

ЛПККП
ЛССР

**Лаборатория
Проблем конкуренции и
конкурентной политики**
119899, Москва, Воробьевы горы, Третий
корпус гуманитарных факультетов
www.lccp.econ.msu.ru

Бюллетень конкурентной политики

Выпуск №8
Июль, 2012



Альтернативные показатели для оценки состояния конкуренции на товарных рынках

Идеи, представленные в бюллетене, являются личным мнением автора и не отражают позицию ЛПККП и экономического факультета МГУ

Автор:

А.А.Курдин

Редактор:

А.Е.Шаститко

Аннотация

В работе рассматриваются и оцениваются различные подходы к формированию и измерению показателей интенсивности конкуренции на товарном рынке с позиций теоретической обоснованности, адекватного отражения ситуации на конкретных рынках, операциональности, наличия возможности для сравнения и обобщения на межвременном и межотраслевом уровне.

При использовании, частичном или полном, материалов, изложенных в настоящем бюллетене, ссылка на Лабораторию Проблем конкуренции и конкурентной политики обязательна.

© А.Курдин, 2012

© ЛПККП, 2012

Содержание

Введение	4
1. Индикаторы конкуренции.....	6
1.1. Показатели структуры	6
1.2. Показатели поведения	8
1.3. Показатели результатов.....	10
2. Оценка конкуренции в контексте эволюции исследовательских подходов	15
Заключение.....	19
Литература	20
Summary	22

Введение

Присутствует ли на товарном рынке активная конкурентная борьба, или же рыночные игроки лишь обозначают видимость конкуренции, а сами придерживаются антиконкурентных стратегий или, по крайней мере, не соперничают друг с другом достаточно интенсивно? Ответ на этот вопрос принципиально важен для оценки состояния конкуренции на товарном рынке, а стало быть, для принятия решений и регуляторами, в том числе антимонопольными органами, и потенциальными «новичками» на рынке, и действующими участниками, оценивающими потенциальное поведение конкурентов (или, выражаясь более осторожно, фирм, действующих на том же рынке). Давать такой ответ должен экономический анализ рынка.

В зависимости от характеристик товарного рынка, особенностей его регулирования и целей исследования анализ состояния рынка может проводиться с использованием различных инструментов и методов. Так, Порядок оценки состояния конкуренции, действующий в России, уделяет первоочередное внимание показателям рыночной концентрации и входных барьеров. Но, несмотря на важность этих показателей для анализа товарного рынка, они свидетельствуют лишь о предпосылках для возникновения того или иного состояния конкуренции. Собственно оценка конкуренции с их помощью требует значительных дополнительных интерпретаций.

Индикаторы рыночной власти дают представление о возможностях отдельной фирмы влиять на рыночную конъюнктуру, а стало быть, и о степени монополизации. В то же время использование показателей рыночной власти для оценки состояния конкуренции может привести к тому, что высокая рентабельность фирмы станет «сигналом» о нарушении законодательства. Но это может привести, в конце концов, к парадоксу: фирма будет подвергаться преследованию просто за успешную деятельность и достижение высоких финансовых показателей.

Задача еще более усложняется в том случае, если требуется сравнить между собой или агрегировать показатели по различным рынкам, зачастую не являющимся сопоставимыми. Это актуально, к примеру, при оценке состояния конкуренции в масштабах национальной экономики в целом или отдельных крупных секторов, при сравнении отдельных рынков. Подобная проблема возникает даже при рассмотрении одного и того же рынка в различные периоды времени, к примеру после существенных изменений: крупных сделок, регуляторных нововведений и т. п.

Для решения этих проблем зарубежные и отечественные исследователи пытаются создать альтернативные методики измерения, которые отражали бы именно состояние конкуренции, а не его косвенные факторы, и не содержали бы принципиальных искажений, которые порой свойственны индикаторам рыночной власти. Кроме того, желательно получить достаточно универсальную оценку состояния конкуренции, которая имела бы количественный характер, что важно для целей агрегирования и сопоставления при сравнительном анализе конкуренции на различных рынках и в разных странах. Этот материал посвящен проблемам и отдельным попыткам создания таких оценок.

1. Индикаторы конкуренции

Проблема определения состояния конкуренции в прикладном аспекте зачастую связана с выяснением, находится и будет ли находиться интенсивность конкуренции на данном рынке на достаточно высоком уровне, необходимом для предотвращения монополистических действий, или же потребуется дополнительное регулирующее вмешательство для защиты конкуренции. В этом случае от оценки интенсивности конкуренции зависит применение санкций и предписаний, а стало быть, и будущее отдельных компаний и рынка в целом. Вот почему важность корректного подхода к оценке состояния конкуренции сложно переоценить.

