



ШУТИЛИН Вячеслав Юрьевич
Кандидат экономических наук, доцент,
докторант кафедры экономики
промышленных предприятий

**Белорусский государственный
экономический университет
220070, Республика Беларусь,
г. Минск, пр. Партизанский, 26
Тел.: +(375 17) 367-39-88
E-mail: shutilin_v@bseu.by**

Ключевые слова

РЫНОЧНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

ОЦЕНКА КОНКУРЕНЦИИ

ОТКРЫТАЯ ЭКОНОМИКА

СТАНКОСТРОЕНИЕ

Аннотация

В работе рассматриваются вопросы оценки уровня рыночной конкуренции, особенности и ограничения наиболее часто используемых формализованных индикаторов для проведения эмпирических исследований. Автором предложен собственный подход к анализу состояния конкуренции на рынке, который характеризуется одновременно относительно высоким уровнем открытости, незначительной емкостью и высоким уровнем диверсификации продукции, а также учитывает структурные дисбалансы спроса и предложения. Методика позволяет сформировать структурную картину рынка в разрезе различных ценовых сегментов, оценить уровень концентрации на этих сегментах, определить конкурентные позиции локальных производителей и выявить структурные дисбалансы спроса и предложения. В процессе анализа используются как количественные, так и качественные методы оценки. В качестве эмпирического материала для апробации методики был выбран рынок металлорежущих станков Республики Беларусь.

JEL classification

D40, L19, L64

Оценка конкуренции и выбор конкурентных ниш: проблемы и решения для открытых рынков дифференцированного продукта

Несмотря на значительный объем накопленных к настоящему времени экономической наукой знаний о природе ключевой рыночной категории – конкуренции, данное понятие продолжает и сегодня оставаться одним из наиболее востребованных в качестве объекта исследования. Интерес направлен как на дальнейшее развитие понятийного аппарата, так и на решение сугубо утилитарных, прикладных задач. Среди последних отдельное поле для дискуссий формирует поиск наиболее подходящих инструментов, приемов и методов измерения конкуренции и ее различных производных, таких как конкурентоспособность, конкурентный потенциал, конкурентные возможности, конкурентные преимущества и др.

Учитывая ограниченные возможности статьи, автор вынужден вынести за ее рамки подробный обзор предлагаемых в настоящее время экономической наукой эмпирических индикаторов и методов измерения рыночной конкуренции, а также возможностей их практического применения. Читатель может познакомиться с основными из них в работах [2–11]. Тем не менее анализ указанных публикаций и целого ряда других позволил прийти к выводу, что большинству используемых в эмпирических исследованиях индикаторов конкуренции в той или иной мере присущи следующие недостатки:

- высокая степень агрегации данных и косвенность оценок. Эта особенность присуща показателям *концентрации рынка* (например, таким как индекс Хёрфиндаля-Хиршмана, индекс Ханна-Кея и т.п.), показателям *неравенства фирм* (коэффициент Джини, коэффициент энтропии и др.), показателям *эффективности бизнеса* (к ним в первую очередь относится индекс Лернера и его модификации), которые часто отождествляются с уровнем конкуренции;
- ориентированность на рынки с однотипной продукцией, большим объемом внутреннего спроса и незначительным влиянием импорта на объем

предложения. Сложно, например, использовать показатели концентрации для оценки конкуренции на рынках, структура которых зависит от специфических запросов потребителей в тот или иной период времени;

- определенная абстрактность моделей, фундаментом которых чаще всего является теория отраслевых рынков;
- сложность верификации данных, связанных с оценкой эффективности компаний. В первую очередь это обусловлено труднодоступностью внутрифирменной отчетности, а иногда и невозможностью прикладной оценки некоторых из используемых в таких моделях переменных (например, маргинальных величин дохода или издержек).

Есть еще целый ряд иных причин, по которым использование в эмпирическом анализе традиционных неоклассических подходов к оценке конкуренции на транзитивных, открытых, импорто- и экспортонезависимых рынках весьма затруднено. В частности, в странах с транзитивной экономикой структура рынка очень далека от классических представлений о конкуренции практически в любой отрасли, а сведения об эффективности производства (продаж) и концентрации компаний чаще всего имеют недостаточное высокое качество.

Для иллюстрации данного тезиса проанализируем состояние рынка металлорежущих станков Республики Беларусь по доступным официальным статистическим данным за 2013 г. Общее число зарегистрированных организаций с основным видом деятельности «Производство машин и оборудования», куда входит производство металлорежущих станков, в 2013 г. составляло 1073 ед.¹, объем производства по этому виду – 58804 млрд BYR, или 6625,2 млн дол. США.

Баланс материальных ресурсов по группе продукции «Станки для обработки металла» (коды ТН ВЭД СНГ 8457-8460, 846130, 846140, 846150, 846190, 8462-

¹ Здесь и далее, если не указано иное, данные Национального статистического комитета Республики Беларусь (Белстат).

Competition Assessment and Selection of Competitive Niches: Problems and Solutions for Open Markets of a Differentiated Product

8463) представлен в табл. 1. Ключевые отечественные производители (общим числом 14 организаций) данного вида оборудования формируют холдинг «Белстанкоинструмент», а с учетом предприятий без ведомственной подчиненности производственную деятельность в данном сегменте рынка осуществляет около 40 компаний.

Как видно из табл. 1, внутренний рынок Республики Беларусь является нетто-импортером по данной товарной группе: в натуральной ресурсной базе (предложении на рынке) импорт составляет почти 80%, что позволяет говорить о проблеме использования классических показателей концентрации для оценки рыночной конкуренции. Поскольку данные о концентрации белорусских компаний – производителей металлорезающих станков недоступны, ближайшей аппроксимацией будет показатель концентрации в обрабатывающей промышленности в целом: в 2013 г. на долю трех крупнейших производителей приходилось 20,2% объема производства в стоимостном выражении, а на долю восьми крупнейших – 30,0%. Очевидно, что эти сведения ни в какой мере не позволяют судить об уровне конкуренции, складывающемся на рынке не только металлорежущих станков, но и машиностроительной продукции в целом.

Как уже отмечалось, первая проблема такого показателя – отождествление отрасли и рынка, что для высокодифференцированных продуктов неприемлемо в принципе. Вторая проблема – доступные статистические агрегированные показатели дают слишком грубую детализацию даже для отраслевого подхода. Третья, вполне очевидная и проиллюстрированная на приведенном примере проблема заключается в том, что высокий уровень внешнеторговых ресурсов в формировании предложения на рынке вкпе с незначительными размерами самого (в нашем случае – белорусского) рынка не позволяют оперировать такими классическими параметрами оценки уровня конкуренции, как размер локаль-

ных фирм или их количество. Использование данных измерителей будет, на наш взгляд, скорее исключительной мерой оценки применительно к рынкам стран с малой открытой экономикой.

Учитывая перечисленные выше сложности применения «классических» инструментов оценки рыночной конкуренции, нами предлагается несколько иной подход к анализу уровня и характера конкуренции на локальных рынках стран с малой открытой экономикой. Данный подход ориентирован прежде всего на диверсифицированный продукт с высокой ценовой эластичностью спроса по технико-эксплуатационным параметрам, каковым является и продукция машиностроительного комплекса (хотя эта методика может быть использована и для изучения рынков продукции высокого уровня передела других отраслей).

На первом этапе определяется уровень открытости локального рынка. Оценка осуществляется по совокупности двух параметров: доли экспорта в производстве и импорта в ресурсах, что позволяет оценить конкурентные отношения с точки зрения силы и характера воздействия на локальных производителей экзогенных факторов рыночной конкуренции. Для формальной оценки предлагается рассчитывать показатель уровня открытости локального рынка (M_0) следующим образом:

$$M_0 = \sqrt{\frac{IE}{P^2 + IP}}, \quad (1)$$

где I – объем импорта продукта на рынок; E – объем экспорта продукта с рынка; P – объем производства продукта локальными производителями, $P \neq 0$.

Множитель $\frac{I}{P+I}$ характеризует долю импорта в рыночных ресурсах, его участие в формировании предложения на рынке. В свою очередь, множитель $\frac{E}{P}$ показывает зависимость производства от экспорта. При $I=0$ локальный рынок является закрытым, поскольку продукты внешних производителей обладают фак-

► **Vyacheslav Yu. SHUTILIN**
Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor,
Applicant for Doctoral Degree of
Industrial Enterprises Economics Dept.

Belarus State Economic University
220070, the Republic of Belarus,
Minsk, Partizansky Ave., 26
Phone: +(375 17) 367-39-88
E-mail: shutilin_v@bseu.by

Keywords

MARKET COMPETITION

COMPETITION ASSESSMENT

OPEN ECONOMY

MACHINE-TOOL CONSTRUCTION

Abstract

The article considers the issues of assessing the level of market competition and deals with the particularities and restrictions on the most frequently used formalized indicators for carrying out empirical research. The author adopts his own approach to the analysis of market competition. It is characterized by a relatively high transparency, insignificant capacity and a substantial degree of product diversification and takes into account structural imbalances in demand and supply. The technique allows developing a structural vision of the market in terms of various price segments, evaluating the concentration level in these segments, determining competitive positions of local producers and revealing structural imbalances in demand and supply. The analysis uses both quantitative and qualitative valuation methods. The Belarus market of metal-cutting equipment was selected as empirical material for testing the author's technique.

JEL classification

D40, L19, L64

Таблица 1 – Баланс материальных ресурсов Республики Беларусь по группе товаров «Станки для обработки металлов», шт.

| Запасы на начало года | Производство | Импорт | Итого ресурсов | Потреблено в республике | Экспорт | Запасы на конец года | Итого использовано |
|-----------------------|--------------|--------|----------------|-------------------------|---------|----------------------|--------------------|
| 1 085 | 4 474 | 21 703 | 27 262 | 20 452 | 4 882 | 1 928 | 27 262 |
| 3,98% | 16,41% | 79,61% | 100% | 75,02% | 17,91% | 7,07% | 100% |

Источник: составлено автором на основе данных Белстата.

тической нулевой конкурентоспособностью на данном рынке (вне зависимости от причин – от отсутствия других производителей как таковых до административных барьеров). При $E=0$ продукция местных производителей обладает нулевой конкурентоспособностью на других рынках; также возможна ситуация, когда внутреннее потребление полностью локализует имеющиеся ресурсные возможности производства.

Количественные критерии могут определяться для конкретной продукции с учетом внутри- и межотраслевых связей, но в целом величина $M_0 \geq 0,5$ свидетельствует о том, что на уровень и состояние конкуренции на данном локальном рынке очень существенное влияние оказывают экзогенные факторы. Оценка для M_0 может быть произведена как в стоимостном выражении, так и в натуральном, исходя из степени однородности продукции на основе кодов ТН ВЭД СНГ (либо иной международной или межгосударственной системы торговой классификации).

При значении $M_0 \geq 0,25$ для дальнейшей оценки целесообразно отказаться от классических количественных инструментов измерения уровня конкуренции (как-то индекс Хёрфиндаля-Хиршмана, индекс Лернера, коэффициент энтропии), так как в силу своей излишней агрегации они не покажут структурную картину конкуренции, что представляется важным в условиях открытого рынка. Относительно использования индекса Лернера и его модификаций необходимо заметить, что получение и анализ данных о внутренних маржинальных издержках компаний-импортеров и эффективности сделок на конкретном рынке представляется еще более трудновыполнимой задачей, чем анализ аналогичных показателей местных производителей, что делает оценку на его основе практически неосуществимой.

В качестве альтернативного инструментария нами предлагается построение ценовой сегментной матрицы на основе выполнения следующих этапов анализа.

1. Определение границ локального рынка. Для стран с малой экономикой,

в том числе с различной степенью интеграции в межгосударственные объединения, границы локального рынка, как правило, совпадают с географическими границами государства.

2. Расчет показателей доли импорта в совокупном предложении на рынке и экспорта в производстве, а также баланса «импорт-экспорт». Для оценки влияния экзогенных факторов конкуренции на динамику локального рынка рассчитывается удельный вес импорта (DI) в формировании располагаемых ресурсов рынка:

$$DI = \frac{I}{I + P - E} \quad (2)$$

Чем ближе величина DI к 1, тем выше влияние внешних конкурентов (импортеров) на конъюнктуру рынка и тем в большей степени именно зарубежные поставщики формируют конкурентное поле данного локального рынка. Теоретически возможна ситуация, при которой $DI > 1$, что означает реализацию отложенных конкурентных преимуществ локальных производителей на внешних рынках (уменьшение накопленных в предыдущие периоды запасов) путем выхода на новые рынки со старой продукцией, оживления конъюнктуры и т.д.

В целом, высокое значение DI дает основания выдвинуть также гипотезу о структурном несоответствии предложения и спроса на исследуемом рынке.

3. Расчет средних экспортных и импортных цен за единицу продукции (по четырем или шести цифрам кода ТН ВЭД) и определение величины ценового диспаритета экспорта и импорта (Z_d):

$$Z_d = \frac{\bar{Z}_1}{\bar{Z}_E} \quad (3)$$

где \bar{Z}_1 – средневзвешенные цены импорта; \bar{Z}_E – средневзвешенные цены экспорта.

4. Расчет средневзвешенных цен импорта (и, при необходимости, производства – при невысоком удельном весе экспорта) и определение на этой основе границ трех ценовых сегментов реализуемого на локальном рынке продукта: среднего (или базового), верхнего и нижнего. Границы ценовых сегментов опре-

деляются по состоянию на текущий (оцениваемый) временной интервал и могут изменяться.

При достаточно высокой дисперсии средневзвешенных цен границы среднего ценового сегмента предлагается определять, используя следующий критерий:

$$Z_i \in \left[\frac{1}{2} \bar{Z}_1; 2 \bar{Z}_1 \right], \quad (4)$$

где Z_i – цена продукта i -го поставщика (может быть рассчитана как средневзвешенная по группе аналогичных товаров).

5. Расчет средних внутригрупповых цен в каждом выделенном сегменте, а также расчет средневзвешенных цен экспорта.

6. Интегральная оценка конкурентного уровня продукции локальных производителей.

Принимая, с известными оговорками, в качестве индикатора оценки используемых в процессе производства и реализованных в оборудовании технологий его среднюю контрактную цену (а корреляционные связи между параметрическими индексами и ценой, как правило, для сложнотехнического оборудования очень высоки), можно предположить, что в том случае, когда основной объем продаж на локальном рынке оказывается смещенным в сторону ценового сегмента высокого уровня, а экспортные поставки представлены преимущественно оборудованием низкого ценового сегмента, это свидетельствует о невысоких конкурентных возможностях национальных производителей, их относительно низком внутреннем конкурентном потенциале. Фактически структура внутреннего спроса, ориентированная на продукт с высокой долей добавленной стоимости, предоставляет дополнительные внешние ресурсы для формирования конкурентного потенциала локальных производителей, однако отсутствие доступных механизмов их трансформации не позволяет его сформировать и удовлетворить данный спрос, что приводит к замещению ниши импортным оборудованием. В то же время такую рыночную ситуацию нельзя считать абсолютно негативной с точки зрения формирования конкурентных возможностей машиностроитель-

Таблица 2 – Соотношение импорта и экспорта отдельных видов оборудования за 2013 г., шт.

| Тип оборудования | Производство | Импорт | Экспорт | Использовано в стране + изменение запасов |
|--|--------------|--------|---------|---|
| Станки агрегатные для обработки металлов | 22 | 217 | 71 | 168 |
| Станки токарные | 383 | 532 | 323 | 592 |

Источник: составлено автором по данным Белстата.

