

УДК 338.24.01

Александрова Ольга Борисовна
филиал ФГБОУ ВПО «Самарский государственный
технический университет»
Россия, Сызрань¹
Кандидат экономических наук, доцент
E-Mail: Alekcandrova1@rambler.ru

Влияние субъектов рынка лизинговых услуг на его формирование

Аннотация. Рынок лизинга развивается динамично и демонстрирует устойчивые тенденции. Рост лизинговых услуг связан с появлением большого количества новых участников, которые используют близкие ресурсы и технологии, что способствует объединению организаций оказывающих подобные услуги. Лизинг уже представляют не отдельные компании, а совокупность организаций оказывающих похожие услуги. Для эффективного функционирования лизингового процесса необходима согласованная деятельность между участниками. Механизм их взаимодействия происходит по средствам рынка. Именно рынок и рыночные механизмы способствуют развитию и реализации преимуществ лизинга.

Связь между субъектами в рыночном механизме состоит из значимых составных элементов: структуры рынка, поведения участников в отрасли, результата функционирования рынка. Поведение продавцов и покупателей в определенной мере зависит от сложившейся структуры соответствующих отраслевых рынков, т.е. от количества продавцов и покупателей, наличия разного уровня барьеров для входа на конкретный отраслевой рынок новых производителей, степени дифференциации продукта, развитости сети институтов рыночной экономики. Все элементы взаимосвязаны между собой. В работе рассмотрено образование и взаимодействие основных элементов рынка.

Ключевые слова: рынок лизинга; механизм функционирования лизингового рынка; отраслевые сектора экономики; структура рынка; субъекты рынка лизинговых услуг; границ рынка лизинга; барьеры.

Идентификационный номер статьи в журнале 59EVN314

¹ 446001 ул. Советская 45

Лизинг продолжает динамично развиваться, в 2013 году сумма новых сделок увеличилась на 75 %, что подтверждает привлекательность лизинга. Все большее число новых участников вливается в лизинговую деятельность. В своих начинаниях они используют близкие технологии и ресурсы. В экономике лизинг уже представлен совокупностью компаний, оказывающих аналогичные услуги. Наблюдая за развитие лизинга в России можно сказать, что лизинг формируется как отдельная сфера деятельности национальной экономики.

Отрасль экономики — совокупность предприятий и производств, производящих однородные товары и услуги, использующих однотипные технологии, удовлетворяющих близкие по природе потребности. [4]

Сам процесс осуществления лизинговой сделки предполагает несколько участников. Для эффективного функционирования лизингового процесса необходима согласованная деятельность между участниками. Механизм их взаимодействия происходит по средствам рынка.

Рынок - это совокупность экономических отношений, проявляющаяся в сфере обмена товаров и услуг, в результате которых формируются спрос, предложение и цена. Развитие рынка связано с разделением труда. [4]

Автором дается определения рынка лизинга – это совокупность экономических отношений между участниками лизингового процесса при передаче движимого и недвижимого имущества во временное пользование на основе приобретения и сдачи в долгосрочную аренду, в результате чего формируется спрос, предложение и цена на лизинговую услугу.

Рынок лизинга развивается динамично и демонстрирует устойчивые тенденции. Именно рынок и рыночные механизмы способствуют развитию и реализации преимуществ лизинга.

Отраслевой рынок представляет взаимодействие субъектов в рамках товарного типа и рассматривается как совокупность сделок.

Базовыми условиями отраслевого рынка являются следующие элементы: производство; потребление; государственные механизмы воздействия на рынок; гражданское общество.

Согласно отраслевой организации рынок представляет собой явление, анализируемое с позиции спроса. Отрасль рассматривается с позиции предложения товаров на рынке. Различия между отраслевым рынком и отраслью основано на том, что рынок объединен удовлетворяемой потребностью, а отрасль – характером используемых активов. [9]

Многие авторы считают, что дать определение отраслевого рынка сложно, так как его границы не имеют четких очертаний. При рассмотрении отраслевого рынка необходимо начинать с анализа отраслевых секторов экономики и их функционирования, учитывая разность структур.

