

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ АНАЛИЗА ВЛАСТИ КАК ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Изучение феномена власти и ограничений, которые она накладывает на рыночный механизм – скорее исключение, чем правило в экономической теории, хотя существует достаточное количество фундаментальных работ по этой теме. В числе основных концепций власти в экономике можно назвать работы П. Бардхана, Дж.К. Гэлбрейта, Дж. Дози, В. Ойкена, М. Ротбарда, Я. Такаты. Среди отечественных работ в первую очередь выделяются исследования В. Дементьева, Ф. Шамхалова.

Рынок представляет собой сеть взаимодействий, которую можно рассматривать как экономическое пространство хозяйственной деятельности. Естественно предположить, что данное пространство достаточно неоднородно, в нем существуют различные уровни концентрации и интенсивности экономических взаимодействий. Если на отдельных сегментах этого пространства взаимодействуют субъекты, сопоставимые по уровню своего влияния на те элементы, которые включены в орбиту их активности, то подразумевается что выгоды, получаемые одними субъектами от трансакций уравниваются с затратами других, которые в результате этих трансакций несут определенные издержки: $MB_A = MC_B$, из чего следует, что соотношение предельных выгод одного субъекта трансакции должно быть равно предельным издержкам другого субъекта.

В условиях несовершенной конкуренции один из субъектов обладает определенными возможностями влияния на других. Тогда предельные выгоды одной из сторон будут превышать предельные издержки другой стороны: $MB_A / MC_B > 1$. Чем больше это соотношение, тем выше степень влияния субъекта А на контрагентов, выше уровень концентрации экономической власти. Соответственно, ограничение возможностей субъекта В (равно как и других, вовлеченных во взаимодействие с А), сокращает его экономические возможности и снижает степень интенсивности данного экономического пространства. Одно из классических исследований экономической власти и доминирования было сделано в середине XX в. Ф. Перру, который внес также существенный вклад в теорию экономического пространства. В частности, Перру определяет силу как способность одного из агентов

экономических отношений в определенных ситуациях навязать свою волю другим, несмотря на сопротивление. Сущность власти, которой обладает или использует субъект, проявляется в виде асимметричных отношений, порожденных неравными действиями и реакциями. Эта асимметрия влияния, которую Перру называет эффектом доминирования, может существовать между различными единицами: людьми, фирмами, социальными группами, странами [6, 7].

Если рассматривать рыночную конкуренцию фирм, можно выделить несколько основных факторов, которые будут определять их рыночные преимущества. В первую очередь к таковым относятся основные характеристики продукта, проще говоря, качество товара или услуги и цена, по которой данный товар предлагается на рынке. Сопоставление этих параметров для товаров двух разных производителей (А и В) неизбежно обозначит преимущество в пользу одного из них $K_A/P_A > K_B/P_B$. В результате произойдет перераспределение спроса в пользу производителя, обладающего лучшим качеством или сравнительно низкой ценой (А), а его конкурентам придется менять свою ценовую или производственную политику для восстановления рыночных позиций. Дальнейшая конкуренция приведет к выравниванию позиций: $K_A/P_A = K_B/P_B$. Данное преимущество будет являться кратковременным на конкурентных рынках. Если же существует потенциальная возможность искажения конкуренции за счет обладания дополнительным преимуществом (d), это, приведет к повышению уровня концентрации экономической власти одного из субъектов: $d(K_A/P_A) > K_B/P_B$, где d – коэффициент рыночной власти.

Как следствие, появляется возможность повышения издержек для тех, кто включен в поле экономического взаимодействия с ним и получения за их счет большей доли дополнительной выгоды, а интенсивность экономического пространства станет меньше.

