражающий результаты фирмы, полученные ею в процессе конкурентной борьбы. Это ее степень доминирования на конкретном рынке. В свою очередь, анализ рыночных долей ключевых стратегических конкурентов позволяет выявить распределение сил на рыночной карте конкурентной борьбы.

В соответствии с российским законодательством, рыночная доля предприятия рассчитывается по следующей формуле 1:

$$d_i = \frac{q_i}{\sum q} \quad (\text{ф. 1}),$$

где d_i — доля i -го предприятия на рынке;

q_i — объем продаж i -го предприятия;

$\sum q$ — совокупный объем продаж участников рынка.

Важным показателем рыночной структуры являются показатели концентрации, такие как: коэффициент рыночной концентрации (CR); индекс Херфиндаля — Хиршмана (НИ); дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей (σ^2); индекс Ханна и Кея (НК); коэффициент энтропии (Е).

Так, например, индекс концентрации (CR — concentration ratio) показывает совокупную долю нескольких (трех, пяти, десяти и т. п.) наиболее крупных организаций в общем объеме рынка товаров в %. Показатель рассчитывается как сумма рыночных долей наиболее крупных компаний на конкретном рынке (ф. 2):

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i, \quad (\text{ф. 2}).$$

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru