

Министерство образования и науки РФ  
Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
Владимирский государственный университет

Р. В. СКУБА

# ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Учебное пособие

Владимир 2011

УДК 338.242  
ББК 65.011.3  
С46

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор  
зав. кафедрой экономики  
Владимирского государственного гуманитарного университета  
*И.Б. Тесленко*

Доктор экономических наук, профессор  
зав. кафедрой экономики и стратегического управления  
Владимирского государственного университета  
*Ю.Н. Лапыгин*

Печатается по решению редакционного совета  
Владимирского государственного университета

**Скуба, Р.В.**

С46 Экономика отраслевых рынков : учеб. пособие / Р.В. Скуба ;  
Владим. гос. ун-т. – Владимир : Изд-во Владим. гос. ун-та, 2011. –  
59 с. – ISBN 978-5-9984-0128-2.

Представлены теоретические аспекты взаимодействия и факторы развития компаний на уровне отраслевых рынков. Рассматриваются различные подходы к проведению отраслевого анализа.

Предназначено для студентов экономических специальностей и направлений подготовки бакалавров и магистров, а также аспирантов и руководителей организаций.

Рекомендовано для формирования профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС 3-го поколения.

Табл. 2. Ил. 6. Библиогр.: 5 назв.

УДК 338.242  
ББК 65.011.3

ISBN 978-5-9984-0128-2

© Владимирский государственный  
университет, 2011

## ПРЕДИСЛОВИЕ

В настоящее время, когда деятельность всё большего числа фирм усложняется и принимает многопрофильный характер, на первое место для экономистов выходят наличие знаний относительно специфики сфер, в которых функционирует компания, и умений их применять на практике. Поэтому изучение экономики отраслевого развития остаётся актуальным и не теряет своего значения.

Курс «Экономика отраслевых рынков» является одним из основных в цикле дисциплин для магистрантов экономических специальностей и обеспечивает обязательный минимум знаний для профессиональной деятельности в качестве экономиста-менеджера. Курс в системе подготовки экономистов опирается на знания, полученные студентами в дисциплинах экономической теории, микроэкономики, макроэкономики, экономики предприятий, анализа экономических систем и математики.

Конечной целью изучения дисциплины является формирование у студентов представлений об экономике отраслевых рынков и методах решения экономических задач, возникающих в процессе профессиональной деятельности. При разработке курса сделана попытка осуществить системный подход к изложению материала на основе теоретических и прикладных аспектов выбора методов обоснования стратегии и тактики поведения субъектов отраслевых рынков в условиях конкуренции и государственного регулирования.

Структура учебного пособия построена таким образом, что в целом в нём нашли отражение все основные тематические вопросы курса: понятие рынка и отрасли; определение границ отраслевого рынка; развитие отраслевой структуры экономики и жизненный цикл отрасли; характеристика отраслей народного хозяйства РФ; группировки отраслей и комплексов; виды отраслевых рынков по основным признакам классификации; понятие, функции и элементы инфраструктуры

отраслевых рынков; барьеры входа фирмы на рынок и выхода с рынка; рыночная власть фирмы и её показатели; виды объединений хозяйствующих субъектов на отраслевых рынках; интеграционные процессы на отраслевых рынках; принципы и факторы размещения производительных сил; понятие и направления, определяющие результативность отраслевых рынков.

## **1. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

*Понятие рынка и отрасли. Определение границ отраслевого рынка. Развитие отраслевой структуры экономики и жизненный цикл отрасли*

### ***§ 1.1. Понятие рынка и отрасли***

*Рынок* – это совокупность реальных и потенциальных продавцов и покупателей, осуществляющих процесс купли-продажи какого-либо продукта на основе взаимоприемлемых условий, это форма связи производства и потребления посредством купли-продажи товаров, капиталов, рабочей силы, технологий, информации.

Рынок существует тогда, когда люди встречаются прямо или через своих посредников с тем, чтобы продать или купить товары и услуги. На свободном рынке процессы обмена, купли-продажи определяют, кому какие товары следует производить, а также что и как покупать.

Рынок состоит из ряда обязательных элементов, каждый из которых характеризует какую-то одну его сторону:

1. Покупатели (люди, организации) со своими потребностями;
2. Наличие продавцов, желающих и имеющих возможность продать;
3. Покупательская сила (деньги);
4. Желания (купить);
5. Соответствующие возможности (купить).

На основе этих элементов можно сделать следующие выводы:

- во-первых, очень важно понимать нужды и потребности покупателей, так как это ведет непосредственно к акту покупки;
- во-вторых, продавцы должны иметь возможность производить товар, необходимый покупателям, и иметь возможность его реализовывать;

- в-третьих, рынок может расширяться и сокращаться в зависимости от покупательской способности;
- в-четвертых, новые рынки могут быть созданы или существующие расширены путем увеличения возможности купить при помощи более широкого распределения;
- в-пятых, рынки могут быть увеличены путём стимулирования желания купить посредством продвижения товара и рекламы.