Таблица 3 – Средние цены экспорта и импорта отдельных видов оборудования на белорусском рынке в 2013–2014 гг.

| Оборудование | Импорт | | | Экспорт | | | Отношение средних цен импорт/экспорт за единицу оборудования |
|--|--------|---------------|----------------------------|---------|---------------|----------------------------|--|
| | шт. | тыс. дол. США | Средняя цена, дол. США/шт. | шт. | тыс. дол. США | Средняя цена, дол. США/шт. | |
| 2013 | | | | | | | |
| Станки агрегатные для обработки металлов | 217 | 58 318,4 | 268 748 | 71 | 4 305,9 | 60 647 | 4,4 |
| Станки токарные | 532 | 53 717,2 | 100 972 | 323 | 28 728,0 | 88 941 | 1,1 |
| 2014 | | | | | | | |
| Станки агрегатные для обработки металлов | 157 | 40 607,8 | 258 648 | 92 | 1 793,0 | 19 489 | 13,3 |
| Станки токарные | 735 | 151 074,5 | 205 544 | 888 | 116 928,6 | 131 676 | 1,6 |

Источник: составлено автором по данным Белстата.

ного комплекса в целом. Поскольку для отраслей машиностроения характерна внутриотраслевая замкнутость промежуточного потребления, наличие спроса на оборудование относительно высокого технологического уровня отражает рост ресурсной части конкурентного потенциала компаний отрасли.

Используя предложенный подход, проанализируем состояние конкуренции с учетом импортно-экспортных поставок, для чего вначале составим сокращенную форму баланса ресурсов, акцентируя внимание на соотношении экспорта и импорта на примере двух типов оборудования данной товарной группы – станки агрегатные для обработки металлов (ТН ВЭД 8458) и станки токарные (ТН ВЭД 8459) (табл. 2).

Указанные товарные позиции были выбраны для анализа не случайно. Для агрегатных станков ввоз на рынок в 9,9 раза превышает объем внутреннего производства, что свидетельствует о том, что конкурентную среду рынка формируют преимущественно компании-импортеры. На рынке токарных станков такое превышение составляет всего 1,4 раза, однако объем экспорта практически равен объему производства, что, при незначительном уровне реэкспортных операций, означает, в свою очередь, структурное несоответствие предложения и спроса на внутреннем рынке. А это, по нашему мнению, является осо-

бенностью продуктовых рынков малой открытой транзитивной экономики: эксплуатируемые в настоящее время производственные мощности, в частности Республики Беларусь, и их размещение были ориентированы на крупносерийное и массовое производство специализированной продукции на рынок, емкость которого в 20–25 раз превышает текущие внутренние потребности национальной экономики. В данном случае оставляем пока за рамками анализа вопрос о том, приводит ли подобное несоответствие к воспроизводству конкурентных преимуществ локальных, т.е. белорусских, производителей.

Более детальный анализ позволяет выявить еще одну особенность конкурентной динамики рынков (табл. 3). Если в 2013 г. для рынка токарных станков несоответствие спроса и предложения лежало преимущественно в спецификационных требованиях, о чем свидетельствуют примерно однопорядковый уровень средних цен на экспортируемую и импортируемую продукцию, то для рынка агрегатных станков несоответствие определялось прежде всего технологическим уровнем оборудования: средняя стоимость ввезенных в страну станков в 4,4 раза превышала стоимость экспортированных белорусскими производителями за пределы страны. Однако в 2014 г. структурные изменения спроса привели к тому, что и на рынке токар-

ных станков конкуренция постепенно смещалась в сегмент более высокотехнологичного оборудования, причем внутренний рынок предъявлял более жесткие требования, чем экспортные рынки.