Естественным продолжением анализа является выяснение причин, которые определяют возможности реальной или потенциальной власти экономического субъекта. Традиционно результаты хозяйственной деятельности, представленные в виде производственной функции, являются зависимостью от трех основных компонент: труда (L), техники (K) и природы (ℓ). Наличие и размещение этих факторов, в конечном счете, формирует территориальное пространство хозяйственной деятельности. Очевидно, обладание большим количеством ресурса или же качественные особенности вовлеченных в деятельность ресурсов – один из факторов потенциальной реализации экономической власти. Вместе с тем, также признается необходимым учитывать влияние на результаты хозяйственного процесса и транзакционных факторов, к

которым относятся институциональная (Ins), и информационная (Inf) составляющие:

$$Q = f(L, K, \ell, Ins, Inf).$$

Сразу оговорим, что включение институциональных и информационных составляющих в область изучения формирует экономическое пространство, которое соотносится с территориальным пространством достаточно условно. Экономическое пространство может быть значительно шире территориального, либо, наоборот, представлять отдельные, локальные его сегменты [5, с. 91–95].

Под институтами традиционно понимается совокупность определенных организаций, рамок и норм поведения в обществе, которые, с одной стороны, устанавливаются людьми, а с другой – регулируют поведение и взаимоотношение людей. Институциональная структура экономического пространства (Ins) может способствовать упрощению процесса спецификации прав собственности, снижению транзакционных издержек, сокращению времени на согласование интересов между экономическими субъектами. Это справедливо в том случае, если она достаточно устойчива и однородна, нет существенных противоречий между ее официальной и неофициальной компонентами. Если же институциональная структура деформирована и не отвечает реальным возможностям ведения хозяйственной деятельности, возникают предпосылки рентоориентированного поведения, взамен экономически эффективного. Наиболее очевидным примером здесь может являться спецификация прав собственности, которая влияет на время согласования и реализации интересов субъектов в транзакции. В неупорядоченной системе отношений собственности отсутствуют сколько-нибудь эффективные механизмы саморегуляции позиций и интересов, становится востребованной компенсация этой слабости посредством активизации внеэкономических механизмов регулирования господствующих интересов.

Информационная компонента (Inf) также ведет к концентрации власти и снижению интенсивности экономического пространства. Любая экономика является информационной по сути, так как информация с необходимостью присутствует в любой экономической деятельности в овеществленной или нематериальной форме. Однако, наибольший эффект проявляется в постиндустриальной экономике, когда информация об изменениях на одних рынках мгновенно становится достоянием других. Одним из аспектов формирования концентрации власти в экономическом пространстве может служить экономика брендов. Современные бренды становятся квазиинформационными системами, формирующими рыночную власть.

Эта власть существует как раскрученность или сила бренда, порожденная не производственным, технологическим, инновационным совершенством, а возможностью доминирования в информационном поле. Одним из важнейших последствий феномена брендов являются рыночные искажения [1]. Во-первых, это искажение рыночных цен – появляется возможность значительного их завышения над объективно обусловленным уровнем. Цена тут в значительной мере включает информационную (брендовую) составляющую и в незначительной мере – реальные затраты на производство. Во-вторых, бренды – это «информационные» монополии. Поскольку сила информационного воздействия брендов велика, а их количество на каждом рынке ограничено, это также позволяет достичь доминирующего положения, не прибегая к антиконкурентным действиям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балацкий Е.В. Экономика брендов // Общество и экономика. – 2009. – №3. – С. 27–52.
2. Бияков О.А. Теория экономического пространства. – Томск: Изд-во Том. университета, 2004. – 152 с.
3. Дементьев В.В. Экономика как система власти. – Донецк: ДонНТУ, 2003. – 403 с.
4. Олсон М. Влада і процвітання. Подолання комуністичних і капіталістичних диктатур / пер. з англ. – К.: «Києво-Могилянська академія», 2007. – 174 с.
5. Розанвалон П. Утопічний капіталізм. Історія ідеї ринку / пер. з фр. – К.: «Києво-Могилянська академія», 2006. – 246 с.
6. Шамхалов Ф.И. Государство и экономика: основы взаимодействия". – М.: Экономика, 2000, с.382
7. Perroux F. The Domination Effect and Modern Economic Theory // Social Research. – 1950.
8. Perroux F. Economic Space: theory and applications // Quarterly Journal of Economics. – 1950. – V. 64.
9. Sandretto R.F. Perroux, a Precursor of the Current Analyses of Power // GATE Working Papers, 2009.
10. Strange S. The Retreat of the State: The Diffusion of Power in the World Economy. – NY: Cambridge University Press, 1996.