


<https://doi.org/10.17073/2072-1633-2023-4-1249>

## Трансформация концептуальных подходов к оценке взаимодействия субъектов хозяйствования в парадигме «Структура – поведение – результативность» при анализе рынков

А.В. Митенков<sup>1</sup>  , В.В. Чупахин<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»,  
119049, Москва, Ленинский просп., д. 4, стр. 1, Российская Федерация

 [amit-77@mail.ru](mailto:amit-77@mail.ru)

**Аннотация.** В статье предложен обновленный подход к исследованию рынка, в основании которого лежит причинно-следственная связь функционирования субъектов рынка, рассмотренных в модели «Структура – поведение – результативность». Исследование содержит анализ подходов к оценке отраслевых рынков, в рамках которых сформулированы основные показатели, описывающие структуру рынка. Результаты исследования представлены в форме отчета о структуре рынка с набором социально-экономических метрик, на основании которой можно сформировать интегральные показатели результативности и эффективности рынка, определить его параметры. Представленная методика объединяет разные области экономического знания, что позволяет увеличить полноту информации и ее релевантность для конкретного субъекта рынка. Результаты исследования могут использоваться при принятии решений в области повышения эффективности бизнеса на основе взаимодополняющего набора показателей описания гомеостаза рынка и понимания его дальнейшего развития.


**Ключевые слова:** отраслевые рынки, формирование рынков, закономерности функционирования отраслей, парадигма «Структура – поведение – результативность», отчет о структуре рынка

**Для цитирования:** Митенков А.В., Чупахин Е.В. Трансформация концептуальных подходов к оценке взаимодействия субъектов хозяйствования в парадигме «Структура – поведение – результативность» при анализе рынков. *Экономика промышленности*. 2023;16(4):372–380. <https://doi.org/10.17073/2072-1633-2023-4-1249>

## Transformation of conceptual approaches to assessment of interaction of business entities within the “Structure – behaviour – performance” paradigm when analyzing markets

A.V. Mitenkov<sup>1</sup>  , V.V. Chupakhin<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>National University of Science and Technology “MISIS”,  
4-1 Leninsky Ave., Moscow 119049, Russian Federation

 [amit-77@mail.ru](mailto:amit-77@mail.ru)

**Abstract.** The authors suggest a renovated approach to market research. The approach is based on the causal relationship of functioning of market entities considered in the “Structure – behaviour – performance” model. The study involves the analysis of approaches to assessment of sectoral markets within which the main indicators describing the market structure are formulated. The results of the study are presented in the form of a report on the market structure containing a set of socio-economic metrics. The structure can become a foundation for developing integral indicators of the market performance and effectiveness and determining market parameters. The suggested method integrates different areas of economic knowledge allowing to increase the completeness of information and its relevance

to a specific market entity. The results of the study can be used when making decisions to improve business efficiency on the basis of a complementary set of indicators describing the homeostasis of the market and understanding its further development.

**Keywords:** sectoral markets, formation of markets, patterns of functioning of industries, the “Structure – behaviour – performance” paradigm, report on the market structure

**For citation:** Mitenkov A.V., Chupakhin V.V. Transformation of conceptual approaches to assessment of interaction of business entities within the “Structure – behaviour – performance” paradigm when analyzing markets. *Russian Journal of Industrial Economics*. 2023;16(4):372–380. <https://doi.org/10.17073/2072-1633-2023-4-1249>

## 在分析自动驾驶汽车行业市场时，转变评估“结构-行为-绩效”范式中业务实体相互作用的 概念方法

A.V. 米坚科夫<sup>1</sup>, V.V. 丘帕欣<sup>1</sup>

<sup>1</sup> 国立研究型技术大学MISIS, 119049, 俄罗斯联邦莫斯科列宁斯基大街 4号 1栋

✉ [amit-77@mail.ru](mailto:amit-77@mail.ru)

**摘要:** 本文提出了一种更新的市场研究方法，该方法基于“结构-行为-绩效”模型中考虑的市场实体运作的因果关系。研究分析了评估行业市场的方法，在此框架内制定了描述市场结构的主要指标。研究结果以市场结构报告的形式呈现，其中包含一组社会经济指标，在此基础上可以形成市场绩效和效率的综合指标，并确定其参数。所提出的方法结合了不同领域的经济知识，从而提高信息的完整性及其与特定市场实体的相关性。研究结果可用于根据一组描述市场稳态并了解其进一步发展的互补指标，在提高业务效率领域做出决策。