*Отрасль* – выделяемая и обобщаемая структура предприятий и организаций по признаку единства экономического назначения производимой продукции, работ, услуг, которая также характеризуется единством и однородностью потребляемого сырья; общностью технологической базы и технологических процессов; однородным профессиональным составом кадров.

Чем больше совпадений признаков, характеризующих отрасль, тем она «чище». В статистике «чистой» называется отрасль, в рамках которой сосредоточены предприятия наиболее однородной по экономическому назначению продукции (например производство насосов). Если же признаки экономического назначения продукции расширяются, то их организационное единство характеризуется термином «крупная отрасль» (например транспортное машиностроение).

Совокупность крупных отраслей образует отраслевые комплексы (например агропромышленный) или комплексные отрасли (машиностроение), которые в свою очередь образуют отраслевую структуру народного хозяйства.

Как соотносятся между собой понятия «рынок» и «отрасль»? Рынки объединяют продавцов и покупателей и представляют собой явление, анализируемое в основном с позиции спроса. Отрасли объединяют производителей близких товаров на базе схожих ресурсов и технологий и рассматриваются с позиции предложения товаров. Поэтому отождествление этих понятий – неправильно.

## ***§ 1.2. Определение границ отраслевого рынка***

Существует три основных подхода к определению границ отраслевого рынка:

*Первый подход* гласит, что в границы отраслевого рынка включаются однородный товар и его заменители до того момента, пока не будет наблюдаться резкий разрыв в цепи товаров-субститутов. Как только перекрестная ценовая эластичность становится меньше определенной величины, можно говорить о своего рода разрыве, а значит, и о границе рынка. При этом, выявляя различные значения перекрестной ценовой эластичности, можно определять разные масштабы отраслевого рынка.

Коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене показывает соотношение относительного изменения спроса на  $i$ -й товар и относительного изменения цены  $j$ -го товара. Он определяется так:

$$E_{ij} = (\Delta Q_i / Q_i) / (\Delta P_j / P_j),$$

где  $E_{ij}$  – коэффициент точечной перекрестной эластичности спроса на  $i$ -й товар по цене  $j$ -го товара;

$Q_i$  – величина спроса на  $i$ -й товар;

$P_j$  – цена  $j$ -го товара.

Если коэффициент перекрестной эластичности  $E_{ij} > 0$ , то товары  $i$  и  $j$  являются взаимозаменяемыми, повышение цены  $j$ -го товара ведет к увеличению спроса на  $i$ -й товар. Это будет иметь место, например, для различных видов растительного масла.

Если  $E_{ij} < 0$ , то товары  $i$  и  $j$  являются взаимодополняющими, повышение цены  $j$ -го товара ведет к падению спроса на  $i$ -й. Это будет иметь место, например, для компьютеров и мониторов к ним.

Если  $E_{ij} = 0$ , то такие товары являются независимыми, повышение цены одного товара не влияет на объем спроса на другой. Это будет иметь место, например, для сахара и автомобилей.

Фактором, определяющим перекрестную эластичность спроса по цене, являются свойства благ, их способность заменять друг друга в потреблении. Если два блага-товара могут одинаково использоваться для удовлетворения одной и той же потребности, коэффициент перекрестной эластичности этих товаров по цене будет высок, тогда эти блага могут быть отнесены к одному единичному рынку.

*Второй подход* связан с тем, что при определении границ отраслевого рынка используют показатель изменения выручки при изменении цены. Предположим, что цена определенного товара при посто-

янным спросе возросла. Если выручка производителей данного товара выросла, то рынок ограничен только этим товаром. Если же выручка сократилась, то, следовательно, существует близкий заменитель. Таким образом, динамика выручки фирм-производителей при длительном росте цены указывает на границы рынка. Этот критерий основывается на принципе показателя прямой ценовой эластичности  $Ed$ :

$$Ed = (-\Delta Q / Q) / (\Delta P / P),$$

где  $P$  – цена на данный товар, а  $Q$  – величина спроса.

*Третий подход* основан на том, что на практике для определения границ рынка часто используется оценка коэффициента корреляции цен товаров во времени. Высокая положительная корреляция – близкая к единице величина коэффициента корреляции движения цен товаров в течение продолжительного времени – свидетельствует о том, что товары являются близкими субститутами и образуют один единичный рынок, а предприятия, предлагающие товары на этом рынке, образуют отрасль.

