

УДК 338.45

Н. Ю. Ярошевич

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: iarnat@mail.ru

О. В. Комарова

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: okkomarova@yandex.ru

СТАНОВЛЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ СТРУКТУРИРОВАНИЯ РЫНКА: РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ

Ключевые слова: отраслевой рынок, структура рынка, структурирование, теория отраслевых рынков, ретроспективный анализ.

Современный этап развития экономики актуализировал задачу структурирования отраслевого рынка, количественного анализа и систематизации информации о его состоянии. Структурирование рынка появилось в экономической теории задолго до формирования теории отраслевых рынков. Цель исследования – рассмотреть эволюцию подходов к структурированию рынков и описать современные тренды в его развитии. Для достижения поставленной цели использовались ретроспективный анализ, синтез, систематизация, логический и сравнительный анализ. Изучение моделей и теорий структурирования рынка позволило выделить по содержательному критерию семь этапов развития: от формирования базовых моделей структурирования рынка до учета современных цифровых, поведенческих и институциональных подходов. В целом методология структурирования отраслевого рынка представляет собой переходный вариант от страновых технологических параметров, институционального взаимодействия к цифровым формам их развития. Каждый этап развития концепции структурирования отраслевого рынка расширял понимание факторов, воздействующих на структуру рынка, и давал методы оценки структуры рынка и управления им. Понимание эволюции структурирования рынка направлено на трансформацию национальной промышленной политики и стратегирования в современных условиях, обеспечение устойчивого развития бизнеса.

N. Yu. Yaroshevich

Ural State University of Economics, Ekaterinburg, e-mail: iarnat@mail.ru

O. V. Komarova

Ural State University of Economics, Ekaterinburg, e-mail: okkomarova@yandex.ru

FORMATION OF THE CONCEPT OF MARKET STRUCTURING: RETROSPECTIVE ANALYSIS

Keywords: industry market, market structure, structuring, theory of industry markets, retrospective analysis.

The current stage of economic development has updated the task of structuring the industry market, quantitative analysis and systematization of information about its condition. Market structuring appeared in economic theory long before the formation of the theory of industrial markets. The purpose of the study is to consider the evolution of approaches to market structuring and describe current trends in its development. To achieve this goal, retrospective analysis, synthesis, systematization, logical and comparative analysis were used. The study of models and theories of market structuring made it possible to identify seven stages of development according to substantive criteria: from the formation of basic models of market structuring to taking into account modern digital, behavioral and institutional approaches. In general, the methodology for structuring the industry market is a transitional option from country-specific technological parameters and institutional interaction to digital forms of their development. Each stage in the development of the concept of industrial market structuring expanded the understanding of the factors affecting market structure and provided methods for assessing and managing market structure. Understanding the evolution of market structuring is aimed at transforming national industrial policy and strategizing in modern conditions, ensuring sustainable business development.

Введение

Турбулентность внешней среды, появление современных цифровых технологий, поиск новых эффективных форм и методов государственного управления приводят к необходимости смены подходов к изучению рынков. Наибольшее распространение в практике эмпирических исследований получило структурирование отраслевого рынка.

Структура рынка часто рассматривается как элемент теории конкуренции. Однако, все чаще конкуренция и структура рынка выступают как комплементарные понятия. Также возможность формировать управленческое решение на разных уровнях управления актуализирует структурирование рынка как современный инструмент стратегического управления [1]. Структурирование рынка является основой отраслевых исследований и теории отраслевых рынков. Эта сфера анализа развилась и расширилась и можно говорить о выделении структурировании как направления теории отраслевых рынков [2].

Таким образом, структурирование рынка можно рассматривать как методический подход к анализу и описанию объекта исследования, при котором рыночные данные и характеристики отраслевого рынка организуются и классифицируются с целью комплексного и системного представления об участниках, продуктах, услугах, конкуренции и других ключевых аспектах рыночной деятельности. Этот метод представляет собой категоризацию и систематизацию информации о состоянии отраслевого рынка для облегчения анализа и принятия решений, а также для создания более ясного обзора рыночной среды, является основанием выбора базовых стратегий развития промышленными предприятиями, формирования принципов и механизмов соответствующей селективной промышленной политики.

Кроме того, этот метод является исторически развивающимся, что определяется изменением системы экономических отношений, формированием новых форм бизнеса и бизнес-моделей, активным использованием цифровых технологий в организации бизнес-процессов, углублением эмпирических исследований рынков и их структуры, усилением процессов турбулентности внешней среды – все эти процессы на современных отраслевых рынках требуют развития соот-

ветствующего инструментария его структуризации. В этой связи цель исследования – рассмотреть эволюцию подходов к структурированию рынков и описать современные тренды в его развитии.

