DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-2-130-143

Цыганова А. Е., ТОО «Kazdream Technologies», Казахстан, Нур-Султан, аспирантка Сибирского института управления — филиал РАНХиГС, a.tsyganova@kazdream.kz

Методические аспекты оценки влияния барьеров входа на состояние конкуренции на рынке азотных удобрений Республики Казахстан

JEL: D42, L44, L65 УДК 339.13.025.4

В статье представлена последовательная процедура анализа барьеров, позволяющая оценить степень влияния и величину барьеров входа на рынок в рамках оценки состояния конкуренции. Определены особенности применения представленной процедуры на товарном рынке минеральных (азотных) удобрений Республики Казахстан. Качественный анализ барьеров входа на рынок азотных удобрений позволил выявить и оценить их влияние на данный рынок и смежные рынки сельскохозяйственной продукции и смешанных минеральных удобрений. Процедура оценки выявила наличие проблем у сельхозпроизводителей и действий государства по поддержке хозяйствующих субъектов на рынках сельскохозяйственного комплекса, в том числе тех из них, которые способствуют возникновению барьеров входа на различные рынки азотных минеральных удобрений, входящие в отраслевые цепочки формирования стоимости. Также определена потребность в углубленной оценке с проведением количественного анализа, который позволит предоставить развернутый комплекс мер по снижению либо устранению барьеров на рынке азотных удобрений Казахстана.

Ключевые слова: барьеры входа, состояние конкуренции, рынок минеральных азотных удобрений Казахстана, процедура оценки влияния

Введение

Действия субъектов рынка в условиях конкуренции неразрывно связаны с наличием и влиянием барьеров входа. В целом в сознании всех участников товарного рынка сложилось понимание наличия негативного влияния барьеров входа. В свою очередь барьеры являются не только ограничивающим фактором для потенциальных хозяйствующих субъектов и конкуренции на товарном рынке, но и важным институтом, обеспечивающим безопасность общества и предоставляющим определенные социальные, экологические и иные выгоды для общества и граждан. При формировании стратегии выхода на рынок не все участ-

ники рынка имеют возможность просчитать степень влияния, а также адекватно оценить вектор и величину влияния барьеров.

В то время, как новые хозяйствующие субъекты пытаются найти возможность преодолеть барьеры, а действующие субъекты рынка их создают с мотивацией «защиты позиций на рынке», поведение иных участников сферы обращения (покупатели, участники в смежных и связанных рынках) и государства как регулятора может привести к возникновению барьеров входа, которые могут оцениваться как негативно влияющие на процесс обращения и состояние конкурентных условий.

В данном случае барьеры возникают как косвенный эффект или последствия от дей-