Но определение интенсивности конкуренции, как на отдельных товарных рынках, так и в более широких масштабах, имеет и большое теоретическое значение – в частности для выявления факторов, влияющих на конкуренцию, а равно и для определения направления и степени влияния интенсивности конкуренции на экономическое развитие.

Показатели, используемые теперь для оценки интенсивности конкуренции как в теоретических работах, так и в целях применения антимонопольного законодательства, могут быть разделены на три группы в приблизительном соответствии с парадигмой Дж. Бэйна «Структура – поведение – результат».

1.1. Показатели структуры

Структурные показатели позволяют оценить рыночную ситуацию априори, на основе данных о формальных характеристиках рынка: количестве фирм, их размерах и рыночных долях. Прежде всего, к ним относятся показатели концентрации: индексы Герфиндаля – Хиршмана (НИ) и доля крупнейших фирм CR. К этой же группе можно отнести показатели, характеризующие барьеры входа в отрасль и их преодолимость. В российской практике эти показатели используются для выявления доминирующего положения одной из фирм или коллективного доминирования (ч. 1 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О защите конкуренции») и для анализа состояния конкуренции на товарном рынке (разд. VII, VIII Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, введенного Приказом ФАС № 220 от 28 апреля 2010 г., далее – Порядок-220).

Но интенсивность конкуренции не всегда может быть адекватно оценена с помощью традиционно применяемой антимонопольными органами оценки уровня рыночной концентрации. Высокий уровень концентрации далеко не обязательно означает отсутствие конкуренции:

даже два участника могут выбрать некооперативную стратегию и вести себя так, как если бы они находились в условиях совершенной конкуренции. Оценка уровня барьеров имеет большое значение для выявления эффектов потенциальной конкуренции (открытый вход на рынок резко ограничивает возможности монополистического поведения доминирующего субъекта) и потому должна непременно сопровождать оценку уровня концентрации. Но и высокие барьеры сами по себе не препятствуют конкурентному поведению действующих участников. Иными словами, даже если на рынке действуют две фирмы, а вход на него закрыт, они могут активно конкурировать между собой, хотя НИ составит не менее 5000, что обычно трактуется как высокий уровень концентрации, а CR3 и вовсе составит 100%. Безусловно, такие условия могут рассматриваться как препятствующие конкуренции, но их недостаточно для выводов об ее интенсивности.

Кроме того, активная конкуренция может привести к уходу с рынка или к существенному снижению доли наименее эффективных участников в пользу более эффективных. Это приведет к росту концентрации, хотя фактически этот рост становится лишь следствием жесткой конкурентной борьбы.

Далее, для использования НИ и CR необходимо четко определить продуктовые и географические границы рынка. В противном случае расчеты могут быть намного искажены. Между тем, это определение далеко не всегда является тривиальной задачей. И если в рамках антимонопольного расследования государственные антимонопольные органы и, возможно, подозреваемые компании могут обладать достаточными полномочиями и средствами для таких исследований, то в рамках научных исследований решить эту проблему весьма проблематично. В еще большей степени задача усложняется при анализе отраслевых рынков в международном масштабе.

В этой связи не вполне обоснованной представляется достаточность структурных показателей для оценки состояния конкуренции на товарном рынке, фактически доминирующая в рамках подхода ФАС, согласно разд. IX Порядка-220.

В некоторых работах для аппроксимации интенсивности конкуренции вдобавок к другим индикаторам также используется показатель доли импорта на рынке (или иные индикаторы проникновения импорта) [Nickell, 1996; Blundell, Griffith, Van Reenen, 1999]. Этот показатель, как и другие показатели, связанные с рыночной долей, также можно отнести к структурной группе. Но долю импорта, как и другие показатели данной группы, можно интерпретировать лишь как условия для конкуренции, и в этом смысле они являются достаточно условной прокси-переменной, которая может быть использована только в сочетании с другими показателями.

1.2. Показатели поведения

Вторая группа показателей – показатели *поведения* – является центральной не только по порядку, но и по значимости. Именно конкурентное поведение лежит в основе соперничества предпринимателей, обеспечивающего как состояние конкурентного равновесия в статическом аспекте, так и поиск новых возможностей для развития бизнеса в динамическом аспекте.

Но показатели поведения наиболее сложно квантифицировать с использованием объективных показателей. П. 9.3 Порядка-220 предполагает анализ ценовых, маркетинговых, инновационных стратегий компаний, выявление соглашений и оценку распространения информации о рынке. Однако прямое исследование в этом русле весьма субъективно и, что еще важнее, не дает возможности агрегирования и формирования универсальных показателей для отраслевых рынков.

Проблема состоит в том, что поведение, рассматриваемое как набор действий конкретных агентов, можно описать и интерпретировать для каждой конкретной ситуации, но сложно обобщить. Более того, в связи с отсутствием универсального средства или шаблона для квалификации поведения экономического агента у аналитиков остается весьма значительное пространство для интерпретаций, в том числе и смещенных с учетом интересов действующих лиц. Именно этим, вполне вероятно, вызвано ограниченное внимание Порядка-220 к исследованию этого аспекта.

