

**Алейникова И. С.**, аспирантка,  
Уральский государственный  
университет, экономический  
факультет, г. Екатеринбург,  
*aleynikova\_irene@mail.ru*

**Евтюхов С. А.**, канд. техн.  
наук, доцент, Уральский  
институт Государственной  
противопожарной службы МЧС  
России, Уральский государственный университет,  
экономический факультет, г. Екатеринбург, *s.lukyanov@mail.ru*

**Лукьянов С. А.**, докт. экон. наук, доцент, Уральский государственный университет,  
экономический факультет, г. Екатеринбург, *s.lukyanov@usu.ru*



## ВХОДНЫЕ БАРЬЕРЫ КАК ВАЖНЕЙШАЯ ДИНАМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННЫХ РЫНКОВ: ПОДХОДЫ РАЗЛИЧНЫХ ШКОЛ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ<sup>1</sup>

*Целью данной работы является обзор основных школ и подходов экономики отраслевых рынков к определению входных барьеров, а также их детерминирование, как центральной характеристики структуры рынка.*

**Ключевые слова:** барьеры входа, конкуренция, издержки входа, ограничения конкуренции, структура рынков.

### Введение

О тличительной чертой современных российских рынков являются существенные ограничения конкуренции всех его агентов. Так, в последние годы в российской научной экономической литературе были выявлены существенные структурно-технологические и поведенческие барьеры входа для рын-

ков автомобильного бензина, алюминия, лесопромышленного комплекса, сахара<sup>2</sup>, машиностроения<sup>3</sup>, авиационных пассажирских перевозок<sup>4</sup>, сектора обществен-

<sup>2</sup> Авдашева С.Б., Розанова Н.М., Поповская Е.В. Вертикальные ограничения в российской экономике. — М.: Экономический факультет МГУ, 2000, 81 с.

<sup>3</sup> Кадочников С.М., Авдашева С.Б., Голованова С.В. Межфирменная кооперация: анализ развития кластеров в России // Российский журнал менеджмента, Т. 8, № 1, 2010.

<sup>4</sup> Лукьянов С.А., Тиссен Е.В., Кисляк Н.В. Рынок авиационных пассажирских перевозок России: квази-конкуренция или...? // Вопросы экономики, № 11, Мо-с-ква, 2007.

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках проекта Центра фундаментальных исследований НИУ ВШЭ «Конкурентная политика и антимонопольное законодательство».

ного питания и услуг<sup>5</sup> и др. Важнейшими инструментами такого ограничения конкуренции считаются высокие входные барьеры, отсутствие динамичности структуры большинства отраслей, высокая концентрация отраслей.

Ситуацию с развитием конкуренции усложняет также второстепенность отечественного рынка для крупнейших национальных продавцов, активно конкурирующих на глобальном рынке. На подобных рынках стимулы участников к отказу от соперничества достаточно сильны; кроме того, возможности крупных компаний ограничивать конкуренцию в одностороннем порядке также являются достаточно большими<sup>6</sup>.

Исследования входа в отрасль или рынок (здесь будет использоваться допущение микроэкономического анализа о субституции категорий «отрасль» и «рынок») и выхода из отрасли получили заметное развитие со времен зарождения теории отраслевых рынков как самостоятельной области экономических исследований, и, в первую очередь, связаны с пионерскими трудами Дж. Бэйна<sup>7</sup>. Начиная с 50-х годов XX века, периода выхода в свет работ Дж. Бейна, и до сегодняшнего дня проблема развития конкуренции и оценки условий входа в отрасль является доминирующей в рамках экономики отраслевых рынков, что, безусловно, породило множество, иногда и противоречивых, подходов и концепций к определению отраслевых входных барьеров.

<sup>5</sup> Office of Fair Trading // Assessment of Market Power, OFT, London, 1999.