Следующий этап – оценка уровня конкуренции для различных нишевых сегментов рынка. В основу подобного анализа можно, на наш взгляд, положить две гипотезы. Первая исходит из того, что в поставках оборудования на рынок производителями задействуются различные каналы товародвижения, причем иногда параллельно: прямые поставки через эксклюзивных дилеров, обеспечивающих продвижение продукции только одного бренда на данный или ряд взаимосвязанных рынков; поставки через посредников, имеющих статус официальных дилеров сразу нескольких производителей; поставки через абсолютно независимых импортеров; через франчайзинговые схемы, и т.д. Использование дифференцированных каналов, по которым продукция внешних производителей поступает на какой-либо локальный рынок, особенно если он относительно невелик по общему объему спроса, приводит к тому, что конкурентное поле и конъюнктурную динамику формирует, по сути, не сам владелец бренда, а посредник, импортер. Кроме того, использование различных каналов поставки не позволяет с требуемой точностью оце-

Таблица 4 – Импорт оборудования по коду ТН ВЭД 8457 «Станки агрегатные для обработки металла» за 2013 г. в страновом разрезе

| Страна-импортер | Ввезено | | Средняя стоимость, дол. США/шт. | В процентах к средней стоимости |
|------------------|---------|---------------|---------------------------------|---------------------------------|
| | шт. | тыс. дол. США | | |
| Всего | 217 | 58 318,4 | 268 748,4 | 100,0 |
| Италия | 5 | 4 255,2 | 851 040,0 | 316,7 |
| Хорватия | 2 | 1 321,9 | 660 950,0 | 245,9 |
| Республика Корея | 37 | 18 310,7 | 494 883,8 | 184,1 |
| Швейцария | 6 | 2 821,9 | 470 316,7 | 175,0 |
| Чехия | 22 | 8 642,1 | 392 822,7 | 146,2 |
| Япония | 34 | 8 404,6 | 247 194,1 | 92,0 |
| Германия | 40 | 9 026,0 | 225 650,0 | 84,0 |
| Тайвань | 20 | 2 465,7 | 123 285,0 | 45,9 |
| Испания | 5 | 529,4 | 105 880,0 | 39,4 |
| Болгария | 1 | 104,2 | 104 200,0 | 38,8 |
| Россия | 14 | 1 038,8 | 74 200,0 | 27,6 |
| Польша | 5 | 370,7 | 74 140,0 | 27,6 |
| США | 9 | 608,9 | 67 655,6 | 25,2 |
| Китай | 8 | 238,1 | 29 762,5 | 11,1 |
| Великобритания | 8 | 169,6 | 21 200,0 | 7,9 |
| Австралия | 1 | 10,6 | 10 600,0 | 3,9 |

Источник: составлено автором по данным Белстата.

нить объем предложения конкретного производителя или конкретной марки на рынке.

Чаще всего отгрузка в адрес авторизованного локального дилера, например, 50 единиц оборудования в год не означает, что объем предложения на указанном рынке составил именно эти 50 единиц – оборудование данного производителя может попасть на рынок в составе комплектных поставок, в качестве прямых инвестиций третьих организаций либо через независимых посредников. В сочетании с тем, что сложнотехническая продукция производственного назначения не только импортируется, но и чаще всего изготавливается под заказ и ввозится напрямую из страны, осуществляющей финишную сборку, оборудование, ввезенное из различных групп стран, будет формировать различные параметрические ряды и, соответственно, различные ценовые ниши рынка [1]. Достаточно неплохо, на наш взгляд, этот тезис подтверждают данные, представленные в табл. 4.

Анализируя табл. 4, несложно заметить, что основное конкурентное поле на данном рынке внутри республики формируют поставщики из 5 стран: Кореи, Швейцарии, Чехии, Японии, Германии. Поскольку дисперсия цены и, соответственно, стандартное отклонение для средней величины стоимости поставленного оборудования достаточно велики, определение границ рыночного сегмента по принципу относительной гомогенности цены продукта эмпирически приемлем в соответствии с формулой (4).