Несколько упростить анализ может принятие предпосылки о том, что поведение представляет собой не беспорядочный набор спонтанных действий и даже не основывается на решении задач оптимизации «с нуля» для каждой ситуации, а базируется на наборе правил, разработанном агентами для оптимального решения стоящих перед ними задач, в том числе и для ответов на внешние изменения, и применяемом ими систематически.

Этот набор правил может быть даже формализован фирмой в рамках уставов, торговых практик, этических кодексов и т. п. Но подобные документы способны и вводить в заблуждение регуляторов и исследователей, поскольку нет никаких гарантий, что они имеют не декларативный характер, а применяются на практике.

Тем не менее, оценка поведения фирм может, на наш взгляд, проводиться с помощью разнообразных косвенных показателей. Они могут основываться на наблюдении за показателями деятельности компании (или ряда компаний) на рынке в течение протяженного периода времени. Исследователь при этом основывается, строго говоря, на результатах функционирования фирмы и рынка в целом и не видит непосредственно поведения. Но набор этих результатов (возможно, при принятии дополнительных предпосылок – к примеру, предпосылки о

рациональности агентов), позволяет восстановить те правила поведения, которыми руководствовались агенты, и потом уже квалифицировать это поведение тем или иным образом. Надо отметить, что подобный подход получил распространение в рамках «новой эмпирической теории отраслевых рынков» (далее она будет рассмотрена подробнее).

К примеру, установившаяся на рынке цена является показателем результата деятельности фирмы и рынка. Однако динамика изменения этой цены в условиях меняющихся параметров рынка может позволить восстановить фактическую стратегию ценообразования фирмы, то есть правила, лежащие в основе ее поведения в данной сфере.

В частности, при анализе банковской сферы часто используется показатель состязательности (“contestability”), рассчитанный на основе модели Дж. Панзара и Дж. Росса [Panzar, Rosse, 1987]¹. Он связан с оценкой корреляции между ценами факторов производства и ценами продукции, что позволяет выявить реакцию фирм на изменение издержек, а, следовательно, косвенно прояснить их ценовые стратегии.

Модель Дж. Панзара и Дж. Росса предполагает расчет уравнения со следующей спецификацией (приводится по работе [Tuladhar, Vems, Andritzky, 2007], авторы которой применили модель к банковскому сектору Словении в рамках исследования МВФ):

$$\ln p_{it}^Y = a + \beta^L \ln p_{it}^L + \beta^K \ln p_{it}^K + \beta^F \ln p_{it}^F + \varepsilon_{it}, \quad (1)$$

где p_{it}^Y – отношение процентного дохода к общему объему активов, приносящих доход, т. е. эквивалент цены продаж банка, p_{it}^L – отношение расходов на персонал к количеству работников (или человеко-часов рабочего времени), что отражает цену труда для банка, p_{it}^K – отношение прочих операционных и управленческих расходов к объему основных средств, что отражает цену основного капитала, p_{it}^F – отношение уплачиваемых процентов к объему заемных средств, что отражает цену оборотного капитала, i – обозначение банка, t – обозначение периода времени. Помимо указанных регрессоров, в качестве независимых переменных могут быть введены и другие существенные факторы.

После проведения регрессионного анализа коэффициенты регрессии при ценах факторов суммируются и формируют статистику H :

$$H = \sum_{j=\{L,F,K\}} \beta_j \quad (2)$$

Данная статистика и является итоговым показателем состязательности на исследуемом рынке. Авторы модели показали, что значение H , равное единице, соответствует совершенной конкуренции на

¹ Panzar J., Rosse, J. Testing For "Monopoly" Equilibrium // The Journal of Industrial Economics. 1987. Vol. 35, No. 4. P. 443 – 456.

рынке, а в случае монополии оно должно быть отрицательным², в интервале между ними находятся различные варианты монополистической конкуренции [Panzar, Rosse, 1987, pp. 445, 452].

Интуитивный смысл этого показателя понятен: в условиях конкурентного давления производители вынуждены жестко привязывать цены к издержкам, и в этих условиях изменение последних серьезно отразится на ценах. В случае же существования монополии реакция на цены факторов производства должна быть существенно более умеренной.

В рамках банковской сферы данный показатель довольно активно использовался для оценки состояния конкуренции в ряде стран и проходил через некоторые модификации [Claessens, Laeven, 2004; Дробышевский, Пащенко 2006, с. 17-18] (в работе [Bikker, Spijerdijk, Finnie, 2006] указана даже систематическая ошибка, которая, по мнению авторов, сопровождала все исследованные ими 28 предшествовавших работ по данной модели). На наш взгляд, показатель из модели Панзара-Росса может применяться и в других областях экономической деятельности. Следует также отметить, что существуют и другие модели, позволяющие оценить степень «конкурентности» поведения и часто используемые в рамках изучения банковской сферы – к примеру, модель Бреснахана [Bresnahan, 1982; Дробышевский, Пащенко, с. 16-18].