<sup>6</sup> Авдашева С. Б. Развитие и применение антимонопольного законодательства в России: по пути достижений и заблуждений. Доклад Центра фундаментальных исследований в Институте анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ. Москва, НИУ ВШЭ, 2011.

<sup>7</sup> Bain J. Barriers to New Competition. Cambridge, Mass., Harvard Univ. Press, 1956.

## Вход новых компаний на рынки: основные детерминанты и дефиниции

Исходя из традиционного представления из теории отраслевых рынков, положительная экономическая прибыль в равновесии является стимулом к входу в отрасль новичков.

Во-первых, новички выполняют на рынке «функцию уравнивания»; уровни прибыльности и цен возвращаются к их долгосрочному конкурентному уровню.

Во-вторых, новички рассматриваются как «субъекты изменения». Опасность появления новых игроков заставляет существующие компании выпускать новые продукты, использовать новые процессы. С этой точки зрения, маленькие фирмы не стараются стать уменьшенными копиями больших компаний, а стремятся обеспечить вход в отрасль с помощью инновационной деятельности. В результате, новички на рынке очень важны также из-за их «нарушающего» влияния на равновесие<sup>8</sup>. Таким образом, они играют важную роль в динамике рынка и конкуренции.

Исходя из данных аргументов, вход — это важная характеристика, влияющая на динамику отрасли. Если существуют барьеры входа, то это определяет развитие промышленности и уровень экономического благосостояния. Более того, снижение барьеров входа или препятствование их появлению является важным компонентом конкурентной политики. Снижение барьеров входа рассматривается как одна из важнейших политических задач<sup>9</sup>.

Британский комитет по конкуренции определяет вход новичка как ситуацию, при которой образуется новое предприятие или но-

<sup>8</sup> Audretsch D. B., Mata J. The post-entry performance of firms: Introduction, International Journal of Industrial Organization, 1995, vol. 13, pp. 413–419.

<sup>9</sup> Burke A. E., To T. Can reduced entry barriers worsen market performance? A model of employee entry, International Journal of Industrial Organization, 2001, vol. 19, no. 5, pp. 695–704.

вые производственные мощности в отрасли<sup>10</sup>. Вход в отрасль может принимать различные формы, например: новая фирма, только начинающая производство в отрасли; существующая компания, которая осваивает новую отрасль; существующая компания, приобретающая активы в данной отрасли; существующая компания, которая приспосабливает, модернизирует свой старый продукт; иностранная фирма, осуществляющая вход одним из четырех способов<sup>11</sup>. Можно предположить, что барьеры входа делятся, исходя из разных форм входа в отрасль.

Объем входа (в терминах производственных мощностей) влияет впоследствии на существующие компании. Они должны «пропускать» на рынок маленьких новичков и «придерживать» вход более крупных конкурентов. Если новичок входит с большими производственными мощностями, то он создает серьезную угрозу для действующих фирм. При таких обстоятельствах они скорее станут агрессивно настроены и, например, будут снижать цены. Таким образом, возможности потенциальных новичков могут оказывать влияние на реакцию со стороны действующих фирм.

Входные барьеры влияют на решение новичков о входе на рынок. Если барьеры слишком высоки, маленькие фирмы примут решение не входить на рынок. Это будет иметь негативный эффект на конкуренцию и динамику отрасли, в результате чего могут вырасти цены и/или снизится качество и объем инноваций.

### Основные школы и подходы к определению барьеров входа

В рамках подхода теории отраслевых рынков можно выделить следующие кон-

цепции, детерминирующие отраслевые барьеры входа: структурное определение Дж. Бэйна; определение Чикагской школы; нормативное определение; определение с позиций укоренившихся фирм; определение в рамках контрактного подхода; определение с точки зрения преимуществ интернализации.

