

УДК 330.101.541

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ:
ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ**

*к.э.н., доц. Гнатюк С. Н., Хмельницкая Н.Н.
Белорусско-Российский университет, Беларусь*

**EFFICIENT DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL MARKETS:
PERFORMANCE ASSESSMENT ISSUES**

*Candidate of Economic science, Associate Professor Gnatiuk S.N., Khmelnytskaya N.N.
Belarusian-Russian University, Belarus*

Аннотация. В работе рассмотрены подходы к оценке экономической эффективности формирующихся отраслевых рынков

Annotation. The work focuses on approaches to the assessment of the economic efficiency of emerging industry markets

Ключевые слова: эффективность, отраслевые рынки, эффективность отраслевого рынка

Keywords: efficiency, industrial market, performance of industrial markets

Основой социально-экономической эффективности служит более рациональное распределение имеющихся у общества ресурсов между отраслями, секторами и сферами национальной экономики с учетом появления и развития нового отраслевого рынка. Новые отраслевые рынки формируются в результате углубления общественного разделения труда. К Маркс, рассматривая кругооборот индивидуального капитала, отмечал, что выделение особых форм капитала (торгового, финансового и т.д.) в целом ведет к росту эффективности общественного производства и, прежде всего, проявляется в законе экономии времени.

Эффективность формирования и развития новых отраслевых рынков можно оценивать способностью сберечь определенное количество труда, времени, ресурсов и денег в расчете на единицу всех необходимых и предполагаемых полезных эффектов создаваемых продуктов, технических систем, структур. Размер эффекта непосредственно проявляется в нескольких аспектах: а) продуктовом (улучшение качества и рост товарного ассортимента); б) технологическом (рост производительности труда и улучшение его условий); в) функциональном (рост эффективности управления); г) экологическом (сокращение негативного воздействия на окружающую среду в результате «зеленых» технологий);

д) социальном (улучшение качества жизни человека).

Так как новые отраслевые рынки возникают в результате производства нового товара или услуги, что требует инвестиций, то можно использовать рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования, в соответствии с которыми различают три группы показателей эффективности инвестиционного проекта:

- показатели коммерческой эффективности, учитывающие финансовые последствия реализации проекта для его непосредственных участников;

- показатели бюджетной эффективности, отражающие финансовые последствия осуществления проекта для республиканского, регионального или местного бюджета;

- показатели экономической эффективности, учитывающие затраты и результаты, связанные с реализацией проекта, выходящие за пределы прямых финансовых интересов участников инвестиционного проекта.

При сравнении различных вариантов инвестиционных проектов и выборе лучшего из них в качестве критериев рекомендуется использовать систему показателей коммерческой эффективности инвестиционных проектов путем установления экономической границы приемлемости рассматриваемых вариантов

проектов.

Используемые для сравнения вариантов инвестиционного проекта показатели коммерческой эффективности можно разделить на две группы:

1. Показатели операционной деятельности, а также текущего и перспективного финансового состояния, рассчитываемые на основе баланса и отчета предприятия о прибылях и убытках.

2. Показатели эффективности инвестиций, рассчитываемые на основе данных отчета о движении денежных средств (cashflow) [1].

Проблему эффективности отраслевых рынков современная экономическая наука пытается рассмотреть и с позиций классической экономической теории, рассматривающей микроэкономические основания поведения хозяйствующего субъекта. Это связано с тем, что новый отраслевой рынок можно рассматривать как деятельность одной фирмы, начавшей выпускать новый товар или услугу.

Традиционно в курсе микроэкономики эффективность рассматривается с точки зрения рынка совершенной конкуренции в двух аспектах. Первый – эффективность распределения (аллокативная эффективность). Она означает, что потребители получают наивысшую совокупную полезность от потребления различных благ и услуг, то есть объем и структура производимой продукции полностью соответствует объему и структуре платежеспособных потребностей потребителей. С этой точки зрения эффективность формирования отраслевого рынка можно рассматривать как рост совокупного излишка, получаемого потребителями. До тех пор пока на графике кривая спроса выше кривой предельных издержек, с увеличением объема производства будут расти как совокупный излишек, так и эффективность распределения ресурсов. Максимальная эффективность распределения достигается при равенстве предельных издержек и готовности платить, то есть предельные издержки

должны быть равны цене предлагаемой продукции.