**关键词:** 行业市场，市场形成，行业运作模式，“结构-行为-绩效”范式，市场结构报告

### Введение

Решения в области инвестирования и развития бизнеса всегда выступали «перводвигателями» рыночной системы экономики [1]. В условиях возрастающей неопределенности окружающей среды и перманентных трансформаций систем важно определить всю полноту информации, на основании которой принимаются решения, и оценить их возможные последствия, дав количественное или качественное обоснование полученных результатов. Американский ученый Э. Деминг [2] в 1950-е гг. в своих исследованиях хозяйственных систем и процессов на японских промышленных предприятиях обратил внимание на то, что четко сформулированный результат в виде определенных показателей становится основанием для объективного анализа решений и разработки сценариев развития системы и ее отдельных элементов. Эффективность рынка, по мнению американского экономиста Ю. Фама [3], определяется всеобщей доступностью и полнотой информации, позволяющей его субъектам принимать инвестиционные решения, в том числе при формировании и оценке справедливой стоимости активов, отражающей реальную ситуацию. Впоследствии эти идеи нашли отражение в теории информа-

ционно-эффективного рынка. В свою очередь, С. Гроссман и Д. Стиглиц [4] в своих исследованиях конкурентных рынков показали, что цены отражают информацию заинтересованных лиц, но не в полной мере, поэтому для получения реальной рыночной компенсации требуется привлечение дополнительных ресурсов на поиск необходимых сведений. Основная проблема возникает в поиске и формировании актуальной информационной базы для определения показателей и их обоснования. Возможно ли при анализе рынка определить результаты принятия тех или иных решений отдельных его субъектов и оценить их воздействие на рынок как на систему в целом? И удастся ли найти показатели эффективности не только отдельных субъектов, но и рынка в целом, на основании которых можно увеличить релевантность экономической информации? В 1950-е гг. на эти вопросы системно на основе эмпирического анализа отраслей в рамках своих исследований в области теории отраслевых рынков, попытались ответить американские экономисты Э. Мэйсон и Дж. Бэйн [5]. Впоследствии эти исследования легли в основу парадигмы «Структура–поведение–результативность». В общем виде основные блоки вопросов в рамках этой парадигмы представлены на **рис. 1**.

Развивая эти исследования, американский экономист М. Портер в 1979 г. предложил модель движущих сил конкуренции как способ стратегического анализа отрасли, который учитывал силу взаимного конкурентного воздействия субъектов рынка (рис. 2) и их влияние на результативность [6].

Современные методы исследования рынков в основном построены на маркетинговом анализе, целью которого по большей части является определение текущей конъюнктуры рынка и по-

строение трендов развития отдельных показателей активности субъектов рынка по трем сценариям: позитивному, негативному и нейтральному (наиболее вероятному). Данный подход не учитывает фундаментальных факторов организации рынков в заданных границах, не связанных напрямую с деятельностью его субъектов, и не учитывает неочевидные на первый взгляд взаимосвязи, возникающие при взаимодействии субъектов рынка. В связи с этим инвестиционные решения, принятые на основании данных такого



Рис. 1. Базовые блоки взаимодействия субъектов рынка в парадигме «Структура – поведение – результативность» [5]

Fig. 1. Basic blocks of interaction between market subjects in the “Structure – Behavior – Performance” paradigm [5]



Рис. 2. Силы конкуренции по субъектам рынка [6]

Fig. 2. Forces of competition by market subjects [6]

анализа, приводят к низким показателям отдачи и отрицательным результатам, что, безусловно, сказывается на экономическом настроении российских предпринимателей и потребителей. Данную проблему можно сформулировать как одну из проблем народного хозяйства – недостаток информационно-аналитических данных при принятии инвестиционных решений снижает их эффективность, что сказывается на экономическом настроении субъектов российской экономики.

