

СТРАТЕГІЧНІ БАР'ЄРИ ВХОДЖЕННЯ В РИНОК ЯК ДЖЕРЕЛО РИНКОВОЇ ВЛАДИ

Постановка проблеми. Обмеження вступу нових фірм на вітчизняні товарні ринки є надзвичайно актуальною проблемою розвитку сучасної економіки. Свідчення цьому знаходимо в проблемному блоці Концепції Загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2013–2023 роки, схваленої Кабінетом Міністрів України у вересні 2012 року. Про те ж свідчать дані міжнародних рейтингів Doing business та Global Competitiveness Report.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми виявлення та обмеження бар'єрів входження в ринок як індикатора інтенсивності потенційної конкуренції є не новими для економічної думки. Їх дослідження сягає своїм корінням середини ХХ століття, проявляючись в роботах таких відомих зарубіжних економістів як Дж. Бейн, А. Діксіт, Ф. Модільяні, П. Сайлос-Лабіні, М. Спенс, Дж. Стіглер, Дж. Фергюсон, Ф. Фішер та ін. Серед вітчизняних дослідників бар'єрів входження в ринок слід назвати таких вчених як В. Венгер, А. Ігнатюк, В. Лагутін, О. Малій, М. Пугачова, Г. Филук. При цьому, аналізуючи здобутки вітчизняних вчених в теорії та практиці дослідження бар'єрів входження в ринок, слід звернути увагу на перевагу в дослідженні групи так званих адміністративних бар'єрів як бар'єрів, створюваних державою в особі органів влади та системи чинних регламентів економічної діяльності суб'єктів господарювання. Така перевага є певною мірою об'єктивною, визначаючись вимогами трансформації української економіки загалом та її інституціональної структури зокрема. Втім результатом такого фокусування стала нестача вітчизняних досліджень інших типів бар'єрів, в тому числі стратегічних: ступеня їх розповсюдженості в економіці України та впливу на ринкову владу чинних операторів вітчизняних ринків.

Формулювання цілей статті. Виходячи з вище викладеного і намагаючись заповнити виявлений пробіл у цій статті, ми ставимо перед собою мету дослідити стратегічний характер таких бар'єрів, як переваги у витратах та інвестиції у розширення виробничих потужностей і формування незворотних витрат та

виявити їх роль у формуванні, підтриманні та посиленні ринкової влади чинних учасників ринку.

Виклад основного матеріалу. Вперше термін „бар'єр входження в ринок” в науковий обіг ввів Дж. Бейн у 1956 році, визначивши його як міру, якою в довготривалій перспективі наявні фірми здатні підвищувати свої ціни продажу понад мінімальні середні витрати на виробництво і збут продукції, не викликаючи при цьому припливу в галузь нових конкурентів [1, с. 252]. У якості прикладу бар'єру входження Дж. Бейн виділяв абсолютні переваги у витратах і відносні, зумовлені дією ефекту масштабу. Абстрагуючись наразі від відмінностей у природі цих двох бар'єрів, звернемося до їх спільної риси – наявності додатного значення маржі прибутку як різниці між значеннями ціни та економічних витрат, недоступної для потенційних конкурентів. Низький рівень витрат, досягнутий через технологічні переваги, попередній досвід, діючі патенти, контроль над обмеженими виробничими ресурсами чи досягнення мінімально ефективного обсягу випуску, дозволяючи такій фірмі встановити ціну на рівні нижчому ймовірного рівня витрат потенційних конкурентів, створює потужний бар'єр для входження нових фірм, які такими перевагами не володіють, а для чинної фірми – зону ринкової влади, аналогічну тій, що проілюстрована в моделі просторової диференціації Г. Хотеллінга, але розміщену не в товарних, а цінових координатах¹ (рис.1).

