

На правах рукописи



Возненко Петр Валерьевич

**Формирование и развитие отраслевого рынка в экономике России
(на примере пивоваренной отрасли)**

Специальность 08.00.01 – Экономическая теория

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва – 2010

Работа выполнена на кафедре политической экономии экономического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Никифоров Александр Алексеевич

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Чеканский Александр Николаевич
кандидат экономических наук, доцент
Сафрончук Марина Валентиновна

Ведущая организация: Российский химико-технологический
университет им. Д.И. Менделеева

Защита состоится «22» декабря 2010 г. в 14 час. 00 мин. в ауд. 507 на заседании диссертационного совета Д 501.001.23 в Московском государственном университете им. М.В. Ломоносова по адресу: 119991, г. Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д.1, строение 46, здание экономического факультета Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова, 3-й новый учебный корпус, Экономический факультет.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале Научной библиотеки 2-ого учебного корпуса МГУ им. М.В. Ломоносова.

Автореферат разослан « 19 » ноября 2010 г.

Учёный секретарь

диссертационного совета Д 501.001.23

к.э.н., доцент



Л. В. Рой

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью определения перспектив развития отрасли экономики для производственных компаний, а также для отраслевых инвесторов, так как именно будущие тенденции развития отрасли определяют стратегическое поведение фирм, а для инвесторов – движение капитала в отрасли с большей доходностью.

Выбор пивоваренной отрасли в качестве объекта исследования обусловлен тем, что данная отрасль, во-первых, является развивающейся отраслью наряду со многими отраслями российской экономики. Исследование перспектив развивающейся отрасли является ключевым аспектом в (а) формировании стратегии развития хозяйствующих субъектов пивоваренной отрасли; (б) движении инвестиционного капитала в отрасль; (в) определении приоритетов политики государственного стимулирования и ограничительных мер. Во-вторых, пивоваренная отрасль имеет важное социально-экономическое значение. Регулирование рынка алкогольной продукции создает возможности для необходимых структурных изменений в потреблении алкогольных напитков. Постоянные инициативы государственных органов по регулированию пивоваренной отрасли в очередной раз подчеркивают общественно-экономическую значимость исследуемой отрасли. В-третьих, пивоваренная отрасль развивается более высокими темпами, чем экономика страны в целом, что обуславливает привлекательность отрасли с точки зрения доходности, как для западных, так и для российских компаний и инвесторов. В-четвертых, сложившаяся в пивоваренной отрасли олигопольная структура рынка, благодаря интенсивному процессу концентрации за последние 10 лет, обуславливает возрастающий интерес к ней со стороны государственных антимонопольных органов в целях защиты конкуренции. Перечисленные факторы в совокупности делают пивоваренную отрасль России весьма актуальным и интересным объектом исследования с точки зрения выявления будущих перспектив развития.

Очевидная необходимость учета специфики российской экономики при оценке и выявлении перспектив развития отрасли неизбежно требует внесения соответствующих корректировок в общепринятые методики и инструментарий анализа отраслевых рынков.

Особенности исследуемого отраслевого рынка определяют необходимость создания дополнительного инструментария по исследованию стратегии взаимодействия крупных фирм на рынке, что позволяет использовать

новые элементы при формировании стратегического поведения хозяйствующих субъектов.

Таким образом, изучение процесса формирования, состояния и перспектив развития отраслевого рынка в экономике России на примере пивоваренной отрасли является особенно значимым и актуальным в современных условиях, что и предопределило выбор темы исследования.

Степень теоретической разработанности проблемы.

Многосторонние проблемы формирования и развития отраслевых рынков, в том числе применительно к экономике России, предопределили многообразие исследований и научных трудов, задействованных в ходе проведенного исследования.

Формирование теории отраслевой организации началось в рамках неоклассической школы в работах Курно А., Бертрана Ж., Штакельберга Г., Эджуорта Ф., Нэша Д., Форхаймера К., разработавших некооперативные модели поведения фирм на рынке.

В дальнейшем их исследования нашли достойное продолжение в теоретических разработках Чемберлена Е., Хотеллинга Г., Салопа К., Ланкастера К., Дорфмана Р., Штайнера П., Росса Д., Тироля Ж., Мориса Д., Мэйсона Э., Бэйна Д., Хэйя Д., Шерера Ф., Эдварда Х., Хадара Ж., Шубика М., Стиглера Дж. и других.

Среди отечественных авторов, специализирующихся по теории отраслевых рынков, стоит выделить, таких исследователей как Авдашева С.Б., Розанова Н.М., Рой Л.В., Третьяк В.П., Юсупова А.Т. и других.

Исследованию конкуренции посвящены работы Портера М., Ансоффа И., Котлера Ф., Томпсона А., Стрикленда А. и других

Проблемы концентрации в отраслях экономики в рамках концепции жизненного цикла отрасли находят отражение в трудах таких ученых и исследователей как Вестон Ф., Чун Х., Хоаг С., Солник Б. и Макливей Д..

Перспективам развития отраслей в зависимости от изменения экономической активности посвящена знаменитая работа И. Барри. Исследованию изменений в экономической активности (бизнес-цикл) посвящен труд Р. Лукаса.

Применительно к пивоваренной отрасли России стоит выделить труды таких исследователей как Нинкович А., Рубанов И. Гринкевич В., Коваленко В., Ремнева К. Владимирова И.¹

¹ Работы указанных авторов приведены в списке литературы в диссертационной работе.

Однако теоретической и практической проблемой до настоящего времени является отсутствие комплексной методики по анализу и оценке основных факторов, влияющих на перспективы развития отрасли экономики.

Кроме того процессы, происходящие в пивоваренной отрасли России за последние 10-15 лет, являются уникальными по своей сути, так как ни в какой стране не наблюдался динамичный процесс концентрации за такой короткий промежуток времени. Тем не менее в научных публикациях пока не нашли достаточного отражения вопросы, связанные с отраслевыми особенностями и перспективами развития пивоваренной индустрии в России.

Объектом исследования выступает пивоваренная отрасль в экономике России

Предметом исследования являются экономические процессы, формирующие и определяющие перспективы развития отраслевого рынка.

Цель и задачи исследования.

Цель диссертационного исследования состоит в определении перспектив развития пивоваренной отрасли России и выработке практических рекомендаций по стратегическому развитию хозяйствующих субъектов и государственному регулированию отрасли.

На достижение этой цели направлено решение следующих задач:

1. Рассмотреть основные блоки отраслевого анализа, необходимые для определения перспектив развития отрасли экономики.
2. Проанализировать процесс формирования конкурентных стратегий для компаний отрасли.
3. Исследовать реакцию отечественных отраслей, в том числе пивоваренной отрасли, на изменение экономической активности.
4. Выявить специфику реакции пивоваренной отрасли в развивающихся странах на изменение фаз бизнес-цикла.
5. Раскрыть основные мотивы, приводящие к концентрации, а также наиболее вероятные формы концентрации в рамках концепции жизненного цикла отрасли.
6. Проанализировать существующие модели на предмет применения к исследуемой отрасли. В случае необходимости модернизировать существующую или разработать новую модель стратегического взаимодействия участников рынка с учетом специфики российской пивоваренной отрасли.

7. Определить основные отраслевые тенденции и перспективы развития российской пивоваренной отрасли, а также перспективы развития экономики России.
8. Исследовать особенности государственного регулирования пивоваренной отрасли России и сравнить с опытом регулирования пивоваренной отрасли в других странах.