В табл. 1 приведены данные, характеризующие деловой климат, сложившийся в экономике России в 2018–2023 гг. Согласно данным Центра конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, представленным в табл. 1, индекс экономического настроения за последние 5 лет изменился от 72,0 до 101,2 пп. Несмотря на продолжающийся рост индекса с II кв. 2022 г., деловой климат в российской экономике находится в неблагоприятной зоне – ниже среднего долгосрочного уровня 100,0 – границы между стабильным экономическим ростом и устойчивым развитием экономики.

Недостатки сложившейся и традиционно используемой маркетинговой методики анализа рынков до определенной степени можно устранить трансформацией подходов к оценке их функционирования и прогнозирования будущего равновесия на основе парадигмы «Структура – поведение – результат». На решение этой задачи направлено исследование, которое проводится в рамках подготовки научно-квалификационного труда с тематикой разработки подходов к анализу и оценке формирования и функционирования рынков промышленной продукции на основе парадигмы «Структура – поведение – результативность» на кафедре экономики Университета науки и технологий «МИСИС».

### Парадигма «Структура – поведение – результативность» для анализа и оценки функционирования рынка промышленной продукции

Основная идея исследования заключается в том, чтобы на основе эмпирических наблюдений за отдельными элементами рыночной системы определить интегральную результативность и эффективность всей системы в целом, задать ей определенные параметры. Научно новым также представляется осуществить синтез парадигмы «Структура – поведение – результативность» с учением об управлении исследователя менеджмента и теории организации Иц. Адизеса, в частности его понимания менеджмента как процесса, который обеспечивает кратко- и долгосрочную результативность и эффективность любой организационной среды, в том числе и рынка, и субъектов хозяйствования на нем [7].

Авторами ставится задача трансформировать концептуальный подход к метрическому описанию состояния и развития любого отраслевого рынка, положив в основу как теорию парадигмы «Структура – поведение – результативность», так и идею сбалансированности управления и измерения, опираясь на понимание управления как взаимодополняющего процесса кратко- и долгосрочной результативности и эффективности деятельности.

При этом под рыночной системой понимается совокупность субъектов рынка, осуществляющих взаимодействие в условиях, определенных структурой рынка, и возникающие в результате этого взаимодействия социально-экономические связи. Так, базовые условия спроса и предложения определяют структуру рынка, которая обуславливает поведение и активность со стороны субъектов рынка, приводящих к определенным результатам, конечным из которых является уровень общественного благосостояния.

Таблица 1 / Table 1

#### Динамика Индекса экономического настроения российских предпринимателей и потребителей в 2018–2023 гг.

Dynamics of the economic sentiment index of Russian entrepreneurs and consumers in 2018–2023

Квартал	Индекс экономического настроения, пп.					
	2023	2022	2021	2020	2019	2018
IV	–	99,2	99,2	88,1	97,3	97,5
III	–	95,6	98,1	90,3	96,4	96,2
II	–	94,1	101,2	72,0	–	99,2
I	101,1	–	95,9	98,3	98,0	100,1
Среднегодовое	101,1	96,3	98,6	87,2	97,2	98,25

Источник: составлено авторами с использованием Индекса экономического настроения (ИЭН ВШЭ). URL: <https://www.hse.ru/monitoring/buscl/bl5> (дата обращения: 25.11.2023).

Source: compiled by the authors using Economic Sentiment Index (ESI HSE). URL: <https://www.hse.ru/monitoring/buscl/bl5> (accessed on 25.11.2023).

Под субъектами рынка понимаются активные участники с ограниченными ресурсами, имеющие возможность выбора и принимающие решение о своем дальнейшем развитии в системе, в частности, это могут быть домашние хозяйства, фирмы и государство.

Можно ли сегодня применять схему парадигмы «Структура – поведение – результативность» при анализе рынков и формировании информационной базы для принятия решений путем разработки показателей результативности и эффективности?

Для полноценного анализа рынка в рамках данной парадигмы необходимо разработать новые концептуальные подходы и объективизированную методику, четко сформулировав результаты ее применения по блокам рассматриваемых вопросов. В рамках каждого блока взаимодействия субъектов рынка рассматриваются факторы, влияющие на систему рыночных взаимоотношений в целом.