Материалы и методы исследования

Для достижения поставленной цели использовались общенаучные методы исследования – анализ, синтез, типологизацию и систематизацию. Выбор методов исследования обусловлен задачами исследования и его теоретической направленностью. Во-первых, был проведен ретроспективный анализ концепций экономической науки по проблемам развития отраслевых рынков, конкурентной среды и подходов к классификации и типологизации рыночных структур. Во-вторых, для анализа теоретико-методологических подходов к структурированию рынка был использован контент-анализ научных исследований данной предметной области, логический и сравнительный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение

Существующие подходы к структурированную рынков условно можно разделить на этапы, определение которых во многом обосновывается присутствием значимого критерия (критериев) эволюционного развития рынка.

Первый этап можно отнести к периоду развития классической экономической теории XIX века, когда структуризация рынков происходила в контексте развития классической политической экономии на основе дихотомии: «конкуренция–монополия». Первым этапом структурирования рынка стала теория А. Курно, в рамках которой рыночная конкуренция рассматривается на основе выбора двух параметров: такого объема производства, который позволит максимизировать прибыль при этом, ценообразование формируется на основе рыночного спроса [3]. Анализ структуры рынка на основе ценообразования и определения объемов выпуска получил развитие в моделях Ж. Бертрана, Г. Штакельберга и К. Форхаймера [3]. В рамках данного этапа развитие структурирование рынка происходит на основе сопоставления количества продавцов и потребителей, цены и оптимального объема выпуска, а результатом развития концепции структурирова-

ния стала основополагающая типология рыночных структур. Однако, структурирование рынка не имело относительных количественных оценок, что стало источником развития концепции структурирования.

Второй этап становления теории структурирования приходится на конец XIX – начало XX веков и связан с выявлением качественных факторов монополизации рынков: дифференциации продукта, технологических факторов и формирования стратегий совместных продаж (картелей). Основные идеи данного этапа получили развитие в исследованиях по дифференциации продукта и неценовой конкуренции Э.Чемберлина, моделях с дифференцированным продуктом Г.Хоттелинга и С.Сэлопа, анализе влияния расширения масштаба производства П.Сраффы, А.Маршалла, Ф.Эджуорта, теории концентрации производства и капитала Дж.Робинсон, концепции технологических инноваций Й.Шумпетера [3]. Были сформулированы количественные показатели эластичности для проведения отраслевого анализа и критерии географических и продуктовых границ рынка, различия между олигополией и монополистической конкуренцией. Таким образом, структурирование отраслевого рынка характеризуется расширением границ исследования с позиций эндогенных барьеров (внутренних экономических и технологических факторов) и применением нового инструментария.

Третьим этапом становления структурирования рынков (1950–1970 гг.) является формирование парадигмы рынка, описывающей основные параметры отраслевого рынка – контроль над ценой, степень взаимозаменяемости продуктов, высота барьеров входа-выхода, взаимного поведения участников. Гарвардская парадигма «Структура – поведение – результат», предложенная и развитая в трудах Э.Мейсона, Д.Бэйна, Ф.М. Шерера, Д.Росса и др. [4], определила содержание и направления развития классической теории отраслевых рынков: было создано ядро концепции структурирования, включающее оценку концентрации отраслевого рынка, силы рыночной власти и уровня барьеров. Развитием данного этапа стал динамический подход Чикагской школы, представленный в исследованиях А.Директора, Дж. Стиглера, Дж.Саттона [5]. В итоге сформировалась целостная концепция теории отраслевых рынков, в рамках которой структурирование отраслевого рынка рассматрива-

лась гарвардской школой как начальные условия для формирования стратегии фирмы, а чикагской школы как результата поведения участников отраслевого рынка. Структурирование рынков из жесткой последовательной методики, включающей количественные критерии, трансформировалось в развивающуюся многофакторную систему с гибкой системой индикаторов. Именно в данный период происходит обособление структурирования как методологии теории отраслевых рынков, имеющей задачи и инструменты развития. Преобладание в экономическом анализе эмпирических исследований привело к гибкости методик структурирования, расширению и углублению факторного анализа отраслевого рынка.