Теоретическую и методологическую основы работы составили труды отечественных и зарубежных ученых экономистов и исследователей проблем отраслевых рынков, стратегического поведения фирм внутри отрасли, результаты исследования аналитических и исследовательских учреждений страны по вопросам отраслевого анализа (например «Бизнес Аналитика», РБК), а также результаты исследований институтов власти Российской Федерации (например, доклады ФАС о состоянии конкуренции в РФ).

В работе применялись экономико-статистические, экономико-математические, абстрактно-логические, расчетно-конструктивные, нормативные, экспертные оценки, а также системный, ситуационный анализ и другие методы исследования.

Стоит также отметить, что автор активно использовал докторские и кандидатские диссертационные работы с аналогичным объектом и предметом исследования, таких исследователей как Вольфсон А.В.², Филатов А.В.³, Журавлева Л.А.⁴, Алексейчева Е.Ю.⁵ и других.

Информационно-эмпирическая база исследования состоит из данных статистических сборников Федеральной службы государственной статистики, Федеральной антимонопольной службы, а также Bloomberg, S&P, DataStream и других. Использовались нормативные и правовые акты Российской Федерации, статьи и аналитические исследования организации «Союза Российских Пивоваров». В работе широко использовались в качестве альтернативных источников аналитические исследования пивоваренной отрасли, ежегодные исследования «Бизнес Аналитика», агентства «РБК», OECD, а также другие источники. Особо стоит подчеркнуть широкое использование отчетов, программ по стратегическому развитию, а также презентационных материалов

² Вольфсон А.В.. Диссертация на соискание ученой степени к.э.н. «Модели экономического поведения фирм в условиях современной олигополии». – Челябинск. 2009

³ Филатов А.Н.. Диссертация на соискание ученой степени к.э.н.: «Разработка механизма формирования конкурентной стратегии предприятия в отраслях олигополии». – Уфа 2006

⁴ Журавлева Л.А... Диссертация на соискание ученой степени д.э.н.: «Повышение эффективности развития пивоваренной промышленности Российской Федерации: теория, методология, практика». – Москва. 2006

⁵ Алексейчева Е.Ю. Диссертация на соискание ученой степени д.э.н.: «Отраслевые рынки: концепция, практика формирования и развития». – Новосибирск 2003

основных хозяйствующих субъектов, представляющих российскую пивоваренную отрасль.

Научная новизна исследования.

1. Предложены и применены дополнительные блоки исследования к стандартному отраслевому анализу, использование которых позволяет более точно определить перспективы развития отрасли. Эти ключевые блоки следующие: (а) проведение анализа экономики страны, (б) исследование реакции отраслей на изменение экономической активности и (в) анализ перспектив концентрации в отрасли в рамках концепции жизненного цикла.

2. На базе предложенного подхода комплексного анализа отрасли выявлены: (а) перспективы развития пивоваренной отрасли России, (б) инвестиционная привлекательность пивоваренной отрасли с точки зрения доходности при разных сценариях развития экономики; (в) перспективы концентрации в пивоваренной отрасли в зависимости от прогнозируемого жизненного цикла.

3. На основе проведенного эмпирического исследования было доказано, что отечественные компании с устойчивым спросом и ценами не защищены от изменения фаз делового цикла. И данные компании по характеру динамики котировок акций похожи на компании циклической отрасли, но с меньшей амплитудой колебания. Поэтому, некорректно применять классификацию отраслей по типу реакции для отечественных отраслей. Инвестор, опираясь на результаты исследования, будет более точно прогнозировать развитие отраслевого рынка с учетом степени развитости экономики, в которой данная отрасль представлена.

4. Разработана теоретическая модель неценовой конкуренции на олигопольном рынке, предпосылки которой отражают специфику пивоваренной отрасли России. Разработанная модель может быть использована хозяйствующими субъектами для принятия стратегических решений в растущих и, особенно, в быстрорастущих отраслях.

5. В рамках разработанной модели стратегического взаимодействия участников рынка предложена оптимальная стратегия фирмы, стремящейся к захвату рыночной власти.

6. На базе проведенного сравнительного анализа государственного регулирования пивоваренной отрасли в России с учетом опыта других стран выявлены последствия введенных государством ограничений в области рекламы и предложены рекомендации по регулированию пивоваренной отрасли в акцизной политике и ограничения на рекламу пивоваренной продукции.

Теоретическая и практическая значимость работы.

Результаты работы представляют интерес для российских хозяйствующих субъектов – пивоваренных компаний – и могут быть учтены при формировании стратегии развития. Результаты исследования реакции отраслей в экономике России представляют особый интерес для инвесторов при принятии решений об отраслевых инвестициях в зависимости от прогнозируемой фазы бизнес-цикла.

Разработанная модель стратегического взаимодействия фирм основана на предпосылках отличных от существующих моделей олигополий и учитывает специфику реальной отрасли экономики. Модель может быть использована в учебном процессе: курсах микроэкономики, экономики отраслевых рынков, соответствующих специализированных курсах, а также компаниями в пивоваренной отрасли.

Предложенные в работе дополнительные блоки исследования к стандартному отраслевому анализу позволяют более точно определить перспективы развития отрасли экономики. Данный подход к отраслевому анализу может быть использован для формирования прогноза развития любой другой отрасли экономики.

Отдельные результаты диссертационного исследования могут быть также полезными для государственных органов при формировании политики страны в отношении алкогольной продукции.

Апробация работы.

Результаты исследования, такие как исследование реакций отечественных отраслей на изменение экономической активности, а также соотношение мотивов и форм интеграции в рамках концепции жизненного цикла отрасли, используются компанией ОК РУСАЛ при формировании стратегии развития. Результаты исследования, касающиеся перспектив отечественного пивоваренного рынка, используются в долгосрочном стратегическом планировании компанией в пивоваренной отрасли, например, «Булгарпиво», а также учитывались в сделке по приобретению инвестором (инвестиционным фондом) среднего по размеру пивоваренного актива в России.

Публикации результатов исследования. По теме исследования опубликовано 3 работы общим объемом 1,1 п. л., включая 2 работы в журналах из перечня ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, определенного ВАК, объемом 1 п. л.

Объем, логика и структура работы обусловлены поставленной целью и сформулированными задачами исследования, а также требованиями, предъявляемыми к диссертационным работам:

Введение

Глава 1. Анализ и прогноз отраслевых рынков: теоретический аспект

- 1.1 Комплексный анализ отраслевого рынка
- 1.2 Отраслевые рынки в условиях бизнес-цикла
- 1.3 Основы концентрации в отрасли экономики в рамках концепции жизненного цикла
 - 1.3.1 Регулирование уровня концентрации на отраслевых рынках
- 1.4 Базовые конкурентные стратегии и конкурентные преимущества
- 1.5 Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке

Глава 2. Основные тенденции и перспективы развития пивоваренной отрасли в экономике России

- 2.1 Роль пивоваренной отрасли в экономике России
 - 2.1.1 Перспективы развития экономики России
- 2.2 Особенности реакции российских отраслей в условиях изменения экономической активности
 - 2.2.1. Особенности реакции пивоваренной отрасли к изменению фаз бизнес-цикла
- 2.3 Отраслевой анализ пивоваренной индустрии
 - 2.3.1 История развития отрасли
 - 2.3.2 Формирование олигопольной структуры рынка
- 2.4 Основные тенденции развития пивоваренной промышленности в России
- 2.5 Основные игроки пивоваренной отрасли. Стратегическое взаимодействие
- 2.6 Процесс концентрации в пивоваренной отрасли
- 2.7 Государственное регулирование пивоваренной отрасли в России

Заключение

Библиография

Приложения

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Комплексный анализ отраслевых рынков и перспективы развития пивоваренной отрасли в России

Для комплексного анализа состояния и определения перспектив развития отрасли автор предлагает дополнить стандартный стратегический анализ новыми ключевыми элементами, а именно: (1) проведение анализа экономики страны, (2) исследование реакции отрасли на изменение экономической активности (фаз бизнес-цикла), (3) анализ перспектив концентрации в отрасли в рамках концепции жизненного цикла. Включение предложенных элементов в анализ отраслевых рынков будет способствовать не только более глубокой оценке закономерностей формирования рыночной структуры и текущих отраслевых тенденций, но и самое главное это даст возможность для определения будущих перспектив развития.