1.3. Показатели результатов

Показатели третьей группы – результаты рыночного взаимодействия – могут быть оценены, во-первых, с точки зрения итоговых показателей для производителей и потребителей на отраслевом рынке в терминах цен и объемов, финансовых показателей фирм и их изменения, во-вторых, с точки зрения динамики других параметров отрасли, в частности внедрения инноваций. Определение состояния конкуренции *post factum*, на основе итогов деятельности компаний, чаще всего связано с рыночной властью. Методика оценки рыночной власти основана, как правило, на расчете индекса Лернера – фактически соотношения цены и предельных издержек – или подобных ему показателей. Их иное название – показатели РСМ (*price cost margin*)³.

Вообще говоря, показатель РСМ рассчитывается для каждой фирмы, но его можно обобщить и на отрасль в целом, агрегировав с весами, соответствующими рыночным долям фирм в объеме продаж или в добавленной стоимости [Nickell, 1996, p. 733; Woone et al., 2007, p. 2-3; Woone, 2008, p. 1257]. Отметим, что в этом случае также требуется определение границ продуктового рынка, но, в отличие от структурных показателей, точность этого определения необязательно окажет

² Хотя отрицательное значение, вообще говоря, необязательно свидетельствует именно о монополии.

³ Здесь и далее индекс Лернера и РСМ используются как синонимы.

решающее влияние на результат. К примеру, в случае монополистической конкуренции двух схожих фирм включение их обеих в границы одного рынка (вместо разделения этих рынков) существенно изменит показатели концентрации, но в случае примерного равенства РСМ не приведет к изменению значения этого показателя в рамках всего рынка относительно двух отдельных рынков.

Но такая методика связана с проблемой определения экономических предельных издержек предприятий, которые, во-первых, различаются по предприятиям, во-вторых, не всегда прозрачны. Кроме того, как справедливо замечает, к примеру, Ян Боон, даже при активной конкуренции норма экономической прибыли может оставаться относительно высокой. Дело в том, что активная конкуренция приводит к повышению совокупной рыночной доли наиболее эффективных фирм, обладающих высокой рентабельностью [Boone et al., 2007, p. 3]. В этой ситуации среднерыночный индекс Лернера может оказаться относительно высоким в условиях интенсивной конкурентной борьбы. Наконец, даже в условиях активной конкуренции более эффективные фирмы, обладающие низким уровнем издержек, будут иметь относительно более высокий уровень РСМ, который может сохраняться достаточно долго [Demsetz, 1973, p. 1-3]. Но последнее совсем не означает наличия у них рыночной власти и уж тем более ослабления конкуренции на рынке. Более подробно недостатки использования индекса Лернера для оценки конкуренции на рынке изложены в специальной работе Ф. Фишера [Fisher, 1987].

Интересную методику оценки состояния конкуренции через финансовые показатели фирм предложил сам Ян Боон с соавторами [Boone et al., 2007; Boone, 2008].

В статье [Boone, 2008] Я. Боон предлагает оценку конкуренции с помощью показателя RPD (relative profit difference) рассчитываемого следующим образом:

$$RPD = \frac{\pi(n^{**}) - \pi(n)}{\pi(n^*) - \pi(n)} > 0, \quad (3)$$

где π – это переменная прибыль фирмы, т. е. разница между выручкой фирмы и переменными издержками, а n , n^* и n^{**} – условные показатели эффективности деятельности фирм, причем $n^{**} > n^* > n$. Предполагается, что переменные издержки возрастают с ростом объема продукции при фиксированной эффективности и убывают (нестрого) с ростом показателя эффективности при фиксированном объеме производства. При прикладном применении в качестве общего правила за переменную прибыль может быть принята разность между выручкой и себестоимостью продаж.

Вербально применение RPD можно описать следующим образом. Показатель RPD равен соотношению разностей в прибылях между парами фирм с большими и меньшими различиями в эффективности. Интуитивно можно ожидать, что в условиях интенсивной конкуренции значение RPD окажется высоким: фирмы будут вознаграждаться существенной дополнительной прибылью за «дополнительное повышение эффективности». В условиях же слабой конкуренции дополнительное повышение эффективности с n^* до n^{**} мало принесет фирме с точки зрения дополнительной прибыли, и в этом случае RPD будет близок к единице (автор предполагает, что прибыль монотонно возрастает по эффективности [Boone, 2008, p. 1253], и поэтому RPD не принимает значения меньше единицы).