### ***§ 1.3. Развитие отраслевой структуры экономики и жизненный цикл отрасли***

Развитие отраслевой структуры началось в глубокой древности после того, как человек перешел от кочевого, собирательского образа жизни к занятию сельским хозяйством. Долгое время оно было очень медленным. Возникновение новых отраслей являлось крупнейшим историческим событием. Лишь три века тому назад начался бурный рост экономики и быстрое формирование новых отраслей. Экономическое развитие обычно характеризуют производительностью труда, уровнем доходов на душу населения.

Современное экономическое развитие характеризуется экономическим ростом, наиболее известное определение которого дал американский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике С. Кузнец. По его мнению, это явление представляет собой развитие, при котором долгосрочные темпы роста производства устойчиво превышают рост населения. Современный экономический рост обусловлен быстрой самоподдерживающейся эволюцией технологий, используемых в экономике.

Подобное изменение иллюстрирует модель технологических укладов, которая предполагает, что распространение новых технологий носит комплексный характер. Технологические уклады принимают в экономике форму замкнутых воспроизводственных контуров. В их рамках используются совместимые технологии, формы и методы управления, формы экономических отношений. Технологические уклады зарождаются и отмирают с периодичностью длинных волн Н.Д. Кондратьева. Зарождение каждого технологического уклада сопровождается появлением новых отраслей экономики. Периоды распространения технологических укладов в развитых странах можно представить в виде табл. 1.

*Таблица 1*

Периоды распространения технологических укладов в развитых странах

Временные характеристики	Номера укладов					
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й
Зарождение, г.	1725	1775	1825	1875	1925	1975
Начало доминирования, г.	1775	1825	1875	1925	1975	2025
Время отмирания, г.	1875	1925	1975	2025	2075	2125

По каждому укладу можно представить следующую характеристику.

Первый и второй технологические уклады были связаны с применением механических станков с использованием соответственно энергии воды и пара.

Типичными для третьего, устаревшего, но пока широко используемого в нашей стране уклада в промышленности являются производства с применением машин, станков, которые не могут без участия рабочего произвести или обработать хотя бы одно изделие.

Четвертый технологический уклад – это воспроизводственный контур, в котором ведущую роль играют различного рода автоматы. В промышленности четвертый уклад представлен серийным производством с помощью автоматических линий, переналаживаемых человеком.

Пятый уклад – это контур, основу которого составляют гибкие автоматизированные системы. Представители пятого уклада в промышленности – гибкие автоматизированные производства, позволяющие



без участия человека создавать под управлением системы компьютеров определенную, достаточно широкую номенклатуру продуктов.

Шестой уклад – контур комплекса машин-автоматов, способных самостоятельно изменять программы своей работы. Представители шестого уклада – системы, реализующие информационные технологии, комплексные информационно-управленческие системы, робототехнические комплексы, способные адекватно реагировать на изменения ситуации.

Зарождение каждого технологического уклада приводит к возникновению новых отраслей экономики. Но отрасли экономики не только периодически зарождаются, но и постепенно отмирают. Это дало основание для появления экономической категории «жизненный цикл отрасли».

Жизненный цикл отрасли подразделяют на периоды. Обычно для отраслей выделяют следующие четыре основных этапа жизненного цикла:

1. *Этап первоначальной разработки.* Он начинается с момента вывода на рынок продукта новой отрасли, нового вида товара или нового вида услуги. Выведение товара на рынок требует времени, и сбыт в этот период обычно растет медленно. Медленный рост может объясняться задержками в создании производственных мощностей, техническими проблемами, задержками с доведением товара до потребителей, нежеланием большинства потенциальных клиентов идти на риск и отказываться от привычных схем поведения. На этом этапе отрасль нова, в ней действует небольшое количество предприятий или даже одно предприятие, риски инвесторов велики, но в случае удачи возможен стремительный рост производства.

2. *Этап стремительного расширения.* Если продукт новой отрасли удовлетворяет интересам рынка, производство и сбыт начнут стремительно расти независимо от общей экономической конъюнктуры. У предприятий отрасли появляется прибыль, но производство расширяется и требует инвестиций. Товары новой отрасли начинают покупать обычные потребители, если они слышали о товаре благоприятные отзывы. В отрасли могут появляться новые предприятия-конкуренты, отрасль становится привлекательна для инвесторов.

3. *Этап зрелого роста.* В какой-то момент темпы роста сбыта товаров отрасли замедляются, наступает этап зрелости, производство приносит прибыль и не требует инвестиций. Этот этап нередко протяженнее предыдущих этапов. Замедление темпов роста сбыта может вести к обострению конкуренции и снижению цен. Прибыль снижается, наиболее слабые конкуренты начинают выбывать из борьбы. Предприятиям отрасли нужно постоянно искать способы воздействия на рынок.