В цій моделі крайніми точками досліджуваного поля альтернатив є рівні нульової (0) та резервної (\bar{p}) ціни, між якими рівномірно розміщуються споживачі з різними оцінками споживчої вартості відповідного товару. Крива AC_i описує рівень середніх витрат чинного учасника ринку, крива AC_n – рівень витрат потенційного конкурента, що прагне увійти в ринок. Додаючи передумову однорідності продукції, розуміємо, що встановлення чинною фірмою ціни (співвідношення „ціна-обсяг випуску”) у зоні її ринкової влади матиме своїм наслідком обмеження на входження нової фірми, нездатної запропонувати споживачеві аналогічно низький рівень ціни на товар. Встановлен-

¹Зазвичай модель Г. Хотеллінга не використовується до випадків цінової конкуренції. Перевага віддається дзеркальному відображенню цього графіку, що являє собою графічну модель ринкової рівноваги, втім нами такий підхід тут використано свідомо. По-перше, він дозволяє показати сутнісну еквівалентність двох різних стратегій формування ринкової влади – цінової та товарної, по-друге – акцентує увагу на ролі ринкової влади як цільової функції стратегії обмеження входження нових фірм в ринок.

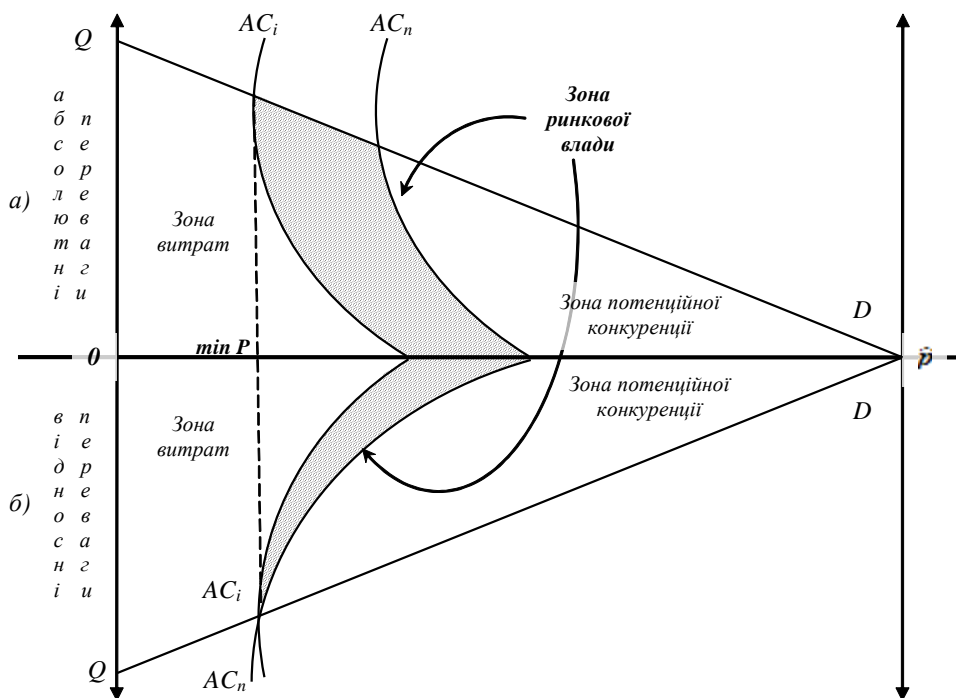


Рис. 1. Застосування моделі лінійного міста Г. Хотеллінга до ілюстрації бар'єрів абсолютних та відносних перевагу витратах

ня ж нею ціни в зоні потенційної конкуренції стимулюватиме входження нового конкурента в ринок. Виходячи з цього, далекоглядна фірма встановлюватиме ціну на свою продукцію на рівні рівному або незначно нижчому за витрати потенційного конкурента. Це, з одного боку, дозволить обмежити потенційну конкуренцію, а з іншого – забезпечить формування економічної ренти, як свідчення обумовленої бар'єром ринкової влади фірми.

Таким чином і в самому визначенні бар'єру, і в поясненні механізмів його впливу на ринкову рівновагу Дж. Бейн чітко ілюструє взаємозв'язок між бар'єром входження в ринок та породжуваними ним ринковою владою й економічною рентою. Із формули граничної ціни – як найвищого рівня ціни, що обмежуватиме входження нових фірм в ринок, Дж. Бейн випишує першу модифікацію свого індексу ринкової влади, яка має вигляд:

$$K_B = \frac{P_{EP} - AC_n}{AC_n}, \quad (1)$$

де, P_{EP} – рівень граничної ціни;

AC_n – мінімальне значення середніх витрат виробництва [2, с. 128],

фактично являючи собою формулу розрахунку коефіцієнта рентабельності операційної діяльності для виробничо ефективною фірми.