В работе [Boone et al., 2007] данный подход рассмотрен более подробно с прикладной точки зрения. Исследовав финансовые показатели фирм, авторы эконометрически оценивают показатели эластичности прибыли фирмы по размеру ее предельных издержек. Показатель назван PE (profit elasticity). Предполагается, что в условиях интенсивной конкуренции эластичность будет высокой по модулю (конечно же, с отрицательным знаком), поскольку при небольшом повышении издержек фирма сразу будет «расплачиваться» существенным потерями прибыли.

Авторы работы оценивают следующую модель [Boone et al. 2007, p. 7]:

$$\ln(\pi_i) = \alpha - \beta \ln(c_i), \quad (4)$$

где π_i - прибыль i -й фирмы, а c_i - средние переменные издержки i -й фирмы (используются для аппроксимации предельных издержек). Соответственно, значение PE равняется коэффициенту β (показатель эластичности).

Показатели, рассмотренные этой группой исследователей, в значительной мере нацелены на преодоление проблемы индикаторов РСМ и ННИ, связанной с перераспределением продаж в пользу более эффективных фирм в ходе активной конкурентной борьбы. Этот процесс, являющийся частью конкурентной борьбы, приведет как к росту концентрации, так и, вполне возможно, к увеличению среднерыночного уровня индекса Лернера. Индексы же, предлагаемые Я. Бооном с соавторами, должны, напротив, корректно продемонстрировать усиление конкуренции [Boone, 2008, p. 1246]. Поэтому оценки, сделанные с их помощью, должны быть точнее, что и подтверждают авторы на основе симуляционного моделирования отраслевых рынков, участники которых взаимодействуют по Курно.

Суть преимущества индикаторов RPD и PE состоит в том, что они не предполагают выводов исключительно на основании уровня и

динамики рентабельности предприятий и отраслей. Проблема состоит в том, что в составе рентабельности могут сочетаться эффекты как монополизации, так и эффективности предприятия. При применении же RPD и PE речь скорее идет о реакции прибыли на изменение эффективности фирмы или ее издержек (которые могут служить прокси-переменной для эффективности). В этом смысле прослеживается их параллель и с моделью Панзара-Росса [Woone et al., 2007, p. 6]. Благодаря этому эти показатели могут открывать больше простора для универсализации показателя между различными отраслями и периодами времени, хотя это нуждается в дальнейших исследованиях. Но следует признать, что и у этих измерителей остаются проблемы, связанные с расчетом реальных экономических издержек предприятий.

Эмпирические расчеты работы [Woone et al., 2007] по различным отраслевым рынкам голландской экономики привели к достаточно любопытным результатам. Так, было показано, что показатель интенсивности конкуренции PE выше для крупных предприятий (более 50 работников), а не для малых и средних, а также для обрабатывающей промышленности по сравнению со сферой услуг. Но к тем же результатам приводит и анализ соответствующих индексов Лернера.

При расчетах корреляции между показателями PE, индексом Лернера и НИИ в работе [Woone et al., 2007] обнаружилось, что статистически значимой связи между индексом Лернера и НИИ нет. Это еще раз подтверждает проблемы в использовании этих двух наиболее распространенных при оценке конкуренции показателей. Что же касается корреляции между PE и НИИ, то она оказалась положительной: интенсивная конкуренция по мерке Я. Боона и соавторов сопровождается высоким уровнем концентрации, что авторы объясняют эффектом перераспределения доли продаж в пользу более эффективных фирм в условиях конкуренции и уходом с рынка неконкурентоспособных фирм, что ведет одновременно к росту показателя концентрации. В то же время PE и индекс Лернера показали отрицательную корреляцию, что вполне ожидаемо: рост PE соответствует усилению конкуренции, так же как и снижение индекса Лернера. То есть эти два измерителя в целом демонстрируют схожие результаты, хотя в некоторых случаях они расходятся. Это касается рынков с высоким уровнем концентрации и небольшим числом фирм, то есть как раз тех случаев, к которым антимонопольные регуляторы вынуждены относиться наиболее внимательно – и это еще раз говорит о необходимости дополнительных размышлений над корректными индикаторами интенсивности конкуренции в спорных случаях.

ФАС России (п. 9.4 Порядка-220) предписывает при анализе результатов рыночного взаимодействия исследовать, в соответствии с понятиями о рыночной власти, прибыльность фирм, а также динамику цен и объемов на товарном рынке. Таким образом, индексу Лернера

может найтись место при анализе, хотя в явном виде необходимость его учета не рассматривается. Здесь же надлежит рассматривать открытость рынка (очевидно, не с точки зрения барьеров, а по численности и результатам имеющихся входов на рынок).

