

**Теоретико-методологические основания разработки методики определения  
входа на товарные рынки в сети Интернет**

**Научный руководитель – Тутов Леонид Арнольдович**

***Филимонов Илья Валерьевич***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра философии и методологии экономики, Москва, Россия

*E-mail: filimonov.i.v@mail.ru*

1. Рынок информационных технологий развивается, а увеличение количества сценариев использования сети Интернет в предоставлении соответствующих товаров и услуг имеет положительное влияние как на потребителей, так и на весь рынок в целом. Чтобы не ограничить развитие рынка информационных технологий на территории РФ, необходимо проводить грамотную политику антимонопольного регулирования рынка информационных технологий с учетом его специфики. Она может быть сформирована исходя из правильного понимания рыночной структуры, а значит и факторов, влияющих на нее. Один из важнейших факторов - определение барьеров входа на товарный рынок. В связи с этим, разработка методики определения барьеров входа на товарные рынки в сети Интернет - основная цель работы.

2. Разработка методики определения барьеров входа на товарные рынки в сети Интернет - важнейшая задача с точки зрения регулирующих органов. Методика должна быть разработана с учетом специфики возможностей поведения соответствующих фирм. Например, на рынке мобильных программных продуктов потребительская ценность мобильного программного обеспечения проявляется только в связи с использованием пользовательского оборудования (мобильный телефон, планшет). В связи с этим на рынке развита практика предустановки на оборудование программного обеспечения (например, предустановка на мобильную технику с ОС Android смежного ПО от Google), что является значимым барьером для входа новых игроков, а также барьером для расширения других крупных отечественных фирм рынка (Yandex, Mail.ru Group).

3. Определение количества фирм на рынке информационных услуг - это задача, сопряженная с определенными трудностями, которая также связана с определением барьеров входа на рынок. На большинстве сегментов рынка информационных технологий существует высокая концентрация (услуги поисковых систем в сети Интернет, онлайн-игры, социальные сети, интернет-агрегаторы). Однако, например, в сегменте интернет-магазинов, магазины, размещенные в сети Интернет, предлагают свои товары по всему миру. Магазин может быть зарегистрирован на территории какой-либо стороны, но при этом товарный знак соответствующих товаров может принадлежать другим странам.

4. Для успешного конкурентирования на рынке информационных технологий требуются высокие капитальные затраты. С учетом труднодоступности кредитов и технологий, необходимых для входа на рынок, издержки на единицу продукции, соответствующие минимальному эффективному объему производства высоки. Поэтому высокий потенциальный риск в связи с взятием кредита для входа на рынок - это значительный барьер.

5. Возможность получать высокий синергетический эффект от внедрения и рекламы комплексных или связанных программных продуктов, а также высокая значимость первого опыта использования программного продукта (необходимость установки, издержки по надстройке и ознакомлению) позволяют получить преимущество действующих фирм над новыми.

6. Определенные успехи в учете специфики рынка информационных технологий были достигнуты в отечественной научной литературе (Шаститко, 2016), однако методика определения барьеров так и не была предложена, несмотря на соответствующий запрос Федеральной антимонопольной службы [ФАС] (2016).

1) Существует 2 вида барьеров: барьеры нестратегические (административные, институциональные и социально-экономические) и барьеры стратегические (стратегическое ценообразование, ограничивающее вход потенциальных клиентов, политика в области расходов на инновации, дифференциация продукции, интеграция и др).

8. Рынок информационных технологий - рынок глобальный, где в большинстве областей фирма из любой страны может охватить неограниченное количество рынков других стран в силу легкости тиражирования продукта и других причин. Основные разработки в области программного обеспечения принадлежат стартапам и корпорациям из США. Так называемая «Кремниевая долина»

-/

-/-это эталон эффективности технологического центра в области информационных технологий. В связи с тем, что в сегменте производства программного обеспечения в большинстве областей отечественные и другие фирмы вынуждены конкурировать с фирмами из США (например, рынок интернет-агрегаторов такси: Gett, Яндекс, Uber и др.), то оценку нестратегических барьеров социально-экономического характера барьеров для российских стартапов стоит производить относительно нестратегических барьеров, свойственных для Кремниевой долины. Таким образом, рассчитав издержки в России, необходимые для преодоления административных и институциональных барьеров, и сравнив их с издержками для Кремниевой долины и других стран, можно будет сравнивать страны по значимости «нестратегических барьеров».

9. Однако, необходимо учитывать также социально-экономические барьеры. В виду простоты тиражирования программного обеспечения и новизны выпускаемого продукта, социально-экономические барьеры, связанные с емкостью рынка, можно нивелировать. Значительными капитальными издержками для стартапа являются привлечение персонала и длительность освоения производства, которые являются барьером входа на рынок. Эти барьеры могут быть учтены в соответствии с методикой, указанной в пункте 8.

### Источники и литература

- 1) Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации // Федеральная антимонопольная служба, М. 2016. С. 432.
- 2) Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов // Учебник. Изд.: Альпина. Москва 2005.
- 3) Рой Л.В, Третьяк В.П Анализ отраслевых рынков. //Учебник, Инфра М., 2008 С.442.
- 4) Тутов Л.А, Павлова Н.С. Совершенствование антимонопольного регулирования на современном этапе // Идеи и идеалы 2012. Т.1 №11. С.22-25.
- 5) Шаститко А.Е, Курдин А.А, Моросанова А.А Продуктовые границы рынка программных продуктов в контексте применения антимонопольного законодательства // Вестник Московского университета сер.6. Экономика.2016 № 6. С.18.
- 6) Шаститко А.Е, Авдашева С.Б Конкурентная политика: состав, структура, система // Вопросы теории конкуренции 2010/ 1(19) С.5-20