По мнению Дж. Бэйна, входным барьером является все, что позволяет укоренившимся фирмам получать сверхприбыли без угрозы входа на рынок новичков. Высота входных барьеров может быть оценена на основе сравнения объема прибыли укоренившихся фирм до входа и объема прибыли вошедших в отрасль фирм после входа. Таким образом, барьер существует, если входящие в отрасль фирмы не могут получить прибыль в таком же объеме, в каком ее получали укоренившиеся фирмы до входа. Предположим, что  $P_i(x_1^*, \dots, x_n^*)$  является прибылью  $n$  укоренившихся фирм в отрасли, где  $x_i$  представляют собой объемы выпуска этих фирм до входа в отрасль новых фирм. Также пусть  $P_e(x_1^{**}, \dots, x_n^{**})$  — прибыль входящих в отрасль фирм с объемами производства после входа в размере  $x_e^{**}$ . Дж. Бэйн предлагает оценивать высоту входных барьеров следующим образом:  $P_i - \max [P_e, 0]$ . Исходя из этого определения, Дж. Бэйн фокусирует внимание на последствиях от барьеров входа, например, установление цен, превышающих уровень долгосрочного равновесия при совершенной конкуренции<sup>12</sup>.

Вследствие этого считается, что в отрасли с более высокими входными барьерами прибыли выше, чем в отраслях с более низкими барьерами. Чтобы изучить влияние и высоту входных барьеров, можно сфокусироваться на более успешных потенциальных новичках, а не на усредненном варианте. Неявно существует предположение, что из всего множества новичков, которые войдут на рынок, самые эффективные и успеш-

<sup>10</sup> Office of Fair Trading // Assessment of Market Power, OFT, London, 1999.

<sup>11</sup> Geroski P. A. Domestic and foreign entry in the United Kingdom: 1983–1984, in: P. A. Geroski and J. Schwalbach, Entry and market contestability: An international comparison, 1991, Blackwell, Oxford, UK.

<sup>12</sup> Bain J. Barriers to New Competition. Cambridge, Mass., Harvard Univ. Press, 1956.

ные сделают это первыми. Если обнаружилось, что такой новичок справляется хуже, чем действующая фирма, то говорят о существовании входных барьеров.

Альтернативное определение отраслевых барьеров было предложено Ж. Стиглером<sup>13</sup>, оно основывается на асимметрии укоренившихся фирм и новичков. По мнению представителей Чикагской школы, входные барьеры — это затраты производства, которые должна нести фирма, стремящаяся войти в отрасль, но не несут фирмы, уже находящиеся в отрасли. То есть, если  $C_i(x)$  и  $C_e(x)$  — издержки производства укоренившихся фирм и фирм-новичков, то высота барьера по Стиглеру может быть оценена как  $C_e(x) - C_i(x)$ . Таким образом, Ж. Стиглер игнорирует барьеры, создаваемые источниками, основанными на доходах.

Разница в определении между разными школами заключается в различии между новичком и действующей фирмой после входа. Следуя логике Чикагской школы, барьер входа существует, если условия вхождения для действующей фирмы были менее сложны, чем для новичка теперь. Действующие фирмы и новички оказываются в разной степени успешны, если принять во внимание затраты на вхождение в отрасль. Например, новичку приходится преодолевать большее сопротивление со стороны потребителей (говоря, к примеру, об издержках потребителей, связанных со сменой марки потребления или лояльности к бренду). Структуралистская школа сравнивает состояние до и после входа и акцентирует внимание на структурных условиях, на которые могут влиять действующие фирмы.

Практическое различие между двумя определениями состоит в том, относится ли экономия от масштаба к барьерам входа. По определению Дж. Бэйна, в отличие от Ж. Стиглера, экономия от масштаба является входным барьером, потому что те-

кущие производственные издержки (издержки, не связанные со входом в отрасль) у крупной укоренившейся фирмы будут ниже, чем у новичка.