Керуючись цією теоретичною концепцією, перевіriamo тісноту взаємозв'язку між рентабельністю операційної діяльності вітчизняних компаній (фактично коефіцієнтом ринкової влади Дж. Бейна) та величиною бар'єрів входження в ринок / галузь, виміряних за принципом оцінки фактів входження нових фірм в ринок (нормою входження фірм в ринок) (табл.1²). Для підтвердження описаної вище гіпотези статистичний аналіз повинен засвідчити деякий від'ємний кореляційний зв'язок між досліджуваними змінними.

Результати проведеного розрахунку дійсно засвідчують від'ємний взаємозв'язок між нормою входження та рівнем рентабельності операційної діяльності у кожному із періодів дослідження. При цьому середнє значення коефіцієнта кореляції для досліджуваного періоду на рівні -0,2 є і значимим, і невеликим, з одного боку, засвідчуючи здатність бар'єрів входження в ринок сформувати ринкову владу та забезпечити умови для її прибуткової експлуатації, з іншого – ілюструючи обмежувальний вплив такого бар'єру на величину економічної ренти. Адже підвищення ціни в гонитві за більшою величиною економічної ренти матиме своїм наслідком вихід фірми за межі зони ринкової влади (рис.1), що в свою чергу стимулюватиме потенційних конкурентів до прибуткового входження в ринок й обмеження ринкової влади його чинних учасників.

Невисока тіснота взаємозв'язку між рентабель-

² Таблицю складено автором за даними Державної служби статистики України [3]

Таблиця 1

Оцінка тісноти кореляційного зв'язку між рентабельністю операційної діяльності та нормою входження нових підприємств в ринок за видами економічної діяльності

Ідентифікуючий діяльності	2009			2010			2011		
	Рента- бельність операцій- ної діяльності, %	К-ть суб- СДРІОУ на кш.ст. у періоду	К-ть суб- СДРІОУ, що входять на кш.ст. у звітн. періоді	Рента- бельність операцій- ної діяльності, %	К-ть суб- СДРІОУ на кш.ст. у періоду	К-ть суб- СДРІОУ, що входять на кш.ст. у звітн. періоді	Рента- бельність операцій- ної діяльності, %	К-ть суб- СДРІОУ на кш.ст. у періоду	К-ть суб- СДРІОУ, що входять на кш.ст. у звітн. періоді
Сільськогоспод-во, мислив- ство, лісове господар- ство	14,7	85471	2511	23,2	85253	2173	23,2	85338	3241
Добувна промисловість	4,3	4921	251	14,8	5075	305	17,3	5226	329
Переробна промисловість	1,4	114726	3509	2,3	116707	4198	2,8	118112	4801
Виробництво та ремонт авт- омобілів, мотоциклів, само- ходів с/господарств, газу та води	1,8	5656	295	1,4	5721	318	4,8	5975	475
Будівництво	-0,9	90402	2748	-1,2	91457	2992	0,8	91650	3013
Торгівля: розповн. на помін- биль, побутових приборів та предметів особисто- го вжитку	4,5	313257	14048	9,8	324368	17134	13,8	329555	14809
Діяльність готелів та ресторанів	-3,3	22340	709	-1,8	22877	807	-0,1	23372	1085
Діяльність транспортних зв'язку	8,5	40608	2316	7,2	42642	2666	7,5	45776	3883
Фінансова діяльність операцій з перуком і м майном, операції інкашірами та надання позик підприємствам	1,5	18629	1046	3,2	18477	919	6,3	18315	1091
Операції з нерухомим майна	5,1	167626	10592	-4,2	177090	10854	-0,6	187596	12279
Сфера	6	45541	1885	6,7	46311	1138	8,5	47216	1373
Охорона здоров'я та людства, освіта, спорт і рекреація	3,1	33202	2890	3,9	34699	1940	2,5	35822	2018
Надання комунікацій та інформаційних послуг; інформаційні та комуні- каційні технології	-13,7	170186	12439	-14,8	178511	10464	-14	186422	9315
Кореляційний коефіцієнт «норма входження нових підприємств в операційної діяльності»			-0,27			-0,29			-0,05

³ Норма входження розраховується як відсоткове співвідношення кількості суб'єктів СДРІОУ, що розпочали свою діяльність у звітному періоді, до кількості суб'єктів СДРІОУ станом на кінець звітного періоду