Важно то, что закон предусматривает при принятии решения о наличии доминирования также и анализ стабильности рыночных долей (п. 2 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О защите конкуренции»). Этот показатель тоже может быть причислен к группе методических механизмов оценки конкуренции по результату, и в определенной степени он имеет параллель с анализом рынка в методологии Я. Боона и соавторов. Во всяком случае, здесь может быть зафиксирован эффект перераспределения долей на рынке, который может оказать влияние на традиционные индикаторы конкуренции.

Но проблема отечественного регулирования состоит в том, что методика применения того и другого показателя результатов функционирования рынка, несмотря на весь имеющийся потенциал – и даже имеющуюся нишу в нормативных правовых актах – отсутствует.

Интерес представляет и наличие в Порядке-220 предложения об анализе в рамках оценки результатов функционирования рыночной структуры еще и «уровня технического развития» и «частоты появления новых товаров». Это, с одной стороны, позволяет взглянуть на конкуренцию более разносторонне, не ограничиваясь показателями цен и объемов. В то же время влияние той или иной рыночной структуры на такую «инновационную» динамику неочевидно. Напротив, в шумпетерианской традиции высокую инновационную активность можно считать сигналом присутствия монополии. Рассмотрение этих показателей представляет важность скорее с точки зрения приемлемости существующей структуры (какой бы она ни была) данного отраслевого рынка для общества. Эта методика в какой-то мере позволяет проводить анализ в идеологии «компромисса Уильямсона» [Williamson, 1968], в соответствии с которым снижение издержек (в данном случае – ускорение развития) в отрасли может оправдать повышение концентрации и переход к более монополизированной рыночной структуре.

2. Оценка конкуренции в контексте эволюции исследовательских подходов

Исследования в сфере отраслевых рынков постоянно затрагивают оценки положения и поведения компаний на рынке, а следовательно, имеют дело с рыночной структурой. Вместе с тем какая-либо квантификация интенсивности конкуренции имеет место далеко не всегда.

Следуя недавнему обзору эмпирических исследований отраслевых рынков Л. Эйнава и Дж. Левина из Стэнфорда, можно выделить два этапа этих исследований [Einav, Levin, 2010]. Первый из них (до 1980-х гг.) связан с эконометрическим анализом широких выборок предприятий из различных отраслей в целях, как правило, выявления связей между показателями рыночной структуры, в частности рыночной концентрацией, и результатами функционирования товарного рынка. Этот подход во многом основан на уже упоминавшейся парадигме «Структура – поведение – результат». Эмпирические исследования в данном случае становились «подпоркой» для этой концепции.

Принципиальные проблемы, возникшие в развитии этого этапа, были в значительной мере связаны с эндогенностью: характеристики структуры рынка и зависимые переменные (к примеру, уровень рыночной власти, рентабельность участников рынка) могли попадать под влияние одних и тех же посторонних факторов, либо же рыночная структура могла определяться итоговыми показателями фирм, а не наоборот [Schmalensee, 1989, p. 954].

Второй этап, получивший название «Новая эмпирическая теория отраслевых рынков» (New Empirical Industrial Organization, NEIO) [Bresnahan, 1989, p. 1012], сформировался в 1980-х гг. Он основан на анализе индивидуальных рынков и их специфических черт, обуславливающих те или иные формы рыночной организации и, в последующем, количественные параметры рынка и финансовые результаты его участников. При этом NEIO в большей степени опирается на достижения экономической теории отраслевых рынков. На основе оценки рыночного спроса и издержек с учетом специфических факторов конкретного товарного рынка можно оценить как характеристики сложившегося равновесия с позиций конкуренции, так и влияние различных факторов на состояние конкуренции в отрасли.

Как отмечают Л. Эйнав и Дж. Левин, переход к NEIO стал не только существенным шагом вперед с научной точки зрения, но и намного расширил поле для применения экономического анализа со стороны антимонопольных регуляторов в США: «Тридцать лет назад [т.е. в 1980 г.] при рассмотрении антимонопольных дел обычной

практикой было исходить из простых измерений концентрации, таких как коэффициент концентрации или индекс Герфиндаля-Хиршмана. <...> Теперь Департамент юстиции и Федеральная торговая комиссия <...> обычно предпринимают детальные эконометрические исследования для определения границ рынка и вероятности увеличения цен или монополистического поведения после слияния» [Einav, Levin, 2010, p. 152].

Такое развитие событий вполне обоснованно, ведь применение методик NEIO позволяет в первую очередь обращаться к рассмотрению поведения фирм на данном рынке. Одним из разработчиков этого направления был уже упоминавшийся в контексте моделирования поведения участников рынка Т. Бреснахан, отметивший: «Поведение фирмы и отрасли рассматриваются как неизвестный параметр, подлежащий оценке» [Bresnahan, 1989, p. 1012].