На начальном этапе анализа необходимо определить целевую область исследования и ее границы с точки зрения продукта рынка, локации его субъектов и временного интервала их взаимодействия (рис. 3). В зависимости от конечной цели анализа постановка границ определяет целевую область исследования, ее масштаб и степень релевантности исходной информации.

Продуктовые границы задаются свойством реализуемой на рынке продукции с позиции потребителя и технологией производства с точки зрения производителей. Первое свойство определяется степенью заменяемости продукции и возможностью выбора альтернатив удовлетворения текущей потребности. Чем выше степень заменяемости и чем больше альтернатив, тем больше должно быть число исследуемых субъектов рынка и, соответственно, шире его границы. Английский экономист Дж. Робинсон в своих исследованиях рынка несовершенной конкуренции в 1940-е гг. определяла это как однородность продукта, оценить которую можно с помощью показателя эластичности спроса, отражающего чувствительность потребителя к изменению цены текущего товара [9]. Кроме того, при определении продуктовых границ можно использовать показатели приверженности и локализации потребления: чем выше приверженность и кучность потребления, тем уже границы исследуемого рынка. Второе свойство продуктовых границ определяется особенностями производства и реализации продукции с точки зрения фирм, функционирующих на рынке. Данные границы могут задаваться отраслевыми классификаторами видов экономической деятельности и детальным исследованием технологии производства продукции, учитывая его затратность и партнерские взаимоотношения.

*Локальные границы* определяются пространственными показателями взаимодействия субъектов рынка, начиная от распределения субъектов в географическом пространстве и заканчивая их сосредоточением в цифровой среде. При этом важно учитывать степень быстроты реакции цифровой среды на реальное исполнение заданных системой контрактов.

*Временные границы* задаются временными интервалами состояний субъектов рынка в соответствии с жизненным циклом. Согласно модели жизненного цикла корпораций Иц. Адизеса организация может проходить 15 фаз своего развития от рождения до смерти, и в каждой фазе смещаются приоритеты в роли субъекта, постановке целей и данных отчетности [10]. Так как для исследования во многих случаях используются именно данные отчетности, показывающие состояние субъекта в статике и некотором его равновесии в прошлом, следует рассматривать несколько периодов жизненного цикла субъекта рынка, чтобы оценить динамику его развития и дать объективную характеристику субъекта в настоящем.

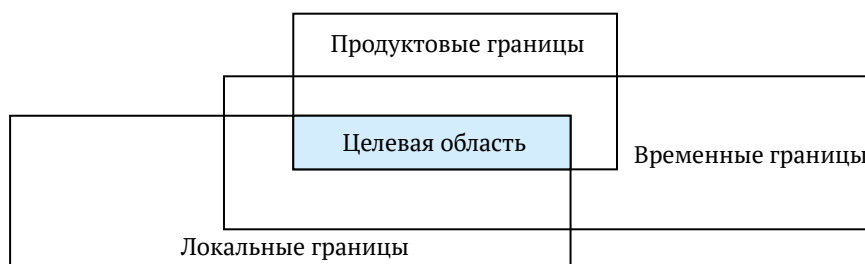


Рис. 3. Границы рынка и целевая область исследования

Источник: составлено авторами с использованием [8]

Fig. 3. Market boundaries and target area of study

Source: compiled by the authors using [8]

Первым и рыночнообразующим блоком выступают базовые условия, которые рассматриваются с точки зрения движущих субъектов рынка: фирм и потребителей. В разных условиях окружающей среды движущей силой рыночных отношений могут выступать как фирмы, так и потребители. В этом случае каждому условию данного блока присваивается рейтинг приоритетности. Данный рейтинг может быть составлен не по принадлежности к субъектам рынка, а по степени влияния на систему их взаимоотношений. Например, большой масштаб капиталоемкого производства со стороны предложения должен учитывать эластичность спроса, чтобы обеспечить бесперебойную работу сбыта и возможность сформировать стабильные денежные потоки. И наоборот, дислокация потребителей может определяться наличием инфраструктуры, созданной фирмами, в том числе и в цифровой среде. Все факторы данного блока имеют важную характеристику – рыночнообразующую, они возникают еще до начала отношений купли-продажи и в дальнейшем выступают ориентирами при формировании многообразия рыночных взаимоотношений. При анализе отрасли следует тщательно прорабатывать вопросы этого блока, сформировав перечень базовых условий, представив их в виде приоритетных показателей. Впоследствии это поможет определить корреляцию в динамике с факторами других блоков.