ністю й нормою входження нових фірм в ринок також може бути пояснена обмеженнями самих моделей граничного ціноутворення, що базуються на абсолютних та відносних перевагах у витратах. До таких обмежень відносяться однорідність продукції, „проблема одночасності” та відсутність реакції чинних фірм на входження в ринок. Остання описується так званим „постулатом Бейна-Сайлоса”, який припускає, що входження в ринок нових конкурентів не вплине на обсяги реалізації продукції чинними фірмами [4, с. 231]. Цей постулат свого часу став основною мішенню критики моделей Дж. Бейна та Ф. Модільяні. Адже для чинної фірми зазвичай вигіднішим є допустити новачка на ринок та перейти до стану дуопольної рівноваги, ніж вступати з ним у виснажуючу боротьбу за монополію на ринку. Втім, звертаючись до аргументів, наведених самим П. Сайлосом-Лабіні на захист сформованої ним передумови стратегічної реакції чинних фірм на потенційну конкуренцію, розуміємо, що далеко не завжди така критика є обґрунтованою. Адже по цілому ряду галузей, зокрема, науко-, капіталоемних, зміна масштабів діяльності у відповідь на входження нового конкурента є для фірми не вигідною. Високі постійні витрати часто не дозволяють фірмі ні знизити обсяг випуску, роблячи продукцію неконкурентоспроможною за ціною, ні збільшити його, вимагаючи значних інвестицій у розширення виробничих потужностей. Інша справа, якщо фірма володіє деякими незадіяними виробничими потужностями. Тоді у відповідь на загрозу входження нового конкурента в ринок вона може розширити випуск, знизивши ціну, скажімо, до рівня середніх чи граничних витрат й запобігши таким чином входженню нових фірм у ринок. В такому разі зникає потреба постійного утримання цін на граничному рівні, економічна рента зростає, ілюструючи зростання ринкової влади компанії.

В економічній теорії автором концепції бар’єру вільних виробничих потужностей вважається М.Спенс, що у 1977 році представив економічній спільноті свою працю „Входження, потужність, інвестиції й олігополістичне ціноутворення” [5, с. 35 – 52]. Втім, нам хотілося б згадати набагато більш ранню працю А. Папандреу „Ринкова структура та монопольна влада” [6, с. 883 – 897], в якій видатний вчений і політик пропонує власний коефіцієнт проникнення фірм на ринок, пізніше відомий як коефіцієнт ринкової влади:

$$PI = I_j \frac{\partial Qd_i}{\partial P_j} \times \frac{P_j}{Qd_i}, \quad (2)$$

де, Qd_i – обсяг попиту на продукцію чинної фірми;

P_j – ціна, встановлена на товар фірмою-новачком для проникнення в ринок;

I_j – коефіцієнт обмеженості виробничих потужностей фірми-новачка, що може бути вимірним як співвідношення між можливим (доступним в силу наявних у такої фірми вільних виробничих потужнос-

тей) збільшенням обсягу випуску продукції у відповідь на зростання попиту, обумовлене скороченням цін та величиною власне попиту на товар.

За допомогою цього коефіцієнта вчений показує здатність нових фірм проникнути на деякий ринок, знизивши ціну порівняно з цінами чинних фірм. Така здатність за А. Папандреу залежатиме від двох чинників – значення перехресної еластичності попиту й коефіцієнта обмеженості виробничих потужностей фірми-новачка. Враховуючи ж наступні здобутки теорії бар’єрів входження в ринок, розуміємо, що можливість фірми-новачка змагатися з чинним лідером ринку таким витратним методом як демпінг є обмеженими, натомість чинна фірма зазвичай володіє достатньо „товстим гаманцем” для інвестування й у вільні виробничі потужності, й у тривалу цінову війну. Тому логічніше читати наведену вище формулу як свідчення здатності чинної фірми, користуючись заздалегідь створеними вільними виробничими потужностями протидіяти входженню в ринок нових конкурентів короткостроковим зниженням ціни власного товару.

Наступна робота М. Спенса повністю підтверджує таку точку зору, даючи теоретико-математичне обґрунтування прибутковості описаної стратегії обмеження входження в ринок нових конкурентів [5, с. 35 – 52], а отже й являє собою свідчення посилення ринкової влади чинної фірми внаслідок формування надмірних виробничих потужностей.