Объектом исследования отраслевого рынка является механизм, который способен приводить хозяйственную деятельность в равновесие между производимыми и потребляемыми товарами и услугами.

Основополагающие моменты анализа отраслевых рынков отражаются в работах А. Смита XVIII в. и А. Маршалла XIX в., посвященные классическому подходу теории фирмы. А. Курно и Ж. Бертран в XIX в. достигли значимых результатов в развитии теории олигополии. [9] Они исследовали рыночное равновесие, включая выработку олигополиями стратегий по определению эффективного объема производства. При этом работы О. Курно

направлены на принятие решений в области объема производства, а работы Ж. Бертрана ориентированы на цену. [5]

При анализе рынка отрасли исследуется товарный потенциал, отраслевая структура, поведение и результат функционирования этих структур, число продавцов в отрасли, дифференциация продукта, имеющиеся барьеры при вступлении в отрасль.

В начале XX в. были сформированы два основных подхода к анализу организации отраслевых рынков: гарвардская школа и чикагская школа. Первый подход можно отнести к системному. Второй подход основывается на использовании моделей микроэкономики и теории ценообразования.

Концептуальные основы в анализе отраслевых рынков, имеющие экономическое направление, сформировались в 1930-е гг., когда были опубликованы работы Э. Мэйсона и позже Д. Бейна. Исследователи гарвардской школы обратили внимание, что связи производителей и потребителей в рыночном механизме состоят из значимых составных элементов: структуры рынка, поведение предпринимателей в отрасли, результат функционирования рынка. Они считали, что данные элементы взаимосвязаны между собой. Для того, чтобы имеющийся механизм работал с большей эффективностью, необходимо оказывать разумное влияние на все элементы. При помощи парадигмы «Структура - поведение - результативность» была предпринята попытка определить влияние на результат функционирования структурных и поведенческих параметров отраслевого рынка. [7]

От поведения продавцов и покупателей зависит результативность функционирования отраслевого рынка. Поведение производителей зависит от продуктовой стратегии, от ценообразования, от организованности потребителей и их возможности влиять на происходящие процессы. Производители в зависимости от ситуации принимают решения об увеличении или уменьшении инвестиций, выбирают рекламную стратегию, ведут инновационную деятельность в расчете на достижение положительного результата. [8]

Производители и потребители в зависимости от сложившейся ситуации стремятся изменить условия, в которых осуществляется процесс связи между ними, ввести ограничения в их поведении на отраслевом рынке, т.е. формируются правила поведения, традиции, определяется уровень взаимоотношений между участниками отраслевого рынка. [2]

На поведение продавцов и покупателей влияет сложившаяся структура отраслевого рынка. В первую очередь это количество продавцов и покупателей, наличие барьеров для входа на конкретный рынок новых продавцов, степень дифференциации продукта, развитость рыночных институтов. [9]

На структуру рынка влияют базовые условия, которые имеются на данный момент со стороны спроса и предложения. Экономическая результативность функционирования рынка является конечной целью. Проявляется она, как правило, в максимальном экономическом эффекте в различной форме. [7]

Со временем в парадигму добавился еще один элемент – государство и стали использоваться обратные связи.

Таким образом, гарвардская школа, изучая отраслевые рынки, исследует разливные взаимосвязи, которые возникают в результате функционирования рынка и определяют поведение производителей и их эффективность.

Чикагская школа подвергает критике гарвардскую парадигму. Чикагское исследование основано на анализе проблем экономического выбора, в основе которого лежит теория цен. Предмет исследования данного направления - закономерности принятия решений.

Основным вопросом, изучением которого занимается Чикагская школа, как отраслевая политика влияет на структуру рынка и поведение субъектов данного рынка. Развитию данного направления способствовали достижения в теории ценообразования и доступность статистической информации на микроуровне.

Исследования в рамках чикагского направления также ведутся на основе применения результатов теории транзакционных издержек (Р. Коуз) и теории квазиконкурентных рынков (Баумоль, Демсец и др.).