При выполнении анализа на уровне экономики страны необходимо дать прогноз ожидаемого экономического роста страны в краткосрочном и долгосрочном аспекте, что является одним из основных элементов, формирующих поведение экономических субъектов.

- В краткосрочной перспективе имеет значение определение текущего состояния экономики в бизнес цикле и прогноз развития бизнес цикла.
- В долгосрочной перспективе необходимо исследовать ожидания стабильного, продолжающегося экономического роста, что обычно измеряется такими показателями как реальный ВВП и ВВП на душу населения.

Однако отдельные отрасли по-разному реагируют на изменение экономической активности: спрос на продукцию одних отраслей тесно коррелируют с ростом/спадом в экономике (например, строительство, машиностроение), спрос на продукцию других отраслей может не зависеть, либо иметь слабую корреляцию с ростом/спадом в экономике (например, в пищевой промышленности). Поэтому, для определения перспектив развития отраслевого рынка необходимо знать, как исследуемая отрасль реагирует на изменение экономической активности. Выделяются следующие типы отраслей в зависимости от их реакции на изменение фаз бизнес-цикла⁶:

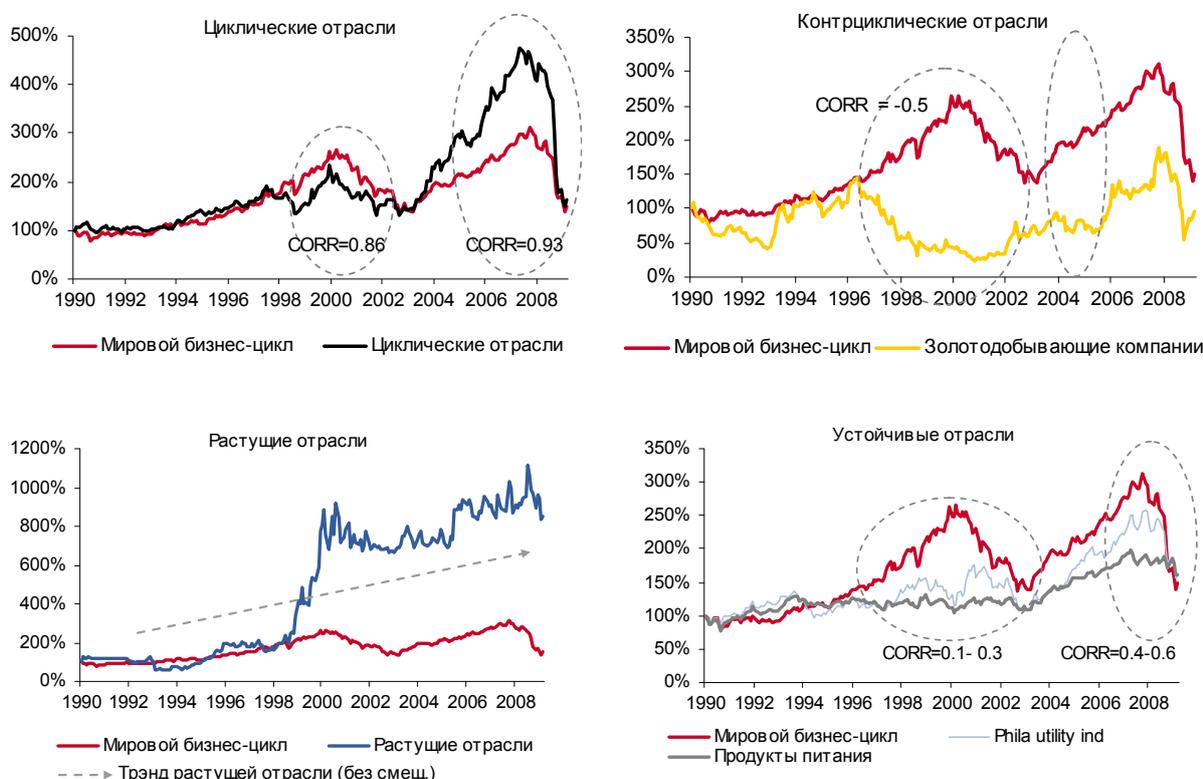
- **Растущие отрасли.** Выручка компании в данных отраслях растет, также как и прибыльность в течение всех фаз бизнес-цикла. Примером служат отрасли высоких технологий (например, биотехнологическая индустрия).

⁶ Ing. Ivan Barri, "Sectoral Investments." Financial Market. BIATEC, Volume XIV, 2006, Page 15-22

- **Устойчивые отрасли** менее подвержены цикличности, чем экономика страны, потому что спрос имеет тенденцию быть относительно независимым от бизнес-цикла. Примерами могут быть пищевая промышленность, энергоснабжающие / коммунальные предприятия.
- **Циклические отрасли** положительно коррелируют с бизнес-циклом, потому что спрос на продукцию этих отраслей увеличивается в периоды роста и уменьшается в периоды рецессии. Автомобильная отрасль, отрасль тяжелого машиностроения – отрасли с высоким операционным рычагом (большая доля постоянных издержек) – примеры циклических отраслей.
- **Контрциклические отрасли** – реакция на изменение фаз бизнес-цикла этих отраслей объясняется отрицательной корреляцией: при спаде общей экономической активности, прослеживается их рост, а при росте экономической активности – спад. Золотодобывающая отрасль является примером контрциклической отрасли.

На следующей диаграмме представлены результаты исследования динамики отраслей различных групп и изменение экономической активности, а также приведены скорректированные коэффициенты корреляции на заданных областях бизнес-цикла:

Диаграмма 1. Бизнес-цикл и динамика отраслевых групп (1990 – 2009 гг.)



Примечание: на графиках представлены нестационарные временные ряды. Для определения корреляции ряды приводились к стационарному виду с использованием разницы первого порядка. Источник: Bloomberg

Умение правильно определить реакцию отрасли на экономические колебания, фазу жизненного цикла отрасли, а также последующую фазу бизнес-цикла дает возможность максимально эффективно с точки зрения прибыльности осуществлять и перераспределять инвестиции по отраслям экономики по сравнению со средней рыночной доходностью.