Вітчизняна практика господарювання підтверджує це емпірично. На основі даних ДП „Науково-технічний комплекс статистичних досліджень” щодо завантаженості виробничих потужностей вітчизняних підприємств за різними видами промислової діяльності, нами було здійснено кореляційний аналіз залежності між відповідною величиною та рівнем рентабельності операційної діяльності, як опосередкованим свідченням наявності у фірми деякої ринкової влади (табл. 2).

Результати аналізу свідчать на користь значущості ролі бар’єру вільних виробничих потужностей як чинника посилення ринкової влади вітчизняних підприємств, адже значення коефіцієнта кореляції тут є навіть вищим, ніж у попередньому випадку дослідження кореляції між рентабельністю й загальним рівнем бар’єру входження в ринок для відповідних періодів (табл.1). Зокрема середнє значення коефіцієнта кореляції для пар „коефіцієнт завантаження виробничих потужностей – рентабельність операційної діяльності” й „частка вільних виробничих потужностей (з урахуванням зносу) – рентабельність операційної діяльності” відповідно складають -0,29 та 0,28.

Відносна рівність цих двох показників, на нашу думку, обумовлюється високим загальним рівнем зношеності виробничих активів в Україні та поширеною практикою їх використання, зокрема в періоди пікових навантажень, після завершення термінів експлуатації. На користь такої думки свідчать і результати опитувань керівників вітчизняних підприємств щодо

Таблиця 2
Оцінка тісноти кореляційного зв'язку між рентабельністю операційної діяльності та коефіцієнтами обмеженості виробничих потужностей за видами промислової діяльності⁴

Вид економічної діяльності	IV кв. 2010 р.		IV кв. 2011 р.		Частка вільних виробничих потужностей [5]=100-[3]-[4]	Результативність операційної діяльності [2]	Коефіцієнт обмеженості виробничих потужностей [3]	Коефіцієнт зростаючої обмеженості виробничих потужностей [4]	Коефіцієнт зростаючої обмеженості виробничих потужностей [7]	Частка вільних виробничих потужностей [9]=100-[7]-[8]
	Рентабельність операційної діяльності	Коефіцієнт обмеженості виробничих потужностей	Результативність операційної діяльності	Коефіцієнт зростаючої обмеженості виробничих потужностей						
Добування вугілля	12,18	68	29	71	3	5,7	29	71	29	0
Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	3,17	60	20,5	59,5	19,5	2,8	19,5	59,5	19,5	21
Існуючі виробництва одягу, хутра та виробів з хутра	2,72	65,5	26	60,5	8,5	3,6	22	60,5	22	17,5
Виробництво шкарпеток, виробів зі шкарпетки, шкарпеток	4,91	66	16	55	18	7,9	25	55	25	20
Оброблення деревини та виробництво виробів з дерева, стружки, опилки	1,59	67,5	27	64	5,5	2,0	19	64	19	17
Целюлозна промисловість, виробництво паперу	4,06	64	19	31,75	17	3,3	24	31,75	24	44,25
Виробництво коксуючих продуктів та продуктів нафтоперероблення	1,35	62,5	28	65	9,5	-5,9	30	65	30	5
Хімічне виробництво	-0,24	59	24	59	17	-0,3	16	59	16	25
Виробництво гумових та пластмасових виробів	3,91	63	20	58	17	4,4	15	58	15	27
Виробництво інших неметалевих мінеральних продуктів	-1,22	55	23	59	22	1,3	21,5	59	21,5	19,5
Металургійне виробництво та виробництво інших металевих виробів	-0,38	60	22,5	60,5	17,5	-2,2	20	60,5	20	19,5
Виробництво машин та устаткування	4,05	56	17,5	59	26,5	5,4	19	59	19	22
Виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	6,40	57,5	25	58	17,5	7,0	22	58	22	20
Виробництво транспортних засобів та устаткування	14,13	43	17	49	40	13,9	18	49	18	33
Виробництво та розподілення електричної, теплової та холодної енергії	-1,21	59	16	62	25	2,4	24	62	24	14
Коефіцієнт кореляції «коефіцієнт обмеженості виробничих потужностей-рентабельність операційної діяльності»			-0,26						-0,31	
Коефіцієнт кореляції «частка вільних виробничих потужностей-рентабельність операційної діяльності»			0,19						0,36	

⁴ Таблицю складено автором за даними ДУ «Науково-технічний комплекс статистичних досліджень» [7]