Транзакционные издержки позволяют ограничивать возможную ценовую конкуренцию между производителями, оказывая тем самым воздействие на рыночную структуру. В основе теории квазиконкурентных рынков лежит исследование рынков, с небольшим числом фирм и открытым входом для новых продавцов. Данная теория исследует связи между имеющимися барьерами входа и поведением в отрасли производителей. [6] Эти два подхода развиваются многие годы, взаимно обогащают и дополняют друг друга.

Используя парадигму «Структура-поведение-результативность» с обратными связями, предложенную гарвардской школой, автор разработал парадигму для лизингового рынка.

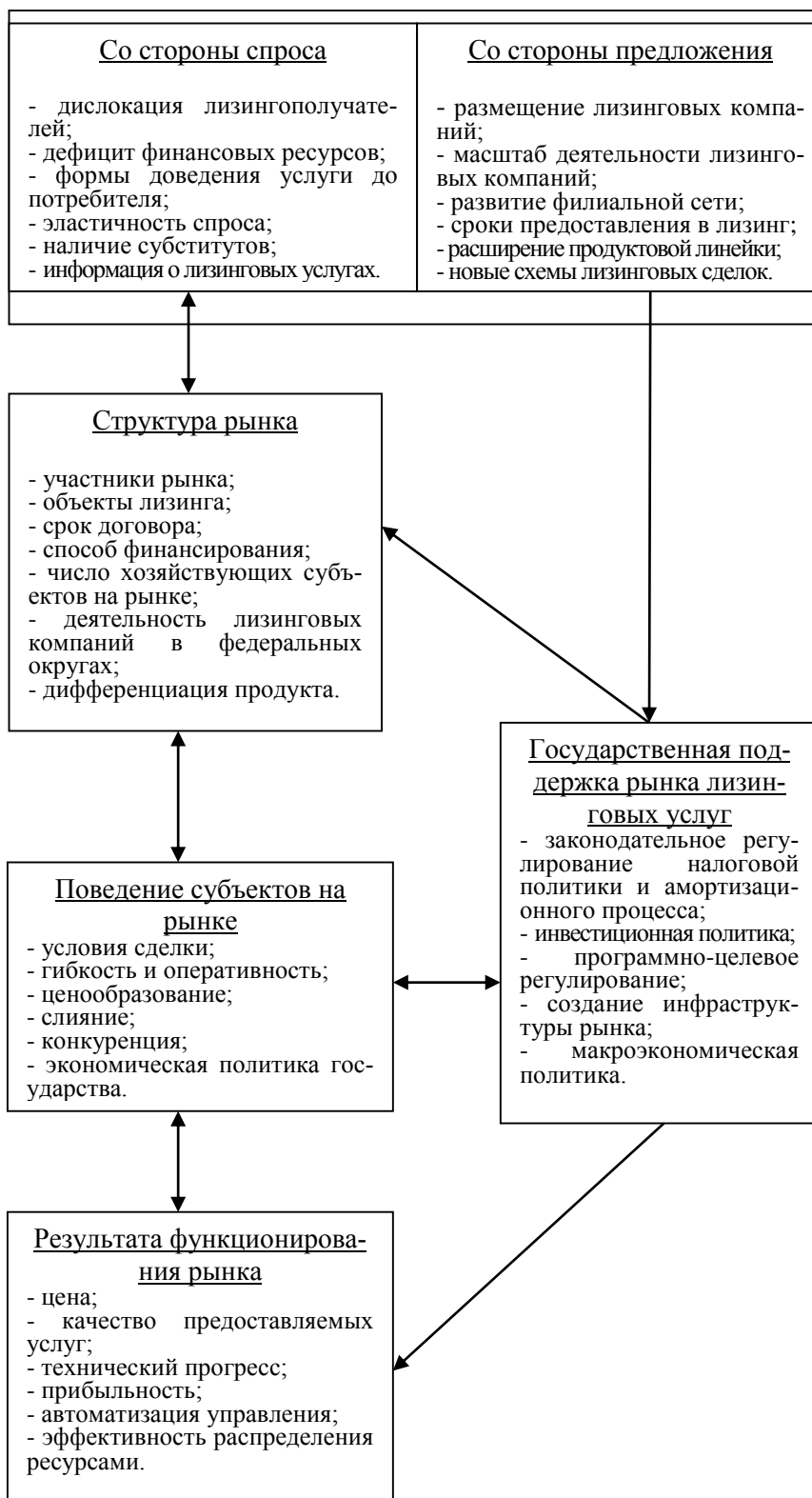


Рис. 1. Парадигма «Структура- поведение- результативность с обратными связями для лизингового рынка»