Так как, по причине, означенной выше, показатели дисперсии и производные от них не могут быть использованы для строгой статистической оценки степени ценовых различий из-за чрезвычайно высоких относительных значений (это является характерной чертой практически всех рынков с высоким уровнем дифференциации продукта), мы предлагаем оценивать конкурентное давление на рынке, используя приемы Парето-анализа. Для этого рассчитаем долю совокупного рынка данного продукта, приходящуюся на поставщиков базового ценового сегмента. Результаты анализа приводят нас к следующим выводам: поставщики из указанной выше группы стран формируют на рынке продукции, классифицируемой по коду ТН ВЭД 8457, более 50% объема предложения как в натуральном, так и в стоимостном выражении (64,1 и 80,9% соответственно), что свидетельствует о достаточно высокой степени концентрации рынка и существенном конкурентном давлении. Возвращаясь к очерчиванию границ отдельных сегментов, можно сделать вывод, что верхний сегмент – это оборудование «под заказчика», на котором цена в принципе не может являться предметом конкурентного анализа в отрыве от условий отдельно взятого контракта (что для внешнего наблюдателя является существенным препятствием анализа). Цена предложения для нижнего ценового сегмента является одним из важнейших факторов, определяющих конкурентные преимущества оборудования наравне с его техническими параметрами.

Рассмотрим внутренний рынок оборудования, классифицируемого по коду 8458 «Станки токарные», который имеет несколько иную структуру, во-первых, по причине большего номинального предложения со стороны местных производителей (см. табл. 2), а во-вторых, ввиду еще более высокой дифференциации по ценам импорта. Для определения базового ценового сегмента воспользуемся принципом, изложенным выше. В 2013 г. данный сегмент сформирован поставщиками оборудования из 11 стран, однако, в отличие от группы оборудования по коду 8457, в последнем случае поставщики, образующие сегмент, формируют лишь 24,1% объема предложения в натуральных измерителях и 33,8% в стоимостных. Таким образом, на долю базового ценового сегмента приходится лишь около четверти емкости рынка в натуральном выражении и около трети – в стоимостном. Несмотря на высокий (относительно емкости рынка) объем производства белорусских предприятий по данной товарной номенклатуре, соотношение импорта, экспорта и производства (см. табл. 2), а также средняя стоимость отечественного оборудования данной группы позволяют с достаточно высокой степенью достоверности утверждать, что внутреннее производство не оказывает существенного влияния на структуру рынка; более того, оно не ориентировано на наиболее перспективные с точки зрения спроса сегменты. Нижний сегмент представлен поставщиками оборудования из 11 стран, включая Беларусь; в общем объеме рынка в натуральном измерении его доля (без учета локальных источников поставок) составляет около 60,3%, однако в стоимостной оценке на данный сегмент приходится всего 8,6% продаж на рынке. В то же время верхний ценовой сегмент в 2013 г. – это 15,6% рынка в натуральном измерении и 57,6% – в стоимостном. Таким образом, внутренний рынок токарных станков отличался в 2013 г. от рынка агрегатных станков более низким уровнем концентрации; особенно это было характерно для базового ценового сегмента, являвшегося наиболее перспективным. На долю низкого сегмента, в котором конкурировали белорусские производители, приходилось не более 10% общей емкости, что являлось безусловным ограничительным фактором формирования внешнего конкурентного потенциала для компаний «Белстанкоинструмента».

Таким образом, применительно к продукции, классифицируемой по ко-

дам 8457 и 8458, несмотря на различную структуру спроса и уровень конкурентного давления, располагаемые ресурсы белорусских производителей и имеющиеся механизмы их трансформации позволяют обеспечить формирование и реализацию конкурентного потенциа-

ла применительно к спросу на внутреннем рынке лишь на уровне массового сегмента.