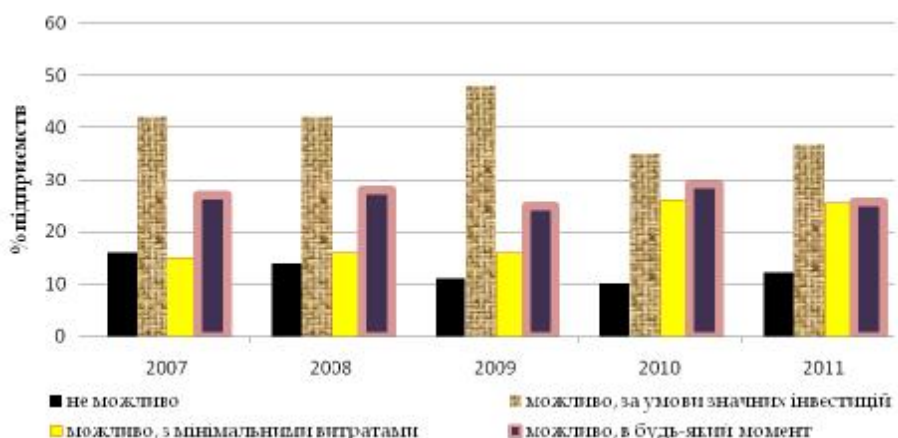


Рис. 2. Оцінка можливості завантаження вільних виробничих потужностей при збільшенні попиту [8, с. 98]

можливості застосування наявних у них вільних виробничих потужностей у виробничому процесі у разі зростання попиту. Незважаючи на те, що частка зношених активів в загальному обсязі незадіяних виробничих потужностей в середньому за досліджуваний період складає близько 56 %, тільки 11 % керівників опитаних підприємств заявили про неможливість розширення випуску у випадку зростання попиту (рис. 2). А такий розрив навіть з огляду на відмінності в методології аналізу структури вільних виробничих потужностей в економіці України є суттєвим.

Таким чином, незадіяні виробничі потужності як бар'єр входження нових фірм в ринок виявляються досить важливим чинником формування й експлуатації ринкової влади вітчизняними підприємствами. Щоправда цілий ряд дослідників бар'єрів входження в ринок ідуть ще далі, вказуючи на те, що виробничі потужності загалом, а не тільки ті, що незадіяні у виробництві являють собою бар'єр входження в ринок. Такий підхід бере свій початок із двоперіодної моделі А. Діксіта [9, с. 53 – 71]. В деякому першому періоді чинна фірма вже прийняла рішення щодо інвестування в капітальні активи для здійснення діяльності на ринку / в галузі й понесла цілий ряд незворотних витрат, тому в другому періоді, користуючись вже створеними капітальними активами, така фірма може протидіяти входженню, встановлюючи ціну на рівні своїх середніх змінних витрат. А ось для фірми-новачка, що прагне вступити на ринок у другому періоді, така модель ціноутворення буде збитковою, стримуючи останню від входження. Таким чином, інвестиції в капітальні активи являють собою бар'єр, аналогічний тому, який породжується перевагами у витратах, а величина відповідних інвестицій визначатиме протяжність зони ринкової влади в ціновому просторі (рис.1).

Статистичні дані підтверджують чинність зробленого висновку і щодо обмеження входу, і щодо обумовленої ринковою владою прибутковості капіталоемних виробництв. Як бачимо з табл. 3, рівень коефіцієнта кореляції між нормою входження та коефіцієн-

том капіталомісткості є надзвичайно високим (понад 0,5 в середньому за досліджуваний період), усуваючи будь-які сумніви щодо ефективності бар'єра інвестицій. Якщо ж при цьому ще врахувати кризові явища, що спіткали економіку України у 2008 – 2009 роках, кон'юнктурно понижуючи норму входження на всі вітчизняні ринки, і розрахувати середній коефіцієнт кореляції між досліджуваними показниками за 2010 – 2011 роки, то побачимо його стрімке зростання до рівня 0,75. Що ж до здатності такого бар'єру сформувати для чинних фірм деяку величину економічної ренти як свідчення наявної у них ринкової влади, то спостерігаємо аналогічну, хоча й менш інтенсивну картину залежності між рентабельністю та капіталоемістю галузевого виробництва. Якщо не враховувати кризовий 2009 рік, коли головним завданням навіть носіїв ринкової влади була не стільки максимізація економічної ренти, скільки виживання в умовах циклічного спаду економіки та обумовленого ним скорочення платоспроможного попиту, то отримуємо середнє значення коефіцієнту кореляції на досить значимому рівні 0,22.