В экономической литературе при анализе эффективности распределения часто применяется понятие *X*-эффективности, которое рассматривает условия, когда заданный набор ресурсов используется для производства продукции. Она не учитывает возможность наилучшего использования данных ресурсов в других сферах деятельности. *X*-эффективность достигается, если предприятие производит при имеющемся наборе ресурсов и наилучшей из доступных технологий максимально возможный объем продукции. В противном случае можно говорить о *X*-неэффективности.

Второй вид эффективности – эффективность производства. Ее смысл заключается в том, что производство данного блага производится таким образом, что гарантируется соответствие цены реализуемой продукции минимально возможным средним издержкам производства. Если данное условие выполняется по всем отраслям экономики, то это обеспечивает эффективное использование ограниченных ресурсов, которыми располагает экономика. С этой точки зрения формирование новых отраслевых рынков целесообразно, если обеспечивается снижение средних издержек производства в масштабах всей национальной экономики.

Считается, что рассмотренные виды эффективности характеризуют состояние статики, то есть равновесное состояние рынка. Однако в развитие отрасли экономики регулярно инвестируются средства для внедрения инноваций, развития и совершенствования технологии производства, что приводит к необходимости учета динамической эффективности. В рамках популяционной экологии организации конкуренцию рассматривают как процесс, аналогичный естественному отбору, в котором выживают наиболее приспособленные. При этом в стабильной среде наиболее приспособленными считаются те фирмы, которые наилучшим образом

соответствует ее требованиям, а в динамично развивающейся среде – те, кто обладает более универсальными навыками [2]. Это означает, что фирмы, эффективные с точки зрения стабильного состояния в отрасли, не всегда оказываются эффективными в условиях динамичного развития отраслевого рынка. Как отмечает Л. Кабраль: «В отличие от аллокативной и производственной эффективности динамическую эффективность измерить непросто. Еще сложнее сравнить относительную величину статической неэффективности (аллокативной или производственной) с величиной динамической неэффективности. По этой причине экономисты всегда были склонны обращать большее внимание на статическую неэффективность, нежели на динамическую» [3].

При анализе эффективности отраслевого рынка не следует забывать об эффективности с точки зрения фирмы, действующей на этом рынке, и социально-экономической эффективности с точки зрения общества, проявляющейся в реализации закона экономии времени. Отраслевой рынок формируется, если обеспечивается наиболее экономичное производство, достигается экономия от масштаба производства и товары, предлагаемые фирмой, удовлетворяют потребности рынка. Такой рынок может быть в форме монополии или олигополии, так как существует положительная зависимость количества продавцов с величиной экономии от масштаба производства. Как отмечал У. Баумоль, структуры отрасли, которые возникают на практике, не всегда являются теми, что минимизируют затраты, они представляют собой приемлемую аппроксимацию эффективных структур. Влияние рынка должно обязательно сделать очень неэффективную рыночную структуру уязвимой к входу, к вытеснению укорежившихся фирм иностранными конкурентами или к каким-либо другим дестабилизирующим воздействиям [4].

При анализе эффективности отраслевого рынка следует учитывать

выводы экономической теории о том, что вход в отраслевой рынок затруднен, если действующие предприятия обладают достаточной мощностью для того, чтобы сделать предприятие, решившее выйти на данный рынок, нерентабельным. Эти мощности могут быть использованы не полностью при отсутствии попыток новых предприятий войти на рынок, что может привести при данном объеме производства к более высоким, чем это необходимо, издержкам производства, и, как следствие, к более высоким ценам и более низкому уровню производства, по сравнению с различными формами ограничительного ценообразования. Таким образом, производственная мощность и другие инвестиционные инструменты являются эффективными средствами, препятствующими входу новых игроков на отраслевой рынок в силу того, что они необратимы, и представляют собой определенные обязательства перед отраслью.