Рассмотрение **процесса концентрации в рамках жизненного цикла отрасли** необходимо потому, что разным стадиям развития отрасли присущи разные мотивы, приводящие к концентрации, и разные формы концентрации:

Диаграмма 2. Мотивация к консолидации и жизненный цикл отрасли^{7 8}

Фаза ЖЦО	Мотивы к консолидации	Вероятная форма
«Пионер»	<ul style="list-style-type: none"> • Финансирование от более зрелого бизнеса • Объединение управленческого таланта 	<ul style="list-style-type: none"> • Конгломератная • Горизонтальная
Быстрый рост	<ul style="list-style-type: none"> • Дополнительное финансирование • Расширение мощности (рыночной доли) 	<ul style="list-style-type: none"> • Конгломератная • Горизонтальная
Зрелость	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение операционной эффективности • Экономия от масштаба • Получение синергии 	<ul style="list-style-type: none"> • Горизонтальная • Вертикальная
Стабильность	<ul style="list-style-type: none"> • Экономия от масштаба /сокращение затрат • Профессиональный опыт менеджеров 	<ul style="list-style-type: none"> • Горизонтальная
Спад	<ul style="list-style-type: none"> • Выживание • Операционная эффективность • Получение новых инвестиционных возможностей 	<ul style="list-style-type: none"> • Горизонтальная • Вертикальная • Конгломератная

Различные мотивы к консолидации в рамках жизненного цикла отрасли обычно диктуются наличием капитальных ресурсов, которые необходимы для финансирования сделки по слиянию или поглощению, а также диктуются нормой доходности в отрасли.

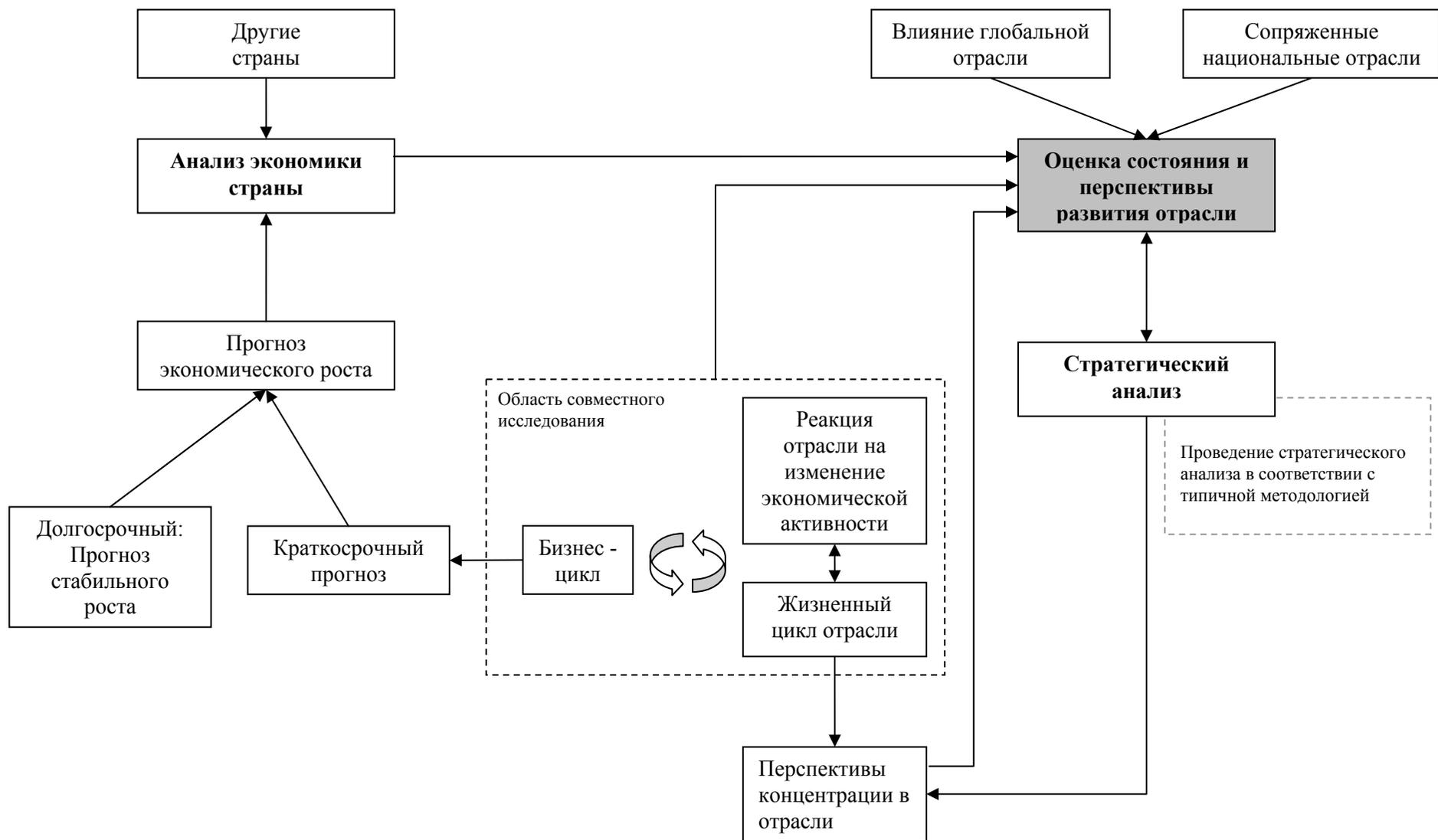
Определив (а) положение компании в отрасли и (б) стадию жизненного цикла отрасли, можно прогнозировать перспективы концентрации в отрасли, что формирует будущую структуру отрасли и поведение хозяйствующих субъектов.

На следующей диаграмме мы представим предложенные ключевые блоки в дополнение к стандартному общепринятому отраслевому анализу.

⁷ J. Fred Weston, Kwang S., Chung and Susan E. Hoag. Merger, Restructuring, and Corporate Control, New York: Prentice Hall, 1990, p.102

⁸ Bruno Solnik and Dennis McLeavey. International Investments, 5th edition. Boston: Addison Wesley, 2004, p.264-265

Диаграмма 3. Комплексный анализ основных факторов, влияющих на перспективы развития отраслевого рынка



Включение предложенных блоков в анализ отраслевых рынков будет способствовать не только более глубокой оценке закономерностей формирования рыночной структуры и текущих отраслевых тенденции, но и самое главное это дает возможность для определения будущих перспектив развития.

2. На базе предложенного подхода комплексного анализа определены перспективы развития пивоваренной отрасли России

Общие перспективы развития пивоваренной отрасли России:

- В обозримом будущем (2010-2014гг.) темп прироста рынка ожидается на уровне 3-4%.
- Потребление пива на душу населения в России остается низким по сравнению с другими развивающимися странами и развитыми странами. Это свидетельствует о потенциале роста рынка пива, что позволит к 2012-2014 гг. увеличить объем его потребления примерно до 90 л. в год на душу населения с текущего уровня в 77-78 л.
- Прогнозируемый рост потребления пива будет происходить за счет: (1) насыщение регионов и (2) за счет структурных изменений в потреблении, вследствие замещения слабоалкогольными напитками крепкоалкогольных.
- В ближайшем будущем (2010-2014гг.) стратегия развития компаний будет направлена на менее насыщенные региональные рынки, где развитие потребления происходит более быстрыми темпами.