Фон Вайцзекер<sup>14</sup> представил нормативный анализ теории Ж. Стиглера, определившего барьеры входа как «издержки производства (при определенном или каждом уровне выпуска), которые придется понести фирме, входящей в отрасль, но не требуемые от уже действующей фирмы, в которых отражается неравенство в использовании экономических ресурсов с социальной точки зрения». Тот факт, что новички несут такие издержки, которых избегают действующие фирмы, не существенен. Он становится значимым, если асимметрия затрат дополняется неравенством в размещении ресурсов. С точки зрения социально-экономической эффективности это означает, что некоторые барьеры входа желательны (особенно, если деятельность создает положительные внешние эффекты). Если создаются положительные внешние эффекты и при этом деятельность в соответствующей отрасли не защищена в достаточной степени барьерами, то ресурсов, свойственных этой деятельности, должно быть совсем не много. В таком случае вход должен быть ограничен в той степени, чтобы цены на продукты и уровень технологических инноваций находились в оптимальной комбинации. То есть необходимо сделать выбор между статической и динамической эффективностью.

Г. Демсец<sup>15</sup> расширил этот взгляд, утверждая, что то, что называется барьером входа, это эндогенный ответ на потребительские предпочтения (роль внешних эффектов, информационные и трансакционные издержки должны приниматься в расчет). Например, количество брендов может быть ограничено способностью потреби-

<sup>13</sup> Stigler G. J. The organization of Industry, Richard D. Irwin, Homewood, Illinois, 1968.

<sup>14</sup> Weizsacker C. A welfare analysis of barriers to entry, Bell Journal of Economics, 1980, vol. 11, pp. 399–420.

<sup>15</sup> Demsetz H. Barriers to Entry, American Economic Review, 1982, vol. 72, no. 1, pp. 47–57.

лей оценивать альтернативы. Поэтому, изучая входные барьеры, не стоит замыкаться на последствиях только с точки зрения затрат, но следует принимать во внимание потребительские предпочтения и поведение потребителей (например, информация не общедоступна, что связано с оцениванием альтернативных затрат). Это означает, что информационная асимметрия, доступ к каналам дистрибуции и репутация также могут быть барьерами входа.

В противоположность нормативному подходу, Р. Гильберт<sup>16</sup> акцентировал внимание на преимуществах укоренившихся фирм. Согласно четвертой концепции, входные барьеры существуют, если прибыль, которую укоренившаяся фирма зарабатывает как результат существования в отрасли, больше, чем та, что она могла бы зарабатывать, если бы способна была переместить свой капитал в другую отрасль. То есть барьер к входу — рента, которая получена из факта функционирования в отрасли. Подход Р. Гильберта состоит в том, чтобы сосредоточиться на преимуществах функционирования в отрасли, а не на неудобствах, связанных со входом. Укоренившиеся фирмы могут зарабатывать прибыль и исключать одинаково эффективных конкурентов не только из-за преимуществ в издержках производства.

В рамках контрактного подхода анализируются главным образом те отраслевые барьеры входа, существование, величина и эффективность которых может быть описана теорией транзакционных издержек.

Наличие в поведении субъектов рынка таких черт, как ограниченная рациональность и поведенческий оппортунизм, заставляет обращать пристальное внимание на институциональные формы преодоления барьеров входа, не полагаясь на рынок как на фундаментальный механизм согласования интересов экономических агентов. Уча-

<sup>16</sup> Gilbert R., *Views X. Entry Deterrence and the Free Rider Problem* // Rev. Econ. Stud. 1986. Vol. 53. P. 71–83.

стники транзакции должны решить сложную проблему минимизации транзакционных издержек.

Теория транзакционных издержек выделяет по мнению О. Уильямсона следующие основные качественные характеристики экономических транзакций: специфичность инвестиций либо активов; комплексность технологии (*ноу-хау*); частота транзакций. Указанные характеристики могут существенно влиять на величину транзакционных издержек, что, в свою очередь, может рассматриваться как серьезный барьер для входа в отрасль.