Из схемы видно, что между спросом, структурой рынка, поведением субъектов рынка, результативностью существует как прямая, так и обратная связь. Такая же связь существует и между поведением субъектов рынка и государством, что говорит о способности данных элементов оказывать взаимное влияние на формирование отраслевого рынка. Регулирующие меры способны оказывать влияние на структуру рынка, как постоянное, так и периодическое.

Поэтому при рассмотрении развития отраслевого рынка лизинговых услуг необходимо соблюдать строгую последовательность анализа.

Федеральной антимонопольной службой в целях обеспечения единого подхода при определении положения хозяйствующего субъекта на соответствующем товарном рынке 28.04.2010г. был принят приказ № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

Проведение анализа состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:

- а) определение временного интервала исследования товарного рынка;
- б) определение продуктовых границ товарного рынка;
- в) определение географических границ товарного рынка;
- г) определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке в качестве продавцов и покупателей;
- д) расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке;
- е) определение уровня концентрации товарного рынка;
- ж) определение барьеров входа на товарный рынок;
- з) оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке.

Если рассматривать товарный рынок в традиционном его понимании, то здесь действует два субъекта: продавец и покупатель, взаимодействие которых стремится к рыночному равновесию, установления равенства между спросом (со стороны покупателя) и предложением (со стороны продавца). На установления равновесия будут влиять факторы оказывающие воздействие на спрос и предложение, а также взаимодействие фирм на данном рынке (количество действующих на рынке продавцов и покупателей, доля рыночного преобладания продавцов, возможность влиять на цену реализуемого товара и т.д.)

Сложность анализа отраслевого рынка лизинговых услуг является наличие в лизинговом процессе как минимум трех хозяйствующих субъектов: поставщик оборудования, лизингополучатель, лизингодатель. Часто в этой цепочке участвует четвертый субъект – финансово-кредитное учреждение, т.к. лизингодатель не обладает достаточным собственным капиталом. Основными субъектами лизингового рынка являются лизингодатели (продавцы) и лизингополучатели (покупатели), между ними заключается сделка. Объектом является продукт по поводу, которого и возникает лизинговая услуга.

С учетом специфики организации лизингового процесса нами предлагаются следующие этапы анализа рынка лизинговых услуг:

- 1) определение временного интервала исследования;
- 2) определение продуктовых и географических границ рынка лизинговых услуг;
- 3) определение экономических агентов действующих на рынке лизинговых услуг;
- 4) определение объема товарных ресурсов и доли хозяйствующих субъектов на рынке лизинга;
- 5) определение структуры продуктовой линейки услуг предоставляемых рынком лизинга;
- 6) определение количественных и качественных показателей структуры отраслевого рынка;

7) оценка состояния конкурентной среды на рынке лизинга. [3]

Для определения временного интервала исследования необходимо взять средний срок сделки, как правило, 3-5 лет. Именно этот период позволит более полно дать представление о функционировании лизингового рынка, об объеме нового бизнеса, о структуре рынка.

Определение продуктовой и географической границы рынка лизинговых услуг происходит на основе потребительского признания в равнозначной доступности, как самих услуг, так и в различных регионах.