Но в то же время движение в данном направлении привело и к некоторым ограничениям потенциала экономического анализа. Фокус внимания на изучении отдельных рынков может оказаться недостаточным для обобщенных выводов о функционировании рынков в масштабах экономики в целом, даже несмотря на возможность распространения выводов с одного отраслевого рынка на сопоставимые. Также в связи с концентрацией внимания на отдельных рынках не столь актуальна потребность в универсальном показателе для измерения интенсивности конкуренции на различных рынках в различные периоды времени, и уж тем более в национальной экономике.

Таким образом, рассматриваемый вопрос об универсальном измерителе конкуренции оказался отнесенным на второй план. Для NEIO это действительно не так необходимо: оценки состояния и перспектив конкретного рынка можно проводить и без этого. При принципиальном изменении методов и подходов к анализу сами показатели конкуренции не сильно изменились. Комментируя этот вопрос, Ф. Агийон и Р. Гриффит в 2005 г. отмечали, что в последних работах применяется индекс Лернера (названный ими также мерой ренты), имеющий преимущество перед альтернативами в виде рассмотрения рыночных долей или индекса Герфиндаля-Хиршмана. Также для оценки интенсивности конкуренции используется доля импорта и результаты опросов [Aghion, Griffith, 2005, p. 22-29, p. 59].

Соотношение уровня цен и издержек, обозначаемое как индекс Лернера или РСМ, необязательно измеряется напрямую и без корректировок. К примеру, в известной работе А. Нево о рынке готовых завтраков из злаков РСМ рассчитывается не только напрямую, но и косвенно, без использования непосредственно данных об издержках, на основе моделирования функции спроса и использования различных моделей стратегии ценообразования фирмы [Nevo, 2001].

Но в любом случае индекс Лернера (PCM) продолжает доминировать среди индикаторов интенсивности конкуренции со всеми вытекающими из этого недостатками. Более того, в эмпирических исследованиях для прикладных целей по-прежнему большую и порой решающую роль играют и показатели рыночной концентрации.

Наличие разнообразных показателей оценки состояния конкуренции не упрощает его квантификацию. Распространенные на практике показатели – доли крупнейших фирм, индекс Лернера, индекс Герфиндаля-Хиршмана – сталкиваются с приведенными выше содержательными ограничениями, альтернативные количественные методики порой требуют детальных, в ряде случаев недоступных данных, и недостаточно распространены, чтобы на их основе проводить сравнительный анализ, тем более межстрановое сопоставление.

Ограничения на использование ряда объективных показателей, особенно при рассмотрении центральной характеристики состояния конкуренции – поведения фирм, – заставляют пользоваться также методикой опроса. Достаточно известен опрос руководителей предприятий, ежегодно проводимый Всемирным экономическим форумом (ВЭФ). В рамках этого опроса респондентов из различных стран просят напрямую оценить интенсивность конкуренции, степень рыночной концентрации и эффективность антимонопольной политики в стране, наряду с другими показателями национальной экономики. Вопросы, касающиеся интенсивности конкуренции, включаются и в другие исследования. К примеру, опрос BEEPS (Business Environment and Enterprise Performance Survey), проводимый ЕБРР и Всемирным Банком, посвящает ряд вопросов конкуренции со стороны теневого сектора, а также влиянию конкуренции на стимулы предпринимателя.

Проблема опросов очевидна: они отражают субъективные ощущения предпринимателей, которые смогут заявить скорее о восприятии конкуренции, а не о реальной ситуации. С другой стороны, подобные исследования позволяют получить ответ на прямой вопрос об интенсивности конкуренции, что снимает проблему неоднозначной интерпретации показателей концентрации и рыночной власти.

Квантификация качества конкурентной политики или ее «защитной» ветви – антимонопольной политики – связана не только со сложностью оценки изменения состояния конкуренции – основного критерия оценки деятельности регуляторов в данной сфере, но и с очевидной сложностью выделения вклада регуляторов в это изменение.

Одним из подходов к оценке антимонопольной политики является оценка полноты соответствующего законодательства: такая попытка была продемонстрирована, в частности М. Николсоном из Федеральной торговой комиссии США [Nicholson, 2004]. Он рассмотрел

антимонопольное законодательство ряда стран и подсчитал количество требований, которые реализованы в законодательстве. Лидером по этому показателю стали США. Вместе с тем сам М. Николсон подчеркивает, что это характеризует лишь законы «на бумаге». Близкий метод для анализа законодательства более широкой группы стран применили К. Хилтон и Ф. Денг [Hylton, Deng, 2007]. Распространен также метод экспертных оценок и опросов. В частности, авторитетный рейтинг качества деятельности антимонопольных служб проводится изданием *Global Competition Review*. Другим известным показателем является мнение респондентов об антимонопольной политике в рамках вышеупомянутого опроса ВЭФ.

Заключение

Сложности количественной оценки состояния конкуренции и конкурентной политики затрудняют количественный анализ факторов конкуренции и результативности конкурентной политики, их сравнительный анализ в разрезе различных рынков и временных периодов.

