

НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Беззубенко М.А.

Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий
г. Могилев, Беларусь

В экономической науке выделяют следующие этапы в формировании теории отраслевых рынков (ТОР): 1) закладка научного фундамента; 2) формирование ТОР как самостоятельной научно-прикладной и вузовской дисциплины – «первая волна» (1930 – 1960-е годы); 3) развитие ТОР как теоретико-прикладной и вузовской дисциплины – «вторая волна» (1970 – 1980-е годы) и 4) современный этап.

В мировой экономической науке существует два подхода к изучению ТОР: первый подход с точки зрения парадигмы «структура – поведение – результат» (structure – conduct – performance) и второй подход с точки зрения теории цен. Первый подход предложен Э.С. Мейсоном и Джо Бэйном. Второй подход (чикагская традиция) исследует микроэкономические модели для объяснения поведения фирм и структуры рынка. Гарвардская школа эмпирична по природе, ибо опиралась на разрозненные теории, придавала особое значение эмпирическому изучению конкретных отраслей промышленности (больше занималась анализом статистических результатов, фактов, подкрепляющим отдельные точки зрения, чем точным и систематическим исследованиям). Ее достоинством является то, что исследовалось большее число базисных (экзогенных) условий рынка. Существует множество базовых условий, воздействующих на структуру рынка. Со стороны предложения базовые структурно определяющие условия включают размещение и собственность на основные виды сырья; характер соответствующей технологии (например, дискретный или непрерывный характер производства, высокая или низкая эластичность замещения факторов производства); затраты на единицу продукта, вовлеченность рабочей силы в профсоюзное движение и т.д. Со стороны спроса – это ценовая эластичность спроса при различных ценах; доступность товаров-заменителей и перекрестная эластичность спроса на них, темпы роста и временные колебания спроса, метод осуществления покупок покупателями (по данному преysкуранту, путем закрытого аукциона или путем открытого торга) и рыночные характеристики продукта (например, крупные товары длительного пользования). К другим базовым условиям можно отнести законодательную среду, в которой функционируют отрасли, а также доминирующие социоэкономические ценности деловой среды, такие, как кооперация, интеграция. Данные условия определяют структуру рынка, которая рынка характеризуется численностью продавцов и покупателей, наличием или отсутствием барьеров входа в отрасль, уровнем дифференциации, степенью диверсификации производства фирмы (конгломеративностью) и т.д. В свою очередь структура соответствующего рынка определяет поведение фирм в отрасли, которое проявляется в ценовой политике и практике (разница между ценовой политикой монополии и монополистической конкуренции и т.д.), открытые и тайные соглашения между фирмами, продуктовая и рекламная стратегии, затраты на исследования и разработки и т.д. [1].

Поведение фирм влияет на результативность отдельных отраслей или рынков (в ТОР они трактуются как синонимы) определяется поведением продавцов и покупателей. Результативность предполагает достижение следующих целей: эффективность производства и распределения ресурсов, развитие инноваций, полная занятость, справедливость. Справедливость предполагает справедливое распределение дохода, то есть то, что производители не получают доход сверх того уровня, который необходим для

возмещения затрат. Эта цель предполагает желание обеспечить разумную стабильность цен, так как неуправляемая инфляция искажает распределение дохода. Существуют эффекты обратных связей (например, НИОКР могут изменить отраслевую технологию, уровень издержек и др.). Параметры, как базовых условий, так и рыночной структуры являются эндогенными, то есть определяются системой отношений, а не устанавливаются внешними силами. Согласно концепциям связи, идущие от структуры к поведению и результату, оказываются слабыми, а обратные связи, влияющие на структуру, сильными, что возникает сомнения насчет верности парадигмы. На структуру рынка и поведение фирм оказывает влияние государственная отраслевая политика, налогообложение, антимонопольная политика, контроль цен, информационное обеспечение (экзогенные факторы) [2].

Чикагская школа подходит к изучению отраслевых рынков с точки зрения теории цен, которая использует микроэкономические модели для объяснения поведения фирм и структуры рынка, то есть в ее основе лежит теоретический анализ. Он исследует проблемы экономического выбора, с которым сталкиваются продавцы и покупатели и основной упор делается на анализе поведения фирмы, закономерностях принятия оптимальных решений. Одним из первых исследователей, применивших микроэкономическую теорию к анализу рынков Дж. Стиглер, который отмечал, что микроэкономическая теория, используя эмпирические данные о рынках, должна ответить на вопросы относительно государственной промышленной политики. Например, одной из наиболее актуальных проблем является результативность квазимонопольных рынков (рынки, на которых монопольная власть существует, несмотря на низкую концентрацию продавцов). Экономическая прибыль фирм на рынках с низкой концентрацией является весомым аргументом в пользу концепции квазимонопольных рынков. Отсутствие жесткой связи между рыночной долей фирмы и ее экономическим положением нуждается в объяснении и необходимо проанализировать процесс возникновения на рынках доминирующих продавцов, обладающих монопольной властью. Теория отраслевых рынков непосредственно связана с целым рядом экономических дисциплин, прежде всего, с микроэкономикой, которая является базой для изучения отраслевых рынков. Существует прямая связь с менеджментом и является теоретической основой для разработки стратегии фирмы и управления ею, для проведения маркетинговых исследований по целесообразности расширения рынков сбыта, когда применять методы стимулирования сбыта, каким образом реагировать на конкурентов.

Практическая значимость исследования отраслевых рынков заключается в следующем: является теоретической основой для разработки и внедрения государственного регулирования на микроэкономическом уровне; может быть использована для анализа конкретных рынков, поведения отдельных фирм, для их эффективного управления и функционирования; служит методологической основой (базой) для развития других экономических наук (менеджмента, маркетинга, экономики предприятия и т.д.).

Список использованных источников

1 Авдашева, С.Б. Теория организации отраслевых рынков / С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова. – М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998. – 320 с.

2 Ефименко, А.Г. Отраслевые рынки: формирование и эффективное развитие (на примере автотранспортных услуг АПК) теория, методология, практика: моногр. / А.Г. Ефименко А.Г. – Минск: Изд. центр БГУ, 2009. – 214с.

3 Ефименко, А.Г. Теоретические аспекты оценки эффективности функционирования отраслевых рынков / А.Г. Ефименко, С.Н. Гнатюк // Вестник МГУП, 2013. – №2(15). – С. 76–81.