Инвестиционная привлекательность пивоваренной отрасли России с точки зрения доходности для инвесторов и акционеров:

Совмещая результаты прогноза развития экономики России с исследованием реакции пивоваренной отрасли на изменение экономической активности, мы приходим к следующим выводам в зависимости от сценария развития экономики России:

- **Пессимистичный сценарий** (отсутствие роста или ухудшение экономической ситуации). Несмотря на дальнейший рост производства пивоваренной продукции и дальнейшее насыщение региональных рынков, инвесторам стоит воздерживаться от вложений в пивоваренную отрасль.
- **Консервативный сценарий** (стагнация в экономике, сценарий МЭРТ). Пивоваренная отрасль, скорее всего, является одной из лучших возможностей для инвесторов в России в противовес, например, циклическим отраслям, так как рост рынка будет

обусловлен дальнейшим ростом производства пива и дальнейшим насыщением региональных рынков в России.

- **Оптимистичный сценарий** (оживление в экономике, сценарий МЭРТ): пивоваренная отрасль в России является лучшим выбором для наименее рискованных инвесторов, а для более рискованных инвесторов лучшим выбором являются циклические отрасли ввиду большего потенциала отраслевого роста в условиях роста экономики в целом.

Перспективы концентрации в пивоваренной отрасли России:

Отечественная пивоваренная отрасль находится в фазе роста с позиции концепции жизненного цикла. Однако существует риск спада в отрасли вследствие активной реализации государственной политики по снижению потребления алкогольной продукции. Поэтому, в перспективе следует ожидать:

Сценарий 1. Рост в отрасли. Процесс дальнейшей консолидации рынка в руках основных игроков продолжится. Следствием этого в недалекой перспективе может стать интерес крупных компаний к средним и малым региональным компаниям, оснащенным небольшими мощностями. Компании будут стремиться к консолидации, чтобы, во-первых, увеличить свое присутствие в регионах и, во-вторых, извлечь выгоду экономии от масштаба. Возможны горизонтальные и вертикальные формы объединений, которые позволяют получить синергию и увеличить рыночную власть.

Сценарий 2. Спад в отрасли (значительный рост акцизов⁹): значительное повышение цен на продукцию и существенное снижение потребительского спроса, снижение прибыльности в отрасли. Следует ожидать уход капитала в другие отрасли для поиска других инвестиционных возможностей, а также вертикальную интеграцию в пивоваренной отрасли, чтобы увеличить операционную эффективность и доходность.

3. Отсутствие в экономике России устойчивых отраслей к изменениям фаз бизнес-цикла

В соответствии с классификацией реакции отраслей на изменение экономической активности¹⁰ принято выделять 4 типа отраслей: растущие, устойчивые, циклические и контрциклические. Однако, в диссертационном исследовании мы доказали, что некорректно применять данный инструментарий к экономике России, ввиду того, что он описывает реакцию отраслевых групп на развитых рынках.

⁹ По состоянию на май 2010г. в Правительстве РФ активно обсуждался вопрос о повышении акцизов на пивоваренную продукцию на 200% и другие инициативы, ограничивающие предложение на рынке

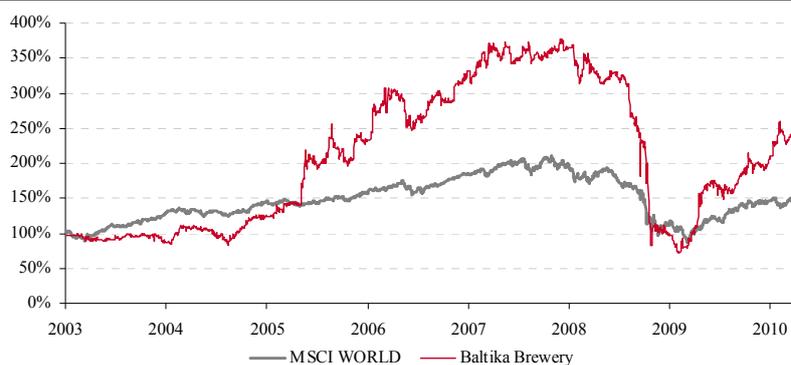
¹⁰ Ing. Ivan Barri, "Sectoral Investments." Financial Market. BIATEC, Volume XIV, 2006, Page 15-22

Принципиальными выводами на основании проведенного исследования¹¹ реакции отраслей на изменение деловой активности в России будут следующие:

- На развивающемся рынке России отечественные компании с устойчивым спросом и ценами не защищены от изменения фаз делового цикла. Напротив, данные компании по характеру динамики котировок акций похожи на компании циклической отрасли, но с меньшей амплитудой колебания.
- Динамика капитализации компаний циклических отраслей на развивающемся рынке России совпадает с динамикой бизнес-цикла, однако их реакция намного сильнее ввиду больших рисков (страновые риски, а также специфические отраслевые риски).

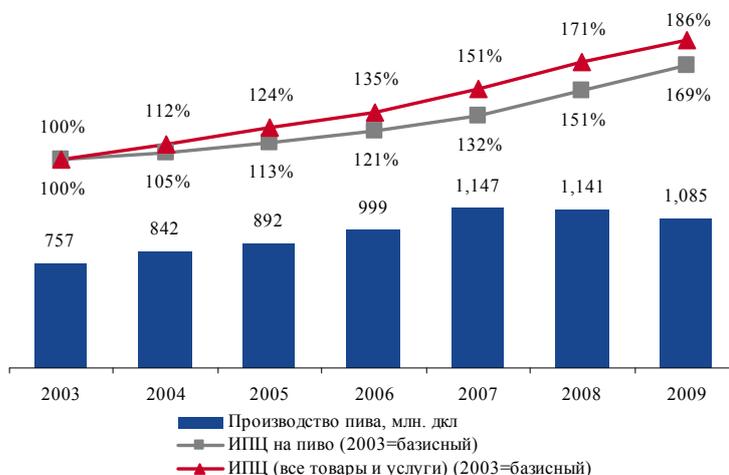
Приведем в качестве примера динамику котировок акций компании «Балтика», а также отраслевой спрос и динамику цен на пивоваренную продукцию.

Диаграмма 4. Динамика котировок акций ОАО «Балтика» и MSCI



Источник: Bloomberg, Биржа ММВБ

Диаграмма 5. Динамика производства пива, средних цен на пиво и общего уровень потребительский цен в РФ



Источник: Росстат, Бизнес-Аналитика

¹¹ Исследована динамика 148 торгуемых на фондовом рынке российских компаний различных отраслей, в т.ч. было проведено исследование парной корреляции и отклонений.

Несмотря на то, что доходы (выручка) пивоваренной компании практически не зависят от изменения экономической активности: спрос на продукцию компании относительно стабильный, также как и уровень цен. Но капитализация пивоваренной компании не проявляет устойчивости к изменению фаз бизнес-цикла и по характеру динамики котировок акций пивоваренная отрасль похожа на циклическую отрасль, но с меньшей амплитудой колебания. Данный вывод подтверждается при исследовании отраслей с относительно устойчивым спросом в России, а также при исследовании порядка 60 торгуемых компаний пивоваренной отрасли в различных странах с развивающейся экономикой¹².

Основной рекомендацией и прикладным выводом, который следует из проведенного исследования, будет то, что для фирмы или инвестора при прогнозировании реакции конкретной отрасли необходимо учитывать степень развития экономики, в которой представлена данная отрасль. Классификация отраслей в зависимости от реакции на изменение фаз бизнес-цикла применяется на развитых рынках, но нарушается на развивающихся рынках.