Вторым блоком является структура рынка, в нем исследуются условия взаимодействия рыночных субъектов. На этом этапе следует отойти от общепринятых понятий монополии, олигополии и монополистической конкуренции, в какой-то степени ограничивающих всю полноту многообразия рыночных взаимоотношений, привлекая общепризнанные «научные штампы» к реалиям. При этом, разбирая каждый показатель вне контекста монополии или совершенной конкуренции, можно получить динамическую систему характеристик квазиструктур, характерных только для определенных рыночных условий в любом регионе, что называется «здесь и сейчас». Для дальнейшего формирования общей системы в виде отчета о рыночной структуре каждый фактор этого блока должен быть отражен в показателях.

В третьем блоке исследуется поведение конкретных фирм в сформулированных ранее условиях взаимодействия субъектов рынка. Проводится анализ стратегий фирм, затратности и интенсивности действий в области реализации стратегий, соотношение успешно реализованных стратегий к их общему числу. Здесь же следует

проанализировать и поведение потребителей, их покупательную активность и реакцию на стратегии фирм, а также институциональные факторы потребления.

В четвертом блоке результативности определяются интегральные показатели эффективности реализованных стратегий фирм, оцениваются экономические показатели их хозяйственной деятельности. Факторами результативности выступают показатели качества, степень развития технологий, уровень воздействия на окружающую среду и уровень социальных отношений, возникающих в результате хозяйственной деятельности. Итоговым показателем исследований в этом блоке является уровень общественного благосостояния как результат рыночного равновесия, при котором все субъекты рынка из возможного выбора альтернатив получили максимально возможную выгоду, сохранив при этом некоторые возможности своего дальнейшего развития, чтобы способствовать и дальнейшему развитию рынка в целом. Другими словами, каждый получил то, что хотел, не забирая при этом все у другого.

Максимизация показателей отдельных субъектов рынка не будет в полной мере отражать полноту общественного благосостояния, так как это приводит к сокращению ресурсов остальных субъектов, усиливая власть одних над другими. В этом случае благосостояние не будет общественным, так как рыночная модель постепенно будет принимать форму централизованного управления одних субъектов другими. Например, сосредоточение власти у фирм, получаемое на масштабе производства за счет сокращения затрат, приведет, с одной стороны, к увеличению выгод потребителя за счет их доступности и некоторой стандартизации, с другой стороны, к сокращению у него выбора альтернатив и возможностей изменять рыночную среду в своем дальнейшем развитии. Таким образом, потребитель становится вторым в игре, принимающим правила игрока, совершившего первый шаг.

Американский экономист Дж. Акерлоф в своих исследованиях информационного обеспечения рынка отметил, что в условиях асимметрии информации использование ограниченной рыночной статистики при принятии решений субъектами может снизить качество и размеры рынка, что, в свою очередь, снижает благосостояние всех участников рынка [11]. В таком случае необходимо вмешательство такого субъекта, который способен создать потенциальный прирост общественного благосостояния

ния, но при этом не заинтересован в увеличении своей рыночной власти. Таким субъектом может выступать государство.

Возникает вопрос, возможно ли найти состояние рынка, при котором все его субъекты находятся в равных правах и имеют равные возможности? Определит ли это модель рынка, в которой общественное благосостояние максимально? Более точно общественное благосостояние можно определить по точкам наиболее стабильного состояния действующих факторов рыночной структуры. Это может быть выявлено с помощью показателей кратко- и долгосрочного равновесия на основе интегральных значений показателей отчета о рыночной структуре.

В пятом блоке исследований оценивается влияние общественного контроля, выраженное через участие государства в качестве регулятора рыночных отношений. В данном случае оцениваются показатели политик, проводимых государством, в том числе и уровень государственной собственности на рынке. При этом деятельность государства как субъекта рынка, выполняющего функции фирмы или потребителя, рассматривается в предыдущих блоках исследования.