Проведений аналіз наближує нас до розуміння бар'єру Дж. Стіглером, для якого бар'єр є нічим іншим як додатковими витратами фірми-новачка порівняно з витратами чинної фірми, а ймовірність його подолання визначається готовністю такої фірми нести ці додаткові витрати [10, с. 67]. А це означає, що ключовим питанням теорії бар'єрів є не стільки поточна позиція суб'єкта господарювання на ринку (чинна фірма / новачок чи лідер / фірма конкурентної периферії), скільки наявність доступу до вільних грошових ресурсів, необхідних для зведення (підвищення) / подолання бар'єру. В залежності від того, яка з двох фірм володітиме „товщим гаманцем”, рівновага на ринку набудуватиме або ознак монопольної, або ознак змагальної рівноваги.

Висновки. Проведене дослідження показало, що фірма-носій ринкової влади за рахунок цілого ряду ресурсних переваг виявляється такою, що здатна

Таблиця 3
Оцінка впливу капіталомісткості виробництва на норму входження в ринок та рівень рентабельності операційної діяльності чинних учасників ринку⁵

Бід економічної діяльності	2009			2010			2011		
	Рентабельність операційної діяльності	Норма входження місткість	Рентабельність операційної діяльності	Норма входження місткість	Рентабельність операційної діяльності	Норма входження місткість	Рентабельність операційної діяльності	Норма входження місткість	
Сільсько-господарство, мисливство, лісове господарство	14,7	2,94	23,2	5,94	23,2	6,30	23,2	3,8	7,13
Добування промисловість	4,3	5,1	14,8	17,73	14,8	13,25	17,3	6,3	15,44
Переробна промисловість	1,4	3,06	2,3	5,62	2,3	4,22	2,8	4,06	4,20
Виробництво та розподілення електричної, газу та пари	1,8	5,22	1,4	9,82	1,4	6,62	4,8	7,95	15,50
Будівництво	-0,9	3,04	-1,2	6,86	-1,2	5,02	0,8	3,29	6,74
Транспорт, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	4,5	4,48	9,8	5,89	9,8	4,03	13,8	4,49	4,81
Діяльність транспорту та зв'язку	8,5	5,7	7,2	13,42	7,2	13,89	7,5	8,48	15,70
Сфера	6	4,14	6,7	2,10	6,7	2,23	8,5	2,91	2,72
Сфера зв'язку, інформації та зв'язку	3,1	8,7	3,9	3,57	3,9	4,28	2,5	5,63	4,90
Коефіцієнт кореляції «норма входження – капіталомісткість»		0,08		0,63		0,86			
Коефіцієнт кореляції «рентабельність операційної діяльності – капіталомісткість»		0,03		0,29		0,15			

⁵ Розраховано автором за даними Державної служби статистики України [3].

управляти величиною бар'єрів входження в ринок, причому не тільки поведінкових, але й структурних, перетворюючи всі їх на елементи своєї захисної стратегії. Звідси логічним є перегляд традиційної сучасній економічній думці класифікації бар'єрів входження в ринок та поповнення арсеналу стратегічних бар'єрів перевагами у витратах, високою капіталоємністю та вільними виробничими потужностями, що тривалий час вважалися незалежними від волі чинних фірм. У намаганні посилити власну ринкову владу та максимізувати величину економічної ренти такі фірми освоїли цілий ряд інструментів міжвидової конвертації бар'єрів. З цією метою вони сьогодні активно інвестують у формування надмірних виробничих потужностей, у випереджаюче науково-технічне оновлення виробничих технологій та відповідних їм засобів виробництва, у створення розгалуженої мережі каналів збуту власної продукції чи інші форми вертикальної інтеграції, в потужну переконуючу рекламу, здатну сформувати у споживачів прихильність до представленої на ринку торговельної марки тощо. Така інвестиційна політика сучасної фірми, як показує проведений у статті статистичний аналіз, є ефективною, здатною забезпечити фірмі відповідний рівень прибутковості – вищий за нормальний, характерний відкритим для потенційної конкуренції ринкам.