Дальнейшее развитие концепции структурирования рынка определялось развитием процессов глобализации и технологических инноваций. Формирование крупных межстрановых транснациональных корпораций расширило параметры структурирования рынков: зависимость уровня барьеров входа и выбираемых стратегий, используемые технологии, динамика и структура потребительских предпочтений. Развитие технологий приводит к рассеиванию границ национальных, региональных и местных рынков: местные производители конкурируют не только с производителями этого же региона, но и мировыми, что особенно ярко проявляется на уровне товаров массового спроса, а структурирование рынков основывается на доступности глобальных рынков ресурсов и товаров. Исследования данного этапа позволили расширить понимание структуры рынка с позиций иерархичности экономических связей и участия в глобальных цепях поставок [6], что обуславливает нарастающую сложность связей и взаимовлияния отраслевых рынков, и невозможность выключения стран из международной межотраслевой кооперации.

Основу пятого этапа развития структурирования рынка составляет институциональный подход, в рамках которого отраслевой рынок можно трактовать как «пучок институциональных соглашений (контрактов), обеспечивающих минимизацию транзакционных издержек всем участникам этих отношений» [7]. Данный подход исследует отраслевой рынок с позиций анализа транзакционных издержек, квазимонопольных рынков и властной асимметрии [8]. Институциональная трактовка структуры рынков

раскрывает новые факторы структурирования: наличие гибридных форм, влияние социокультурных факторов, значимость барьеров и транзакционных издержек как стимулов к интеграционным решениям, наличие системы формальных и неформальных связей между субъектами рынка. Одним из направлений институционального анализа современной структуры рынков является анализ кластеров как формы монополизации рынков [9], что способствует развитию новых инструментов структурирования и пониманию институциональной природы отраслевых рынков. Привлечение институциональной методологии значительно расширило концепцию структурирования: распределение пучков прав собственности и перекрестное владение компаниями становится все большим источником монополизации рынков, а формальные и неформальные институты трансформируют рынки в квази-монопольные, что существенным образом меняет стратегию фирм на рынке, отдавая приоритет нерыночной конкуренции и усложняя промышленную и антимонопольную политику.

Следующий этап структурирования рынка связан с развитием поведенческой

экономики, а параметром структуризации становится поведение компаний на рынке. Значимыми направлениями исследований становятся мотивация, возможности и решения, принимаемые участниками рынка, динамика изменения объемов продаж от степени изменения поведения прямых конкурентов, анализ факторов внешней среды в зависимости от реализуемых стратегий компаниями на рынке, устойчивость лидерства компании на рынке [10], а целью анализа – возможность предсказать поведение, как со стороны участников рынка, так и со стороны потребителей. Еще представители Чикагской школы обращали внимание на важность поведенческих факторов, однако их системный анализ и влияние на структурирование рынков проявились только с развитием экспериментальной экономики и методологии поведенческого анализа. Использование новых методов исследования и подходов поведенческой экономики существенно расширяет границы структурирования рынка, определяет роль личностных факторов в стратегическом поведении фирмы, позволяет глубоко анализировать поведенческие барьеры отраслевого рынка и их динамику.

Эволюция подходов к структурированию рынков.

Этап	Начало периода	Теоретический подход, базовые теории	Основные критерии структуризации
1 этап	Середина XIX – конец XIX вв.	Микроэкономика: базовые модели монополии и олигополии	Количество продавцов и покупателей, Цена и объем продаж
2 этап	Конец XIX – начало XX вв.	Микроэкономика: модель монополистической конкуренции и дифференцированной олигополии, пространственные модели рынка	Продуктовые и географические границы рынка
3 этап	1950–1970 гг.	Теория отраслевых рынков: Гарвардская и Чикагская школы	Барьеры входа, внешние и внутренние факторы развития отраслевого рынка
4 этап	1970–1980 гг.	Микроэкономика мировой торговли, теории международной экономики, теория цепей поставок	Международное разделение труда, Место в глобальных цепях поставок
5 этап	1980–1990 гг.	Новая институциональная теория	Транзакционные издержки, Институциональные формы взаимодействия, Властная асимметрия
6 этап	1980–1990 гг.	Современная экономическая теория, поведенческий подход	Поведенческие барьеры, Стратегическое взаимодействие и лидерство, потребительские предпочтения и т.п.
7 этап	Начало 2010-х	Цифровая, сетевая, платформенная экономика	Цифровизация бизнес-процессов, Экосистемы, Формирование транснациональных систем продаж

Современный этап развития структурирования рынков обусловлен развитием цифровых технологий. Так в научных исследованиях можно наблюдать присутствие отраслевых платформ и экосистем, цифровых рынков и сетевых структур [11]. Одним из важнейших направлений исследований является использование цифровых технологий в качестве потенциальных барьеров входа на рынки: использование Big Data усиливает рыночную власть укоренившихся фирм, формирует преимущества по воздействию на потребительские предпочтения и т.д. [12], а цифровая трансформация бизнеса в широком смысле является инструментом сохранения своего положения на рынке и роста конкурентоспособности бизнеса. При этом факторное структурирование этих процессов находится в начальной стадии развития и представляет огромный исследовательский интерес.