При рассмотрении рынка лизинговых услуг как отраслевого, необходимо отметить, что он имеет высокую концентрацию, т.е. большая его доля приходится на мегаполисы, и наличие явных лидеров. На рынке сочетаются низкие барьеры входа – выхода, наблюдаемая конкуренция между фирмами, т.е. черты конкурентной структуры, с одной стороны, и высокая концентрация рыночной власти отдельных участников, которая характерна для монопольной структуры, с другой стороны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Приказ № 220 от 28.04.2010г «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».
2. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. Учебник.- М.: ИЧП «Издательство Магистра», 2007. 320 с.
3. Александрова О.Б. Механизм организации и функционирования отраслевого рынка лизинга // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире: сборник научных трудов IV международной научно-практической конференции, том 2: СПб изд. Стратегия будущего 2013. – С.85-88.
4. Борисов А.Б. Большой Экономический словарь. Издание 2-е переработанное и дополненное. – М.: Книжный мир, 2004. - 860 с.
5. Васильева С.В., Секисов А.Г. Экономика отраслевых рынков: Учеб. пособие. – Чита: ЧитГУ, 2011. – 125 с.
6. Гильмундинов В.М. Экономика отраслевых рынков. Ч.1: Учеб. пособие. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2005. – 83 с.
7. Лебедев О.Т. Экономика отраслевых рынков. Учеб. пособие. Изд-во Политехнического университета, 2009. – 340с.
8. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков : учеб. пособие — М.: Высшее образование, Юрайт — Издат, 2011. — 906 с.
9. Рой Л.Д., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИНФРА – М, 2008. – 442с.

Рецензент: Тойшева Ольга Анатольевна, к.э.н, доцент, Сызранский филиал ФГБОУ ВПО Самарского государственного экономического университета.

Olga Aleksandrova

The Syzran branch of Samara State Technical University

Russia, Syzran

e-mail: Alekcandrova1@rambler.ru

The influence of subjects of the market of leasing services to its formation

Abstract. The leasing Market is developing dynamically and demonstrates stable tendencies. The growth of leasing services associated with the emergence of a large number of new members that use similar resources and technology that facilitates the integration of organizations rendering such services. Leasing are not separate company, and the aggregate of organizations providing similar services. For the effective functioning of the leasing process requires coordinated activities between the participants. The mechanism of their interaction is performed by means of the market. It is the market and market mechanisms contribute to the development and implementation of the advantages of leasing.

The relationship between subjects of the market mechanism consists of the important components: market structure, conduct of participants in the industry of the functioning of the market. The behavior of buyers and sellers in the certain measure depends on the existing structures of the relevant sectoral markets, i.e. the number of sellers and buyers, and the presence of different levels of barriers to entry in a particular industry the market of new producers, the degree of product differentiation, development of the network of institutions of a market economy. All the elements are interconnected. The paper considers the formation and interaction of the main elements of the market.

Keywords: leasing Market; the mechanism of functioning of the leasing market; the industry sector of economy; market structure; the subjects of the market of leasing services; border leasing market; barriers.

Identification number of article 59EVN314

REFERENCES

1. Приказ № 220 от 28.04.2010г «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».
2. Avdasheva S.B., Rozanova N.M. Теория организации отраслевых рынков. Учебник.- М.: ИЧР «Издательство Magistra», 2007. 320 с.
3. Aleksandrova O.B. Механизм организации и функционирования отраслевого рынка лизинга // Fundamental'nye i prikladnye issledovanija v sovremennom mire: sbornik nauchnyh trudov IV mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, tom 2: SPb izd. Strategija budushhego 2013. – S.85-88.
4. Borisov A.B. Bol'shoj Jekonomicheskij slovar'. Izdanie 2-e pererabotannoe i dopolnennoe. – М.: Knizhnyj mir, 2004. - 860 s.
5. Vasil'eva S.V., Sekisov A.G. Jekonomika otraslevykh rynkov: Ucheb. posobie. – Chita: ChitGU, 2011. – 125 s.
6. Gil'mundinov V.M. Jekonomika otraslevykh rynkov. Ch.1: Ucheb. posobie. – Novosibirsk: Izd-vo NGTU, 2005. – 83 s.
7. Lebedev O.T. Jekonomika otraslevykh rynkov. Ucheb. posobie. Izd-vo Politehnicheskogo universiteta, 2009. – 340s.
8. Rozanova N.M. Jekonomika otraslevykh rynkov : ucheb. posobie — М.: Vyshee obrazovanie, Jurajt — Izdat, 2011. — 906 s.
9. Roj L.D., Tret'jak V.P. Analiz otraslevykh rynkov: Uchebник. – М.: INFRA – М, 2008. – 442s.