Каждый блок вопросов следует рассматривать в логической взаимосвязи с другими, а показатели должны быть скоррелированы. Для определения степени корреляции сопоставляются изменения каждого показателя во времени и определяется их зависимость. На базе показателей каждого блока формируются интегральные показатели всей системы исследуемого рын-

ка с учетом ее изменения во времени. Например, соотношение показателей капиталоемкости технологий и емкости данного рынка за период определяет интегральный показатель рыночного резерва. Данные показатели могут выступать индикаторами состояния системы и инструментом принятия управленческих решений и разработки стратегий бизнеса в области инвестирования и его развития.

### Отчет по структуре рынка в зависимости от его показателей

Интегрирующим результатом исследования выступает отчет о структуре рынка, представленный в общем виде в табл. 2. При этом под структурой рынка понимаются условия взаимодействия всех субъектов рынка в ранее определенных его границах. В отчете эти условия формулируются в виде частных показателей для их дальнейшего сопоставления в динамике и нахождения закономерностей и движущих факторов исследуемого рынка. Эти факторы могут определяться на основе интегральных показателей данного отчета.

В рамках представленного отчета взаимодействие субъектов рынка приводит к определенным результатам, на основании которых можно сформировать локальную модель рынка в заданных границах и информационную базу для принятия решений в области инвестирования и развития бизнеса на этом рынке.

Представленный первичный набор показателей отчета следует интегрировать с кодом РАЕI (производитель, администратор,

Таблица 2 / Table 2

### Отчет о структуре рынка по блокам показателей

Report on market structure by blocks of indicators

<p><b>1.1. Базовые условия производства:</b> – показатели технологичности; – показатели ресурсности; – показатели масштабности; – показатели затратности</p>	<p><b>1.2. Базовые условия потребления:</b> – показатели эластичности; – показатели емкости; – показатели локализации</p>	<p><b>5. Государственная политика и общественные институты:</b> – показатели денежно-кредитной политики; – показатели налоговой политики; – показатели изменчивости общественных институтов</p>
<p><b>2. Структура:</b> – показатели барьеров; – показатели концентрации; – показатели дифференциации и диверсификации; – показатели интеграции</p>		
<p><b>3. Поведение и активность:</b> – показатели и активности в области слияний и поглощений; – показатели маркетинговой политики в комплексе 4P</p>		
<p><b>4. Результативность:</b> – показатели качества; – показатели экологии; – макроэкономические показатели рынка; – показатели инновационного развития</p>		

предприниматель, интегратор), предложенным Иц. Адизесом [10]. При формировании отчета каждому показателю присваивается индекс Р, А, Е или I в соответствии с ролью субъекта, принимающего решения и имеющего непосредственное влияние на данный показатель, и определенным этапом жизненного цикла фирмы в кратком и долгосрочном периоде. Таким образом, модель принимает субъектно-ориентированный характер и учитывает временной аспект развития субъекта. В дальнейшем отчет о структуре рынка может послужить основанием для определения его эффективности с точки зрения общественного благосостояния, которое выступает результатом взаимодействия рыночных субъектов.

### Заключение

Проблема недостаточного информационного обеспечения инвестиционных решений при анализе взаимодействия рыночных субъектов приводит к низким показателям отдачи и отрицательным результатам экономической деятельности, что сказывается на экономическом настроении российских предпринимателей и потребителей.

Представленные новые концептуальные подходы к анализу рынка объединяют разные

области экономического исследования, что увеличивает полноту и релевантность получаемой информации. Сопоставляя показатели блоков исследования в парадигме «Структура – поведение – результативность», логически обоснованные итоговой результативностью, можно определить закономерности и локализовать характерные особенности для конкретных групп субъектов рынка в заданном временном интервале. Отчет о структуре рынка может стать новым инструментом принятия решений в области развития бизнеса, а также площадкой для дальнейшего исследования закономерностей функционирования субъектов конкретного рынка и поиска новых интегральных показателей его эффективности. В рамках дальнейшего исследования авторы ставят задачу формирования перечня показателей по разделам отчета о структуре рынка и определения информационной базы для их расчета с последующей апробацией, а также углубления научного исследования в области роли ценностной модели поведения сотрудников для развития отраслевых рынков, начатой группой авторов в рамках формирующейся научной школы теории трансформации и управления изменениями в организации.