В рамках теории интернализации<sup>17</sup> анализ транснациональных (мультинациональных) компаний (МНК) с точки зрения транзакционных издержек выявляет оперирование МНК в высоко концентрированных отраслях<sup>18</sup>, а факторы, влияющие на рост МНК, идентичны причинам возникновения ряда отраслевых барьеров входа. В качестве базовых факторов, определяющих как технологический, так и институциональный рост МНК, иными словами, в качестве базовых преимуществ интернализации, экономисты выделяют следующие: барьеры, связанные с издержками на первоначальный капитал; экономия от масштаба; расходы на рекламу; расходы на исследования и разработки (*R&D*); так называемая организационная сложность<sup>19</sup>. Каждый из факторов, влияющих на рост МНК, может быть детерминирован как источник существования отраслевых входных барьеров. Следовательно, размер отраслевых барьеров входа и масштаб зарубежных инвестиций сильно коррелируемы. Итак, мы имеем предположение о тесной связи между интернализацией

<sup>17</sup> Buckley P. J., Casson M. *The Future of the Multinational Enterprise*. London: Macmillan. 1976; Rugman A. M. *Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets*. New York: Columbia University Press. 1981.

<sup>18</sup> Office of Fair Trading // *Assessment of Market Power*, OFT, London, 1999.

<sup>19</sup> Там же.

и концентрацией продавцов, так как входные барьеры определяют уровень концентрации продавцов в отрасли. Эмпирический анализ подтверждает это предположение. Дж. Данинг<sup>20</sup> обнаружил, что две трети исследованных дочерних компаний оперируют в высококонцентрированных отраслях. Итак, резюмируя рассмотрение барьеров входа с точки зрения теории интернализации, можно сделать следующий вывод. Теория транзакционных издержек МНК предполагает, что МНК не станут осуществлять свою экспансию на совершенно конкурентном рынке. Существование корреляции между уровнем концентрации в отрасли и географической интернализацией МНК (объемами зарубежного инвестирования) позволяет ожидать, что одни и те же факторы рыночной структуры объясняют существование МНК и появление отраслевых барьеров входа.

## Классификация входных барьеров

В таблице 1 приводится классификация подходов различных школ, определяющих отраслевые входные барьеры.

Резюмируя выводы теоретической литературы и эмпирических работ, посвященных определению барьеров входа, попытаемся детерминировать отраслевые барьеры входа следующим образом. Отраслевые барьеры входа — это совокупность экономических, технологических, институциональных условий и параметров, с одной стороны, позволяющих существующим фирмам в отрасли в долгосрочном периоде устанавливать цены выше минимальных средних издержек производства и доводить свой продукт до потребителя без стимулирования потенциальных конкурентов к вхо-

Таблица 1

**Определение барьеров входа в рамках подходов различных школ теории отраслевых рынков<sup>21</sup>**

№	Школа/подход, определяющая отраслевые барьеры входа	Барьер входа
1	Структурное определение (Дж. Бейн)	Факторы, позволяющие укоренившимся фирмам получать сверхприбыли без угрозы входа потенциальных новичков
2	Определение Чикагской школы (Ж. Стиглер)	Отраслевые барьеры входа — затраты производства, которые должна нести фирма, стремящаяся войти в отрасль, но не несут фирмы, уже находящиеся в отрасли
3	Нормативный подход (Ф. Вайцзекер, Г. Демсец)	Потребительские предпочтения и поведение потребителей как фактор «возведения» отраслевых барьеров входа
4	Определение с позиции укоренившихся фирм (Р. Гильберг)	Отраслевые барьеры входа — рента, полученная из факта функционирования фирмы в отрасли
5	Контрактный подход (Р. Коуз, А. Алчиан, О. Уильямсон)	Отраслевые барьеры входа — факторы, обуславливающие высокий уровень транзакционных издержек оперирования фирмы в отрасли
6	Подход интернализации (М. Кэссон, Д. Кейвз)	Идентичность факторов рыночной структуры, объясняющих существование мультинациональных корпораций (МНК) и отраслевых барьеров входа

<sup>20</sup> Dunning J. H. American Investment in British Manufacturing Industry. London: Allen and Unwin. 1958.