Результаты проведенного исследования систематизируем в виде таблицы .

В целом можно констатировать поступательное развитие концепции структурирования отраслевых рынков, направленное на исследование сущности трансформации отраслевых рынков и факторов. Следует отметить быстрый отклик научных исследований на изменение системы экономических отношений, что также отражается в этапах развития данной концепции. Однако развитие концепции структурирования отраслевого рынка выходит за рамки теории отраслевых рынков, являясь одновременно и базисом данного научного направления,

и ключевым инструментом анализа рынков и рыночных структур.

Заключение

В соответствии с поставленной целью, на основе ретроспективного анализа исследованы этапы эволюции подходов к структурированию рынков. Изучение моделей и теорий структурирования рынка позволило выделить по содержательному критерию семь этапов: от формирования базовых моделей структурирования рынка до учета современных цифровых, поведенческих и институциональных подходов. Каждый этап развития концепции структурирования отраслевого рынка расширял круг факторов, воздействующих на структуру рынка, и давал методы оценки и управления структурой рынка.

Эволюция структуры отраслевых рынков связана с динамическими изменениями в экономических и технологических условиях, а также с общественными требованиями и ожиданиями. Учитывая особенности объекта исследования – отраслевого рынка, методология его структурирования представляет собой переходный вариант от национальных технологических параметров и особенностей институционального взаимодействия к цифровым формам их развития. Понимание этих изменений позволяет компаниям адаптироваться к новым условиям хозяйствования, искать возможности для инноваций и устойчивого роста, государству трансформировать национальную промышленную политику.

Библиографический список

1. Сасаев Н.И. Стратегическая диагностика отрасли как объекта стратегирования // Управленческое консультирование. 2021. № 9. С. 58–68. DOI: 10.22394/1726–1139-2021-9-58-68.
2. Тарануха Ю.В. О периодизации развития теории отраслевых рынков // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2021. № 2. С. 23-37. DOI: 10.24147/1812–3988.2021.19(2).
3. Филатов А.Ю. Модели олигополии: современное состояние // Теория и методы согласования решений: сб. науч. тр. / Российская академия наук, Сибирское отделение, Институт систем энергетики им. Л.А. Мелентьева СО РАН; отв ред. В.И. Зоркальцев, А.Ю. Филатов. Новосибирск, 2009. С. 29-60.
4. Ярошевич Н.Ю. Модель структурирования промышленного рынка машиностроения // Journal of New Economy. 2019. Т. 20, № 3. С. 101–115. DOI: 10.29141/2658-5081-2019-20-3-7.
5. Соколова Е.В. Теоретические основы формирования конкурентной политики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2012. № 4. С. 82-100.
6. Овчинникова Ю.В., Радаев В.В. Формирование структуры продовольственных рынков в России в процессе ее интеграции в мировое хозяйство // Экономический журнал Высшей школы экономики. 2007. Т. 11, № 3. С. 309-336.

7. Орехова С.В., Азаров Д.А. Промышленный комплекс: эволюция исследовательской программы // *Journal of New Economy*. 2020. Т. 21, № 2. С. 5–23. DOI: 10.29141/2658–5081–2020-21-2-1.
8. Орехова С.В., Кислицын Е.В. Уровень властной асимметрии и экономический рост отраслевых промышленных рынков: теоретический и эмпирический анализ // *Известия Уральского государственного экономического университета*. 2018. Т. 19, № 4. С. 121-135. DOI: 10.29141/2073–1019–2018-19-4-9.
9. Tambovtsev V.L. Clusters: Coordination, inter-firm relationships and competitive advantages // *Управление*. 2022. Т. 13, № 1. С.20–36. DOI: 10.29141/2218–5003–2022-13-1-2.
10. Левин Д., Эйнав Л. Эмпирические исследования отраслевых рынков: основные достижения // *Вопросы экономики*. 2012. № 1. С. 21-41. DOI: 10.32609/0042-8736-2012-1-21-41.
11. Попов Е.В., Семячков К.А., Симонова В.Л. Моделирование условий развития сетевых структур // *Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление*. 2016. Т. 15, № 3. С. 324-341. DOI: 10.15826/vestnik.2016.15.3.017.
12. Заздравных А.В., Бойцова Е.Ю. Big Data как фактор входа на отраслевые рынки // *Вестник Томского государственного университета. Экономика*. 2021. № 56. С. 50-66. DOI: 10.17223/19988648/56/4.