Это порождает развилки в сфере эмпирического анализа отраслевых рынков. Во-первых, возникает вопрос о расчете (и создании соответствующей методики) большего количества показателей, позволяющих измерить интенсивность конкуренции. Примерами могут служить показатели из моделей Боона или Панзара-Росса, рассмотренные выше. С одной стороны, они могут позволить прийти к более точным и менее спорным выводам в рамках оценки конкуренции. С другой стороны, возможные «противоречия в показаниях», да и сами необходимые расчеты могут повысить трансакционные издержки исследований как в целях применения антимонопольного законодательства, так и в научных целях. Во-вторых, возникает вопрос о важности и целесообразности развития обобщенного эмпирического анализа конкуренции вне рамок отдельных отраслей и секторов экономики. Вопрос о необходимости возвращения к этой проблеме ставят, в частности, Л. Эйнав и Дж. Левин [Einav, Levin, p. 160]. Исследования в этом направлении необязательно принесут значимые плоды с точки зрения конкретных регуляторных проблем и антимонопольных дел, но могут оказаться полезными с точки зрения формирования национальной конкурентной политики и стимулирования экономического развития за счет ее применения.

Литература

Дробышевский С., Пащенко С. [2006]. Анализ конкуренции в российском банковском секторе. – М.: ИЭПП.

Aghion P., Griffith R. [2005]. Competition and Growth. Reconciling Theory and Evidence. – Cambridge, USA: MIT Press.

Bikker J., Spijerdijk L., Finnie P. [2006]. Misspecification of the Panzar-Rosse Model: Assessing Competition in the Banking Industry / DNB Working Paper No. 114.

Blundell R., Griffith R., Van Reenen J. [1999]. Market Share, Market Value and Innovation in a Panel of British Manufacturing Firms // The Review of Economic Studies. 1999. Vol. 66, No. 3. P. 529-554.

Boone J. [2008]. A new way to measure competition // The Economic Journal. No. 118. P. 1245-1261.

Boone J., Ours J. C. van, Wiel H. van der. [2007]. How (not) to measure competition / CentER Disc. Paper No. 32.

Bresnahan T. [1982]. The oligopoly solution concept is identified // Economic Letters. No. 10. P. 87-92.

Bresnahan T. [1989]. Empirical studies of industries with market power / Handbook of Industrial Organization / Ed. R. Schmalensee, R. Willig. – Elsevier Science Publishers B. V. P. 1011-1057.

Claessens S., Laeven L. [2004]. What Drives Bank Competition? Some International Evidence // Journal of Money, Credit and Banking. Vol. 36, No. 3. P. 563-592.

Demsetz H. [1973]. Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy // Journal of Law and Economics. Vol. 16, No. 1. P. 1-9.

Einav L., Levin J. [2010] Empirical Industrial Organization: A Progress Report // Journal of Economic Perspectives. Vol. 24, No. 2. P. 145-162.

Fisher F. [1987]. On the Misuse of the Profits-Sales Ratio to Infer Monopoly Power // The RAND Journal of Economics. Vol. 18, No. 3. P. 384-396.

Hylton K., Deng F. [2007]. Antitrust around the world: an empirical analysis of the scope of competition laws and their effects // Antitrust Law Journal. No. 2, Vol. 74. P. 271-341.

Nevo A. [2001]. Measuring Market Power in the Ready-to-Eat Cereal Industry // Econometrica. Vol. 69, No. 2. P. 307-342.

Nicholson M. [2004]. Quantifying Antitrust Regimes / FTC, 2004 // <http://www.ftc.gov/be/workpapers/wp267.pdf>.

Nickell S. [1996]. Competition and Corporate Performance // The Journal of Political Economy. Vol. 104, No. 4. P. 724-746.

Panzar J., Rosse, J. [1987]. Testing For "Monopoly" Equilibrium // The Journal of Industrial Economics. 1987. Vol. 35, No. 4. P. 443-456.

Schmalensee R. [1989]. Inter-Industry Studies of Structure and Performance / Handbook of Industrial Organization / Ed. R. Schmalensee, R. Willig. – Elsevier Science Publishers B. V. P. 951-1009.

Tuladhar A., Bems R. , Andritzky J. [2007]. Republic of Slovenia: Selected Issues. – IMF.

Williamson O. [1968]. Economies as an Antitrust Defense: The Welfare Tradeoffs // The American Economic Review. Vol. 58, No. 1. P. 18-36.

Summary

A. Kurdin

Alternative Indicators of the Intensity of Market Competition

The paper is devoted to the analysis of different approaches to formation and measurement of indicators reflecting the intensity of market competition. The approaches and specific indicators are considered and compared according to their theoretical consistency, relevance for the estimation of specific markets, measurement problems and their potential for inter-industrial and intertemporal comparison.