Література

1. **Bain J. S.** Industrial Organization / J.S. Bain. – 2nd ed. – New York: John Wiley, 1968. – 678 с. 2. **Хэй Д., Д. Моррис.** [Пер. с англ. А.Г. Слуцкого] – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 1. – 384 с. 3. **Офіційний сайт** Державної служби статистики України / електронний ресурс – режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua> 4. **Віскузі В.** Кіп Економічна теорія регулювання та антимоніопольна політика / В. К. Віскузі Дж. М. Верном, Дж.Е. Герінгтон (мол.) [Пер. з англ. О.Кілієвич] – К.: Вид-во Соломії Павличко „Основи”, 2004 – 1047 с. 5. **Спенс М.** Вход, мощность, инвестиции олигополистическое ценообразование / М. А. Спенс // Вехи экономической мысли [в 6 т.] – СПб.: Экономическая школа. – Т. 5. Теория отраслевых рынков. [сост. А. Слуцкий, С. Авдашева, Р. Питтмен] – 2003. – 670 с. – С. 35 – 52 6. **Papandreou A. G.** Market Structure and Monopoly Power / A. G. Papandreou // American Economic Review. – Sept. 1949. – vol. 39. – P. 883 – 897. 7. **Офіційний сайт** ДУ „Науково-технічний комплекс статистичних досліджень” / електронний ресурс – режим доступу : <http://www.ntkstat.com.ua/index.html> 8. **Звіт** про науково-дослідну роботу за темою „Тенденції розвитку конкурентних відносин в економіці України у 2010 році” / Т. В. Куць, В. В. Венгер, С. І. Кіресев та ін.; Антимонопольний комітет України, Центр комплексних досліджень з питань антимоніопольної політики. – К., 2011. – 186 с. – Деп. в УкрІНТЕІ, № держреєстрації 0111U003966 9. **Диксит А.** Роль инвести-

ций в предотвращении входа / А. Диксит // Вехи экономической мысли [в 6 т.] – СПб.: Экономическая школа. – Т. 5. Теория отраслевых рынков. [сост. А. Слуцкий, С. Авдашева, Р. Питтмен] – 2003. – 670 с. 10. **Stigler G. J.** The Organization of Industry / G. J. Stigler – Homewood Ill.: Richard D. Irwin, 1968 – 328 p.

Герасименко А. Г. Стратегічні бар'єри входження в ринок як джерело ринкової влади

В статті на основі аналізу стратегічної природи бар'єрів входження в ринок, як здатності уже присутніх на ринку фірм свідомо обмежувати входження потенційних конкурентів, досліджено взаємозв'язок між бар'єрами входження в ринок та рівнем ринкової влади його чинних учасників. В результаті опрацювання даних вітчизняної галузевої статистики встановлено міру впливу окремих видів бар'єрів на показники рентабельності операційної діяльності чинних фірм як індикатор рівня їх ринкової влади.

Ключові слова: бар'єр входження в ринок, вільні виробничі потужності, незворотні витрати, ринкова влада, рентабельність операційної діяльності.

Герасименко А. Г. Стратегические барьеры входа в рынок как источник рыночной власти

В статье на основе анализа стратегической природы барьеров входа в рынок, как способности уже существующих на рынке фирм осознанно ограничивать вход потенциальных конкурентов, исследована взаимосвязь между барьерами входа в рынок и уровнем рыночной власти укоренившихся на нем фирм. В результате обработки данных отечественной отраслевой статистики установлена мера влияния отдельных видов барьеров на показатели рентабельности операционной деятельности укоренившихся фирм как индикатор уровня их рыночной власти.

Ключевые слова: барьер входа в рынок, свободные производственные мощности, безвозвратные издержки, рыночная власть, рентабельность операционной деятельности.

Gerasymenko A. G. Strategic Barriers to Entry a Market as a Seed of Market Power

Basing the analysis of strategic nature of barriers to entry, which is an ability of incumbent firm to restrict the entry of potential competitors consciously, the article investigates an interrelation between barriers to entry the market and the level of market power of incumbent firms. Ukrainian industrial data processing lets us to find out the measure of some barriers' influence the level of operating activity profitability of incumbent firms, which is an indicator of their market power.

Key words: barrier to entry, free capacity, sunk costs, market power, operating activity profitability.

Стаття надійшла до редакції 19.10.2012

Прийнято до друку 20.12.2012