В целом, использование предложенной методики оценки уровня конкуренции на товарных рынках с высоким уровнем дифференциации продукта

и значительной долей внешнего обмена позволяет более точно определить уровень концентрации на рынке и его отдельных сегментах, выявить сегменты, обладающие наибольшим внешним потенциалом. ■

Источники

1. Шутилин В.Ю. Конкурентоспособность товара в промышленном маркетинге: проблемы оценки и прогнозирования. Минск: Светоч, 2004.
2. Barla P. Firm Size Inequality and Market Power // *International Journal of Industrial Organization*. 2000. Vol. 18. No. 5. Pp. 693–722.
3. De Guevara J., Maudos J., Perez F. Integration and Competition in the European Financial Markets // *Journal of International Money and Finance*. 2007. Vol. 26. No. 1. Pp. 26–45.
4. Fedderke J., Szalontai G. Industry Concentration in South African Manufacturing Industry: Trends and Consequences, 1972-96 // *Economic Modelling*. 2009. Vol. 26. No. 1. Pp. 241–250.
5. Hirschman A. The Paternity of an Index // *The American Economic Review*. 1964. Vol. 54. No. 5. URL: www.jstor.org/stable/1818582.
6. Karuna C. Industry Product Market Competition and Managerial Incentives // *Journal of Accounting and Economics*. 2007. Vol. 43. No. 2–3. Pp. 275–297.
7. Lerner A. The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power // *The Review of Economic Studies*. 1934. Vol. 1. No. 3. Pp. 157–175.
8. Lipczynski J., Wilson J., Goddard J. *Industrial Organization: Competition, Strategy, Policy*. Pearson Education, 2005.
9. Nickell S. Competition and Corporate Performance // *The Journal of Political Economy*. 1996. Vol. 104. No. 4. Pp. 724–746.
10. Raith M. Competition, Risk and Managerial Incentives // *The American Economics Review*. 2003. Vol. 93. No. 4. Pp. 1425–1436.
11. Schmalensee R. Inter-Industry Studies of Structure and Performance // *Handbook of Industrial Organization*. 1989. Vol. 2. Pp. 951–1009.

References

1. Shutilin V.Yu. *Konkurentosposobnost' tovara v promyshlennom marketinge: problemy otsenki i prognozirovaniya* [Competitiveness of goods in industrial marketing: problems of assessment and prognostication]. Minsk, Svetoch Publ., 2004.
2. Barla P. Firm Size Inequality and Market Power. *International Journal of Industrial Organization*, 2000, vol. 18, no. 5, pp. 693–722.
3. De Guevara J., Maudos J., Perez F. Integration and Competition in the European Financial Markets. *Journal of International Money and Finance*, 2007, vol. 26, no. 1, pp. 26–45.
4. Fedderke J., Szalontai G. Industry Concentration in South African Manufacturing Industry: Trends and Consequences, 1972-96. *Economic Modelling*, 2009, vol. 26, no. 1, pp. 241–250.
5. Hirschman A. The Paternity of an Index. *The American Economic Review*, 1964, vol. 54, no. 5. Available at: www.jstor.org/stable/1818582.
6. Karuna C. Industry Product Market Competition and Managerial Incentives. *Journal of Accounting and Economics*, 2007, vol. 43, no. 2-3, pp. 275–297.
7. Lerner A. The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power. *The Review of Economic Studies*, 1934, vol. 1, no. 3, pp. 157–175.
8. Lipczynski J., Wilson J., Goddard J. *Industrial Organization: Competition, Strategy, Policy*. Pearson Education, 2005.
9. Nickell S. Competition and Corporate Performance. *The Journal of Political Economy*, 1996, vol. 104, no. 4, pp. 724–746.
10. Raith M. Competition, Risk and Managerial Incentives. *The American Economics Review*, 2003, vol. 93, no. 4, pp. 1425–1436.
11. Schmalensee R. Inter-Industry Studies of Structure and Performance. *Handbook of Industrial Organization*, 1989, vol. 2, pp. 951–1009.