

## КОНКУРЕНЦИЯ В ФИНАНСОВОМ СЕКТОРЕ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

*Е.Н. Дмитриева, аспирант  
Научный руководитель – П.В. Каллаур, к.э.н., доцент  
Полесский государственный университет*

Конкуренция, описанная Адамом Смитом еще в XVIII веке как «невидимая рука», является элементом рыночных отношений, формирующим внутренний источник развития как экономики страны в целом, так и отдельных ее сфер. Экономическое развитие, обусловленное конкурентными отношениями, проявляется в эффективном распределении ресурсов, дифференциации продуктов и услуг, способных удовлетворить потребности общества с наименьшими затратами. Перспективы такого развития во многом обусловлены результативностью финансовой системы, поэтому оценка конкуренции и создание условий для ее функционирования является одним из приоритетных направлений государственной политики всех стран мира.

Термин «конкуренция» можно интерпретировать различным образом: авторы определяют его как процесс, стремление, ситуацию, возможность и даже метод. [1, с. 28 – 29] Отчасти такой разброс мнений обусловлен различными подходами к пониманию ее сущности: функциональным, поведенческим и структурным. [1, с. 28 – 29; 2, с. 15; 3; 4] В рамках каждого из этих подходов выделяются определенные факторы, позволяющие оценить состояние конкуренции, применяются соответствующие методы ее анализа.

Первый подход, отражая взгляды классической экономической школы, отводит роль фактора экономической функции конкуренции, эффективность реализации которой позволяет определить ее состояние на рынке. Конкуренция рассматривается как элемент рыночного механизма, играющий важную роль в равновесном развитии отрасли и экономики. Результатом конкурентной борьбы является «...общая цена на однородные товары и конкретный вид кривых спроса и предложения. «Конкуренция обеспечивает функционирование рыночного механизма ценообразования» [5].

Второй подход – подход неоклассиков к пониманию сущности конкуренции «...основывается на повседневном [ее] понимании ... как соперничества за достижение лучших результатов на каком-либо поприще» [5] и включает в себя факторы поведения участников рынка и специфики его институционального регулирования. Позднее поведенческие факторы были названы М. Портером

пятью конкурентными силами (существующие конкуренты, угроза появления новых конкурентов и возникновения продуктов – заменителей, сила позиции поставщиков и покупателей), позволяющими определить привлекательность отрасли с позиции ее прибыльности и интенсивности конкуренции. Этот подход дал толчок развитию теории стратегического планирования и менеджмента с целью формирования и максимального использования конкурентных преимуществ.

Третий подход характеризует внешние по отношению к участникам рынка факторы: конкуренция рассматривается как некоторое особое свойство рынка, определяющее его тип и, соответственно, поведение участников. Он предполагает линейный характер обратной зависимости степени концентрации и прямой зависимости уровня конкуренции рынка от числа его участников (что в свою очередь обуславливает обратную связь конкуренции и концентрации), а также положительной зависимости концентрации рынка и прибыли. Применительно к финансовому рынку эти зависимости выражают следующие показатели: емкость рынка; число организаций на рынке; коэффициент концентрации; индекс Херфиндала – Хиршмана; ранговый индекс концентрации (индекс Холла – Тайдмана или индекс Розенблюта); индекс Линда; коэффициент относительной концентрации; энтропия; дисперсия логарифмов рыночных долей; индекс Джинни; маржа; интенсивность конкуренции; индикаторы рыночной (монопольной) власти (индекс Лернера, модель Бреснахана с параметром  $\theta$ , индекс Панзара – Росса с параметром  $H$ -статистики, модель Барроса – Модесто); доля активов иностранных владельцев и др. Однако степень конкуренции на рынке зависит не только от числа его участников, т. к. помимо «конкуренции внутри рынка» существует «конкуренция за рынок» [5]. В соответствии с теорией о связности рынка даже при небольшом числе его участников может наблюдаться их конкурентное поведение. Среди основных причин такого явления выделяют следующие: наличие асимметрии информации; развитие филиальной сети (особенно актуально для банковской системы и сферы страхования); появление и использование новых технологий. Эта теория в рамках структурного подхода дополняет анализ конкуренции необходимостью оценки барьеров входа – выхода, степени удовлетворенности спроса потребителей финансовых продуктов и услуг, числа взаимоотношений с клиентами и др. показателей.

Неоднозначным является вопрос о характере соперничества, присущем поведению участников рынка в зависимости от его типа. Как правило, в литературе термины «конкуренция» и «соперничество» («борьба») употребляются как синонимы, а наиболее конкурентным называется поведение участников рынка совершенной конкуренции. Однако, по мнению профессора Светуныкова С.Г., развитие теории морфологии рынка определило различия между ними. Поведение участников «...может иметь характер соперничества лишь при олигопольном строении рынка, когда их взаимозависимость положительна и достаточно высока» [5]. Поведение монополиста или участников рынка полиполии не может носить конкурентный характер по причине ничтожно слабой взаимозависимости их поведения. Конкурентная борьба помимо ценовой конкуренции проявляется в совершенствовании характеристик уже существующего продукта (качество, внешний вид, упаковка и т.п.), рекламе, предложении новинок и т.п. «Ярко выраженное соперничество может наблюдаться в поведении субъектов, которые в то же время не могут быть названы совершенными конкурентами. Но и наоборот, совершенная конкуренция наблюдается на тех рынках, где явное соперничество отсутствует» [5].

На протяжении всего периода развития научной мысли о сущности конкуренции выдвигались различные теории о методах ее анализа и количественных параметрах оценки преимущественно в отношении товарного рынка. Только с усилением влияния финансового сектора на экономику возрос интерес к особенностям его конкурентных отношений, а так же способам их оценки, что обусловило необходимость модификации ряда существующих методик с целью их применения для анализа финансовой сферы, а так же поиска новых индикаторов, способных отвечать современным требованиям к уровню их достоверности.

#### Список использованных источников

1. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. / Р.А. Фатхутдинов. – 2-е изд. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с.
2. Мизгулин, Д.А. Банковская конкуренция: содержание, особенности и совершенствование: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / Д.А. Мизгулин. – Москва, 2004. – 155 л.

3. Степанов, Л.В. Моделирование рыночного процесса олигополистической конкуренции / Л.В. Степанов [Электронный ресурс] – 2005. – Режим доступа: [www.econf.rae.ru/pdf/2009/10/788d986905](http://www.econf.rae.ru/pdf/2009/10/788d986905). – Дата доступа: 05.02.2010.
4. Норд, Х. Методологические основы динамических состояний конкуренции / Х. Норд [Электронный ресурс] – 2009. – Режим доступа: [www.liveinternet.ru/community/2202959/post110681198](http://www.liveinternet.ru/community/2202959/post110681198). – Дата доступа: 22.01.2010.
5. Светуныков, С.Г. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью / С.Г. Светуныков [Электронный ресурс] – 1999. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/m19>. – Дата доступа: 02.02.2010.