Результаты проведенного исследования убедительно доказывают, что так называемые устойчивые отрасли на развивающемся рынке не проявляют такой же стабильности, как, скажем, на рынках США или Европы. Поэтому инвестор или фирма, опираясь на выводы проведенного исследования, будет принимать более корректные стратегические решения и более точно прогнозировать развитие отраслевого рынка.

4. Модель стратегического взаимодействия участников олигопольного рынка

Вопросы конкурентного взаимодействия фирм в отрасли являются центральным вопросом в определении структуры рынка и в формировании стратегических планов хозяйствующих субъектов. Автором предпринята попытка описать процесс стратегического взаимодействия крупных фирм на растущем рынке, учитывая специфику пивоваренной отрасли России. Проанализировав имеющиеся модели стратегического взаимодействия фирм, автор пришел к выводу, что существующие модели не предназначены для решения поставленной цели с учетом принятых предпосылок, поэтому возникла необходимость разработать оригинальную модель стратегического взаимодействия фирм на олигопольном рынке с учетом специфики пивоваренной отрасли в России.

¹² Период исследования с начала 1996г. по апрель 2010г.

Цель разработанной модели - объяснить процесс перераспределения будущего дополнительного объема рынка между конкурирующими фирмами.

В диссертационном исследовании автор подробно описывает принятые предпосылки, используемые функции, а также замечания к разработанной модели. Далее мы коротко опишем основные положения модели.

Основные предпосылки, принятые в разработанной модели, следующие: рыночная структура – олигополия, уровень будущего спроса в отрасли экзогенно заданная величина и спрос на продукцию отрасли растет. Фирмы выпускают дифференцированную продукцию, конкурируют, используя только неценовые методы, принимают решения одновременно, а также в отрасли существуют высокие барьеры входа.

Так как принята предпосылка, что фирмы конкурируют только неценовыми методами, то цены фиксированы. Поэтому отраслевой спрос мы рассматриваем, как точку на кривой функции спроса и считаем, что будущий спрос в отрасли задан экзогенно и равен Q_1 . Также мы принимаем, что хозяйствующие субъекты прогнозируют объем будущего отраслевого спроса и корректируют производственные планы в соответствии с ожиданиями.

Мы также принимаем предпосылку о том, что приверженцы сохраняют потребление «своей» марки в будущем периоде, а также что увеличение потребления приверженцев и новых потребителей зависит от соотношения расходов на дифференциацию фирм в отрасли. Общая прибыль фирмы в отрасли в будущем периоде имеет вид:

$\Pi_i = (p_i - c_i)(K_i^0) + (p_i - c_i)(\Delta Q \psi_i) - A_i$ (уравнение 1), где A_i - общие расходы на дифференциацию продукции в будущем периоде (стратегическая переменная), K_i^0 - количество потребляемой продукции со стороны приверженцев марки. Выражение $(p_i - c_i)(K_i^0)$ - это валовая прибыль¹³ от приверженцев, которые потребляют продукцию «своей» марки в будущем периоде и не зависит от A_i . Выражение $(p_i - c_i)(\Delta Q \psi_i) - A_i$ - это прибыль от продажи дополнительного объема продукции (складывается от новых потребителей и от увеличения потребления со стороны приверженцев).

Задача максимизации общей прибыли фирмы сводится к максимизации прибыли фирмы от продажи дополнительного объема продукции:

$\pi_i = (p_i - c_i)(\Delta Q \psi_i) - A_i$ (уравнение 2), где $\Delta Q \psi_i$ - уровень отраслевого спроса на продукцию фирмы:

¹³ Под валовой прибылью мы понимаем доход за вычетом всех производственных затрат до вычета расходов на дифференциацию

$$\Delta Q \psi_i = (b - ep_i + gA_i) \left(\frac{Q_1 - Q_0}{\sum_{i=1}^n D_i(A_i)} \right) \quad (\text{уравнение 3}), \text{ где } Q_1 - \text{ текущий уровень}$$

отраслевого спроса (задан экзогенно). Прирост отраслевого спроса: $Q_1 - Q_0 = \Delta Q$
 ψ_i - доля i -ого игрока в объеме отраслевого спроса.

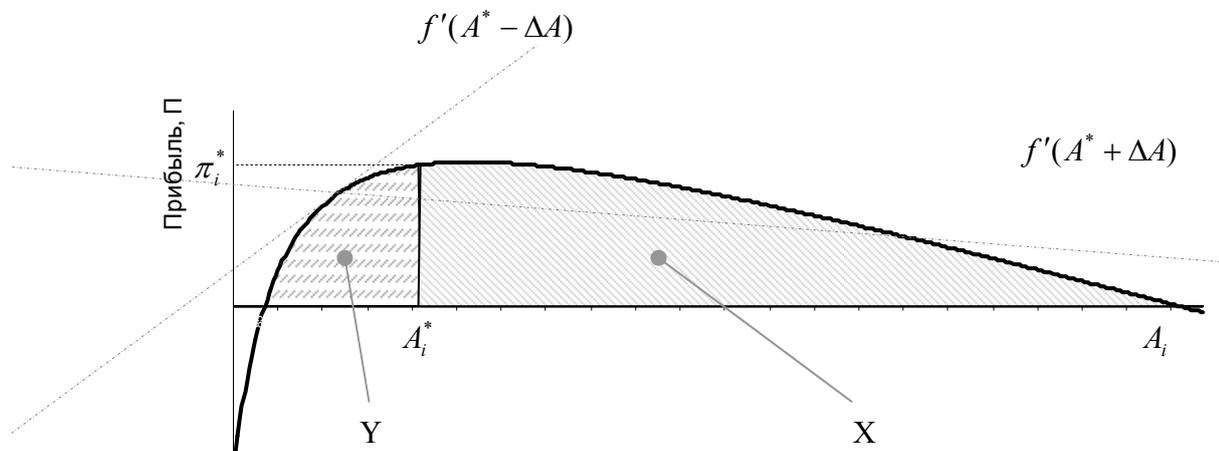
$D_i = b - ep_i + gA_i$, где $D_i \geq 0$ и $(b, e, g > 0)$ – параметры линейного уравнения условного спроса для фирмы.

Для того, чтобы отыскать оптимальное решение, необходимо продифференцировать уравнение (2) по двум переменным (A_1, A_2) (в случае дуополии) и решить систему уравнений:

$$\begin{cases} \frac{d\pi_1}{dA_1} = \left((p_1 - C)(b - ep_1 + gA_1) \left(\frac{\Delta Q}{(b - ep_1 + gA_1) + (b - ep_2 + gA_2)} \right) - A_1 \right)' \\ \frac{d\pi_2}{dA_2} = \left((p_2 - C)(b - ep_2 + gA_2) \left(\frac{\Delta Q}{(b - ep_1 + gA_1) + (b - ep_2 + gA_2)} \right) - A_2 \right)' \end{cases} \quad (\text{уравнение.4})$$

При каждом уровне расходов на дифференциацию фирмы 1, фирма 2 может отыскать оптимальный размер A , при котором прибыль будет максимальной:

Диаграмма 6. Функция прибыли $\pi = \pi(f(A))$



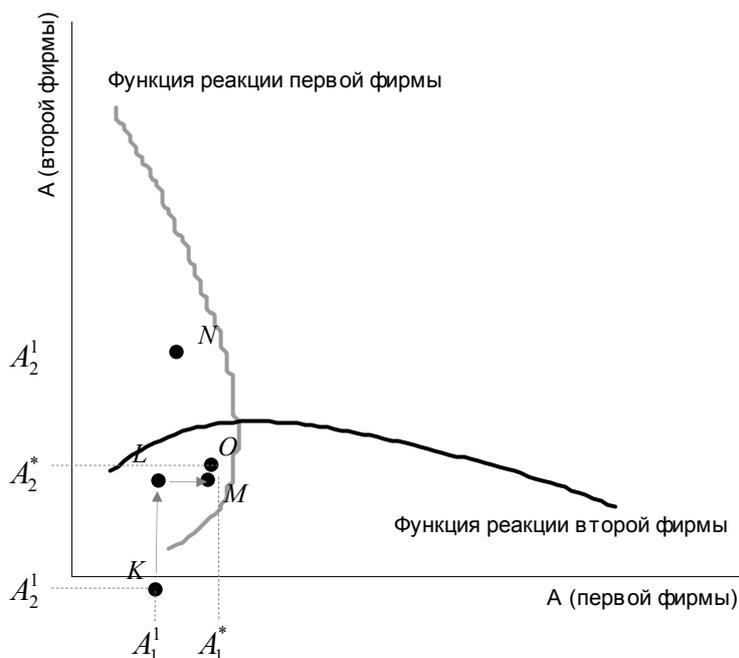
Исследование функции прибыли на скорость изменения в зависимости от A представляет интерес для прикладного использования. Возьмем любое значение $\Delta A > 0$ справа и слева от оптимальной точки A^* , в которой $\frac{d\pi}{dA} = 0$ и сравним углы наклона касательных в данных точках ($A^* - \Delta A; A^* + \Delta A$) с углами наклона близлежащих равноудаленных касательных в точках, скажем, ($A^* - \Delta A - \xi; A^* + \Delta A + \xi$). Получается, что углы наклона слева от A^* меняются намного быстрее, чем справа от A^* . Это означает, что в области слева от точки

равновесия (см. следующий график) происходит неценовая конкуренция в более жесткой форме.

Стоит также заметить, что множество $\{X + Y\}$, ограниченное и находящееся под функцией прибыли, есть множество «новых» функций прибыли одной фирмы, если вторая фирма увеличивает расходы на дифференцирование, достигая своего частного максимума прибыли.

Представим графическое решение системы уравнений (4):

Диаграмма 7. Пересечение функций реакций



Представим, что вторая фирма увеличила расходы на дифференциацию до A_2^1 с базового уровня A_2^0 , тогда ответным ходом первой фирмы будет установление расходов - A_1^1 , пересечение в точке K на функции реакции первой фирмы. Так как первая фирма изменила свои расходы, тогда вторая фирма установит расходы в точке L на своей кривой реакции и так далее пока фирмы не придут в точку O . Эта точка и есть пересечение функций реакции каждой фирмы (решение системы уравнений (4)) и фирмам не будет выгодно отклоняться от пары значений (A_1^*, A_2^*) . Данная точка является равновесием по Нэшу.

Основные выводы из модели для компаний пивоваренной отрасли:

- Для пивоваренной компании нельзя использовать объем выпуска как стратегическую переменную, другими словами – «продать столько, сколько произведем, используя все возможные механизмы по продвижению». В представленной модели объясняется, что пивоваренная компания должна использовать расходы на дифференциацию в качестве стратегической переменной иначе фирма столкнется с пере- или недопроизводством.

- В области низких затрат на дифференциацию конкуренция между компаниями будет происходить в более агрессивной форме, а в области высоких затрат - в вялотекущей форме. Изменение расходов на 1 денежную единицу дает больший прирост спроса на продукцию фирмы в более низкой области затрат на дифференциацию, чем в области более высоких затрат.
- При оптимальном распределении расходов на дифференциацию на олигопольном рынке устанавливается равновесие по Нэшу, поскольку любые попытки фирмы по снижению или увеличению расходов на дифференциацию будут снижать ее прибыль. Равновесие на рынке достигается тогда, когда ожидания каждой фирмы относительно расходов на дифференциацию конкурента реализуются.

Представленная модель позволяет определить, каким образом, дополнительный объем выпуска отрасли будет перераспределен между фирмами - олигополистами. На практике проблема перераспределения будущего прироста отраслевого выпуска приобретает особое значение в быстрорастущих отраслях, в которых рыночная власть фирмы наиболее чувствительная к действиям конкурента. И поэтому механизм, описанный данной моделью, будет весьма полезен менеджменту фирмы для **принятия стратегических решений** в растущих и особенно в быстрорастущих отраслях..

5. Стратегия фирмы, стремящейся к захвату рыночной власти в рамках разработанной модели

В разработанной модели фирмы, конкурируя неценовыми методами, достигают равновесия, в котором любые попытки по изменению расходов на дифференциацию будут снижать ее прибыль. Однако, на практике стратегия фирмы иногда заключается в стремлении к захвату рыночной доли, которая может выражаться в поглощении конкурирующих фирм или в чрезмерных расходах на продвижение продукции. Данные стратегии были особенно характерны для пивоваренной отрасли России в последние 10 лет – в период бурного развития отрасли. И увеличение рыночной доли путем агрессивной стратегии не всегда приводит к увеличению прибыли компании, так как увеличение объема продаж может достигаться слишком большими финансовыми расходами.

Так, если фирма увеличит расходы на дифференциацию выше равновесного уровня, то она: (1) теряет часть прибыли, но (2) приобретает дополнительную долю растущего рынка.

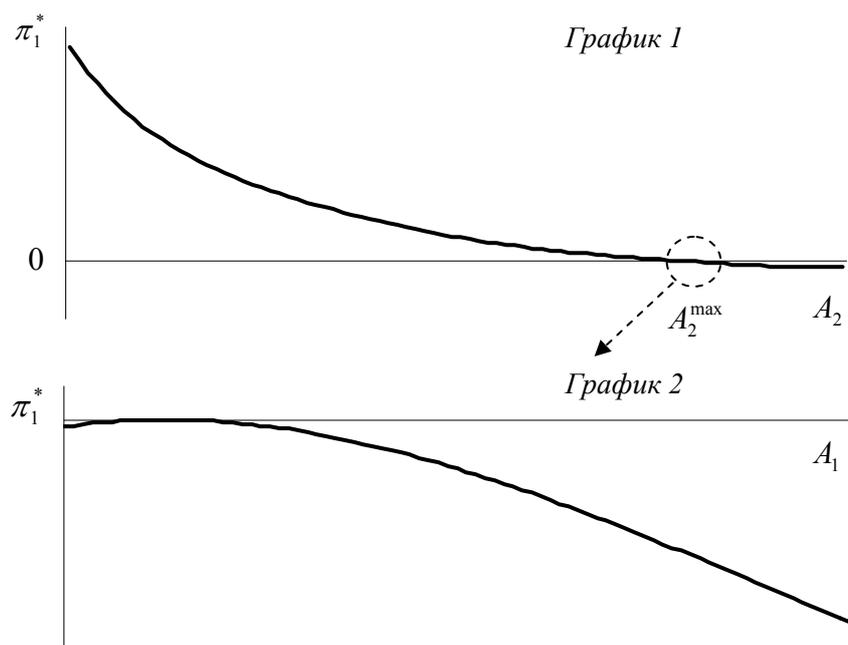
Предположим, что рынок находится в равновесии, и вторая фирма решает увеличить расходы A_2^1 , по сравнению с равновесным уровнем (см. диаграмму 7). Адекватным ответом первой фирмы будет точка N на кривой реакции. Понятно, что в этом случае прибыль второй фирмы, которая установила расходы выше равновесного уровня, уменьшится (см. диаграмму 6), но, важно подчеркнуть, что прибыль уменьшится не на полную сумму увеличенных расходов ($A_2^1 - A_2^*$), а на сумму меньшую, так как одновременно эта фирма «отвоевывает» некоторую долю на рынке (это видно из функций (3) и (4)). Важно отметить, что если первая фирма максимизирует прибыль, а не стремится захватить рыночную долю «любой ценой», то, если вторая фирма увеличивает расходы на дифференциацию выше равновесного уровня, тогда первая фирма уменьшает расходы на дифференциацию ниже равновесного уровня (сравни точки N и O на диаграмме 7), тем самым, теряя часть рынка. В итоге получается **аддитивный процесс потери доли рынка**, который выражается в следующем:

- Фирма 2, увеличивая расходы выше равновесного уровня, увеличивает свою долю на рынке, соответственно, эта доля «отходит» от конкурента.
- Фирма 1 реагирует на решение фирмы 2 и уменьшает расходы ниже равновесного уровня (при условии, что фирма 1 максимизирует прибыль), одновременно отказываясь от некоторой доли рынка, переходящей опять фирме 2. Поэтому процесс аддитивный.

Это обстоятельство вытекает из функции реакции. Снижение расходов на рекламу первой фирмой является оптимальным ответом (условие максимизации прибыли) на чрезмерные расходы второй фирмы.

Рассмотрим данный процесс немного дальше и для наглядности приведем зависимость значения прибыли фирмы 1, которая получается исходя из ее функции реакции от изменения расходов на дифференциацию фирмы 2. Другими словами, мы определим набор значений прибыли (максимальных) первой фирмы π_1 при каждом значении расходов на дифференциацию второй фирмы A_2 (см. первое уравнение системы (4)):

Диаграмма 8. $\frac{d\pi_1}{dA_1} = (f(A_1))'$ для каждого значения A_2 и $\frac{d\pi_1}{dA_1} = (f(A_1))'$, при $A_2 = A_2^{\max}$



Фирма 2 может установить такое A_2^{\max} , что прибыль от дополнительного объема рынка фирмы 1 будет близка к нулю, тогда функция прибыли фирмы 1 в данной точке будет ниже оси абсцисс и, какое значение A_1 не установила бы фирма 1, ее прибыль будет неположительная: $\pi_1^* \leq 0$.

Основные выводы из модели с учетом агрессивной стратегии для компаний пивоваренной отрасли:

- Фирма, реализующая агрессивную стратегию развития, увеличивает расходы выше равновесного уровня и за счет потери части прибыли увеличивает свою рыночную власть, заставляя конкурента, в свою очередь, снижать расходы на дифференциацию до оптимального уровня и одновременно терять рыночную власть. Если одновременно две фирмы придерживаются агрессивной стратегии, то это приведет, например, к рекламным войнам и каждая фирма будет получать отрицательную прибыль от дополнительного объема рынка.
- Фирма, реализующая стратегию агрессивного развития, может установить такие высокие расходы на дифференциацию, при которых оптимальное значение прибыли (имеется в виду прибыль из дополнительного объема рынка) конкурента будет всегда не больше нуля. Поэтому, реакцией конкурента может стать выход из растущего рынка.

6. Регулирование пивоваренной отрасли в России

В диссертационном исследовании проведено сравнение последствий государственного регулирования пивоваренной отрасли в некоторых странах Европы, а также особенности государственного регулирования пивоваренной отрасли России.

В частности показано, что запрет на рекламу пива в наиболее эффективное эфирное время, а также другие ограничения (например, запрет на использование образов людей и животных в рекламе) негативно скажется на пивоваренной отрасли и благосостоянии потребителей – россиян.

Прогнозируемые последствия введения ограничений для отечественных производителей пивоваренной продукции и населения:

- Переориентация потребителей на вино. Это снижает привлекательность пивоваренной отрасли для инвесторов, а также усугубляет позиции пивоваренных компаний.
- Падение объема продаж пивоваренной продукции в результате снижения покупательского спроса. Сохранение доступности дешевой, зачастую некачественной алкогольной продукции.
- Рост потребления низкокачественных напитков, включая дешевые сорта пива, а также алкогольные суррогаты.
- Снижение поступлений в бюджет из-за роста в структуре потребления нелегально произведенного неподакцизного алкоголя. Снижение налоговых поступлений в бюджет от рекламной деятельности.

Сделан вывод о том, что принятие практики стран ЕС ошибочно: ограничение на рекламу пива в России не повлияет на уменьшение потребления алкоголя, а наоборот увеличит потребление крепкой и суррогатной продукции. В то время, как положительными эффектами развития пивоваренной отрасли для государства являются:

- Увеличение потребления пивоваренной продукции сокращает смертность от употребления некачественного алкоголя.
- Сокращение потребления крепких спиртных напитков способствует уменьшению уровня «пьяной преступности» в стране.
- Развитие пивоваренной отрасли влечет за собой:
 - постоянный рост качества производимой в стране пивоваренной продукции.
 - создание новых рабочих мест и поддержание высокого уровня социального стандарта на производстве.

Развитие пивоваренной отрасли является эффективным инструментом замещения крепкоалкогольных напитков, способствует разрушению вредной

«водочной традиции». Как показывает международный опыт, смертность от злоупотребления алкоголем в "пивных" странах гораздо ниже, чем в странах, предпочитающих крепкие спиртные напитки, в том числе в России. Расширение доли слабоалкогольной продукции в рационе населения – одно из условий укрепления физического и морального здоровья нации. В то же время существуют проблема пивного алкоголизма, которая за последние несколько лет набирает стремительные обороты среди молодого поколения, в том числе и детей. Данная проблема является серьезной для нации. Действенной мерой со стороны государства, как показывает практика западных стран, является ограничение на розничную продажу несовершеннолетним, а также пропаганда здорового образа жизни.

Рекомендации по регулированию пивоваренной отрасли:

- Регулирование акцизов:
 - сохранение на прежнем уровне
 - повышение одновременно с повышением акцизов на крепкий алкоголь
 - повышение акцизов на пиво с высоким содержанием алкоголя (например, более 8%)
- Ограничения на розничную торговлю. Сохранение на прежнем уровне, но с более качественным исполнением
- Ограничение на рекламу пива
 - Снятие ограничений на прямую телевизионную рекламу и рекламу на радио

Основные публикации по теме диссертации

Публикации в журналах из перечня ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, определенного ВАК:

1. Возненко П.В. Отраслевые проблемы в условиях бизнес-цикла [Текст] / П.В. Возненко // Сегодня и завтра российской экономики. – 2009. - №28. (0.5 п.л.)
2. Возненко П.В. Основы концентрации в отрасли экономики в рамках концепции жизненного цикла [Текст] / П.В. Возненко // Микроэкономика. Экономика предприятий и организаций. – 2010. - №2. (0.5 п.л.)

Публикации в других изданиях:

3. Возненко П. В. Последствия процесса концентрации в пивоваренной отрасли России // Материалы докладов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов – 2009», 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). (0,1 п. л.)