<sup>21</sup> Office of Fair Trading // Assessment of Market Power, OFT, London, 1999.

ду на рынок, а с другой стороны, препятствующих потенциальным «новичкам» отрасли получить прибыль в таком же объеме, в каком ее получают укоренившиеся фирмы до входа.

### Список литературы

1. Авдашева С. Б., Розанова Н. М., Поповская Е. В. Вертикальные ограничения в российской экономике. — М.: Экономический факультет МГУ, 2000, 81 с.
2. Авдашева С. Б. Развитие и применение антимонопольного законодательства в России: по пути достижений и заблуждений. Доклад Центра фундаментальных исследований в Институте анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ. Москва, НИУ ВШЭ, 2011.
3. Кадочников С. М., Авдашева С. Б., Голованова С. В. Межфирменная кооперация: анализ развития кластеров в России // Российский журнал менеджмента, Т. 8, № 1, 2010.
4. Лукьянов С., Кисляк Н. Входные барьеры: важнейший инструмент политики ограничения конкуренции на российских рынках // Современная конкуренция. № 1. 2009.
5. Лукьянов С. А., Тиссен Е. В., Кисляк Н. В. Рынок авиационных пассажирских перевозок России: квазиконкуренция или...? // Вопросы экономики, № 11, Москва, 2007.
6. Рубин Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М.: Маркет ДС, 2008.
7. Audretsch D. B., Mata J. The post-entry performance of firms: Introduction, *International Journal of Industrial Organization*, 1995, vol. 13, pp. 413–419.
8. Bain J. *Barriers to New Competition*. Cambridge, Mass., Harvard Univ. Press, 1956.
9. Buckley P. J., Casson M. *The Future of the Multinational Enterprise*. London: Macmillan, 1976
10. Burke A. E., To T. Can reduced entry barriers worsen market performance? A model of employee entry, *International Journal of Industrial Organization*, 2001, vol. 19, no. 5, pp. 695–704.
11. Demsetz H., *Barriers to Entry*, *American Economic Review*, 1982, vol. 72, no. 1, pp. 47–57.
12. Dunning J. H. *American Investment in British Manufacturing Industry*. London: Allen and Unwin, 1958.
13. Geroski P. A. Domestic and foreign entry in the United Kingdom: 1983–1984, in: P. A. Geroski and J. Schwalbach, *Entry and market contestability: An international comparison*, 1991, Blackwell, Oxford, UK.
14. Gilbert R., Viues X. Entry Deterrence and the Free Rider Problem // *Rev. Econ. Stud.* 1986. Vol. 53. P. 71–83.
15. Office of Fair Trading // *Assessment of Market Power*, OFT, London, 1999.
16. Rugman A. M. *Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets*. New York: Columbia University Press, 1981.
17. Stigler G. J. *The organization of Industry*, Richard D. Irwin, Homewood, Illinois, 1968.
18. Weizsacker C. A welfare analysis of barriers to entry, *Bell Journal of Economics*, 1980, vol. 11, pp. 399–420.

*I. Aleynikova, Postgraduate of the Department of International Economics, Ural State University, aleynikova\_irene@mail.ru*

*S. Evtukhov, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of International Economics, Ural State University, s.lukyanov@mail.ru*

*S. Lukyanov, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of International Economics, Ural State University, s.lukyanov@usu.ru*

### INPUT BARRIERS AS THE MOST IMPORTANT DYNAMIC CHARACTERISTIC OF MODERN MARKETS: THE APPROACHES OF DIFFERENT SCHOOLS TO THE DEFINITION

Based on the comprehensive review of Industrial Organization literature the author determines barriers to entry as the central characteristic of market structure.

**Key words:** the input barriers, competition, entry costs, limited competition, the market structure.