### Список литературы / References

1. Самуэльсон П. Экономика [пер. с англ.]. М.: МП «Алгон»; 1992. 331 с. (Russ. transl. from: Samuelson P. *Economics*. New York: McGraw-Hill; 1989. 331 p.)
2. Деминг Э. *Выход из кризиса: новая парадигма управления людьми, системами, процессами* [пер. с англ.]. М.: Альпина Паблицерз; 2014. 416 с. (Russ. transl. from: Deming W.E. *Out of the crisis*. Cambridge, Mass.: MIT Press; 2000. 507 p.)
3. Fama E.F. Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *The Journal of Finance*. 1979;25(2):383–417.
4. Grossman S.J., Stiglitz J.E. On the impossibility of informationally efficient markets. *The American Economic Review*. 1980;70(3):393–408.
5. Чупахин В.В. Характеристики рыночной структуры в рамках исследования теории отраслевых рынков. *Евразийский Союз Ученых. Серия: экономические и юридические науки*. 2018;(9):65–68. Chupakhin V.V. Characteristics of market structure within the framework of the study of the theory of industrial markets. *Evrasiiskii Soyuz Uchenykh. Seriya: ekonomicheskie i yuridicheskie nauki = Eurasian Union of Scientists. Series: Economic and Legal Sciences*. 2018;(9):65–68. (In Russ.)
6. Чупахин В.В. Актуальность анализа конкуренции в отрасли по методике Майкла Портера. *Вектор экономики*. 2021;(2). URL: [http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2021/2/economic\\_theory/Chupakhin.pdf](http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2021/2/economic_theory/Chupakhin.pdf)
7. Адизес И. *Управляя изменениями. Как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни* [пер. с англ.]. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2014. 356 с. (Russ. transl. from: Adizes I.K. *Mastering change*. Santa Monica, Calif.: Adizes Institute; 1992. 240 p.)
8. Коновалов Н.Н., Чупахин В.В. *Теория отраслевых рынков*. М.: Изд. Дом МИСиС; 2015. 233 с.
9. Робинсон Дж. *Экономическая теория несовершенной конкуренции* [пер. с англ.]. М.: Прогресс; 1986. 471 с. (Russ. transl. from: Robinson J. *The economics of imperfect competition*. Macmillan; 1969. 352 p.)
10. Адизес И. *Управление жизненным циклом корпораций* [пер. с англ.]. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2014. 499 с. (Russ. transl. from: Adizes I.K. *Managing corporate lifecycles*. Santa Barbara, Calif.: Adizes Institute Pub.; 2004 530 p.)
11. Akerlof G.A. The market for «Lemons»: Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*. 1970;84(3):488–500.



**Информация об авторах**

**Алексей Владимирович Митенков** – канд. филос. наук, директор Института экономики и управления промышленными предприятиями, доцент кафедры экономики, Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС», 119049, Москва, Ленинский просп., д. 4, стр. 1, Российская Федерация; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3146-621X>; e-mail: [amit-77@mail.ru](mailto:amit-77@mail.ru)

**Валерий Вячеславович Чупахин** – старший преподаватель кафедры экономики, Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС», 119049, Москва, Ленинский просп., д. 4, стр. 1, Российская Федерация; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7796-0075>; e-mail: [chupahin.vv@misis.ru](mailto:chupahin.vv@misis.ru)

**Information about authors**

**Alexsey V. Mitenkov** – PhD (Philosophy), Director of the Institute of Industrial Economics, Associate Professor, Department of Economics, National University of Science and Technology “MISIS”, 4-1 Leninsky Ave., Moscow 119049, Russian Federation; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3146-621X>; e-mail: [amit-77@mail.ru](mailto:amit-77@mail.ru)

**Valeriy V. Chupahin** – Senior Lecturer, Department of Economics, National University of Science and Technology “MISIS”, 4-1 Leninsky Ave., Moscow 119049, Russian Federation; ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7796-0075>; e-mail: [chupahin.vv@misis.ru](mailto:chupahin.vv@misis.ru)

Поступила в редакцию **13.11.2023**; поступила после доработки **28.11.2023**; принята к публикации **29.11.2023**

Received **13.11.2023**; Revised **28.11.2023**; Accepted **29.11.2023**