На эффективность функционирования отраслевого рынка влияют НИР и их результаты. Для осуществления инновации на отраслевых рынках требуется много ресурсов, что означает необходимость получения соответствующего объема прибыли в будущем. Таким образом, только для того предприятия, которое может достигнуть хотя бы временной монопольной власти, сдерживающей имитацию его товаров конкурентами, инновационная деятельность будет привлекательна. Боязнь потерять выгодное положение, полученное за счет инноваций, в связи с тем, что другие предприятия также будут осуществлять инновации, является, с точки зрения Й. Шумпетера, высшей формой конкуренции [5]. Он и его последователи утверждают, что большой размер предприятий и монопольная власть являются предпосылками экономического роста, основанного на техническом прогрессе. Перспектива обладания монопольной властью в течение определенного времени порождает стремление к ее получению посредством инноваций, в то время как боязнь потерять

эту власть стимулирует непрерывное осуществление инноваций и использование новых технологий. Общественные потери, вызванные отсутствием совершенной ценовой конкуренции, компенсируются выгодой, получаемой от инноваций, и конфликт между индивидуальными и общественными интересами может быть решен за счет отхода от совершенной конкуренции. Вместе с тем исследования экономистов о корреляции между степенью монополизации отраслевого рынка и инновационной деятельностью показали, что обладание монопольной властью необходимо, но недостаточное условие эффективного функционирования рынка. К необходимым условиям были отнесены предпринимательское лидерство и дух конкуренции.

Рынок является сложным механизмом и современный институционализм рассматривает его как взаимодействие традиций, в соответствии с которыми действующие субъекты привыкают к определенным ограничениям, которые конституируют отраслевой рынок и обуславливают его эффективность. При анализе поведения субъектов следует учитывать, что предприятия не всегда исходят из узкоэгоистического интереса получения максимальной прибыли. Они действуют с партнерами по бизнесу на принципах взаимности, получения выгоды в будущем, причем не обязательно в эквивалентной форме. Постоянные контакты на отраслевом рынке позволяют участникам обмениваться полезной информацией, учиться друг у друга, перенимать технологические и организационные инновации, осуществлять взаимоконтроль, формировать социальный капитал в форме доверия и деловой репутации, что стабилизирует рынок и повышает его эффективность.

Рынок, с позиций теории организаций, – институционально оформленное пространство. Участники рынка используют свои более сильные властные ресурсы, специфические социальные навыки для того, чтобы

стабилизировать или изменить существующие институты отраслевого рынка. Рыночная структура может быть разрушена и стать более эффективной в результате вмешательства более сильных субъектов, возникших как внутри данного отраслевого рынка, так и извне. При этом следует учитывать, что рыночный способ координации поведения предприятий на отраслевом рынке может сталкиваться с другими механизмами координации. В экономической и социологической литературе выделяют способы координации, связанные с интересами и институтами индустриального способа координации (технология производства, действие эффекта масштаба производства и т.д.); интересами домохозяйств, базирующихся на традиционных взаимосвязях, родстве, локальности; интересами гражданского общества, построенного на коллективных интересах и соблюдении принципов демократии. В результате стремление к рыночной эффективности может натолкнуться на неприятие такого подхода со стороны других способов координации отраслевого рынка, что приводит к перераспределению ресурсов между субъектами и отраслями экономики. С этой точки зрения участники заинтересованы в стабилизации отраслевого рынка, формировании согласованного порядка, который является механизмом сдерживания краткосрочных экономических интересов, условием сохранения конкурентной среды и эффективности рынка.

Литература

1. Вертакова Ю. В., Симоненко Е. С. Управление инновациями : теория и практика : учеб. пособие / Ю. В. Вертакова, Е. С. Симоненко. – М.: Эксмо, 2008. – 432 с.
2. Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. / В.В. Радаев. – М.: ГУ ВШЭ, 2003 – 328 с.
3. Кабраль Луис М.Б. Организация отраслевых рынков: вводный курс / Луис М.Б. Кабраль; — Мн.: Новое знание, 2003. — 356 с.
4. Баумоль У. Дж. Состязательные

рынки: мятеж в теории структуры отрасли / У. Дж. Баумоль // Вехи экономической мысли. Т 5. Теория отраслевых рынков. – Спб.: Экономическая школа, 2005 – 670 с.

5. Шумпетер И. Капитализм, социализм и демократия. / Й. Шумпетер – М.: Экономика, 1995 – 540с.