4. *Этап стабильности или упадка.* В конце концов, сбыт товаров отрасли пойдет вниз. Падение сбыта может быть медленным, как в случаях с товарами первой необходимости, или стремительным, что характерно для модных товаров. Сбыт может упасть до нулевой отметки, а может дойти до низкого уровня и оставаться на этом уровне в течение многих лет. Падение сбыта объясняется достижениями в технологии, изменением вкусов потребителей и обострением конкуренции. Производство товара, вступившего в стадию упадка, может оказаться убыточным – спрос на продукцию снижается, капиталы и инвесторы начинают покидать эту отрасль.

### ***Вопросы для обсуждения и контроля знаний***

1. С точки зрения оценки пяти элементов рынка и выводов, последовавших на их основе, приведите примеры более совершенных и менее развитых отраслевых рынков.
2. Почему нельзя отождествлять понятия «рынок» и «отрасль»? Имеются ли общие признаки, объединяющие эти понятия? Сформулируйте своё определение понятия «отраслевой рынок»?
3. Определите, какие из товаров А, Б и В можно отнести к продукции одной отрасли, если коэффициент корреляции цен товаров А и Б составляет 0,15; коэффициент перекрёстной эластичности спроса на товар А по цене на товар В равен нулю; выручка производителя товара Б при постоянном спросе на него выросла в условиях увеличения цены на товар В.
4. Какие наиболее яркие изобретения в виде устройств, способов и веществ характерны для каждого из шести технологических укладов?

5. Охарактеризуйте любую одну отрасль с точки зрения теории жизненного цикла. Дайте свой прогноз относительно тех этапов жизненного цикла, которые рассматриваемой отрасли ещё предстоит пройти.

## **2. ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ**

*Виды и структура отраслей народного хозяйства РФ. Характеристика отраслей народного хозяйства РФ. Группировки отраслей и комплексов*

### **§ 2.1. Виды и структура отраслей народного хозяйства РФ**

Структуру отраслей в любой стране определяют следующие факторы:

- способы производства, предопределенные общественными историческими условиями;
- экономическая политика;
- наличие естественных природных ресурсов;
- изменение структуры потребностей;
- научно-технический прогресс и уровень образования;
- развитие специализации, кооперации, концентрации, комбинирования;
- темпы развития и роль в расширенном воспроизводстве;
- место страны в мировом общественном разделении труда;
- необходимость поддержания уровня внутренней и внешней безопасности страны.

К показателям, характеризующим отраслевую структуру, относят:

- темпы роста объема производства отраслей (цепные и базисные);
- удельные веса отрасли в общей совокупности отраслей по численности, объему производства, стоимости основных фондов;
- динамику изменения числа предприятий в отрасли вообще, а также малых, средних, крупных предприятий;

- динамику реструктуризации, слияний, поглощений и объединений предприятий в отраслях;
- коэффициенты опережения (соотношение темпов роста отрасли к темпам роста прогнозируемой совокупности отраслей);
- коэффициенты эластичности спроса на продукцию отрасли;
- коэффициенты удовлетворения заявленной (расчетной) потребности на продукцию отрасли.

По видовому признаку отрасли делят на следующие группы:

1. Первичные отрасли – добывающая промышленность и сельское хозяйство;
2. Вторичные отрасли – отрасли обрабатывающей промышленности;
3. Отрасли инфраструктуры – жилищное строительство, транспорт, торговля, связь, обслуживание производства и населения;
4. Отрасли управления, наука, научное обслуживание.

Более детально до последнего времени отрасли классифицировались по Общероссийскому классификатору отраслей народного хозяйства (ОКОНХ), где отрасль определялась как совокупность предприятий или их подразделений, расположенных на определенной территории, занятых однородным видом производственной деятельности, или в объеме продукции которых на долю основной деятельности приходится большая часть добавленной стоимости. При этом предприятия, занимающиеся одновременно несколькими видами производственной деятельности, для отнесения к соответствующим отраслям условно разделялись. При невозможности выделения какого-либо подразделения предприятия его другие виды деятельности учитывались вместе с основной деятельностью.

1 января 2003 г. на смену ОКОНХ пришел Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД), состоящий из 17 разделов с соответствующим буквенным обозначением (табл. 2).

Таблица 2

Отраслевая структура народного хозяйства РФ в 2007 – 2009 гг.  
по количеству организаций в разрезе видов экономической деятельности<sup>1</sup>

Раздел ОКВЭД	Вид экономической деятельности	Распределение числа организаций и отраслевая структура народного хозяйства РФ по годам							
		2007		2008		2009		n	
		Число организаций, тыс.	Удельный вес, %	Число организаций, тыс.	Удельный вес, %	Число организаций, тыс.	Удельный вес, %	Число организаций, тыс.	Удельный вес, %
A	Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	233,6	5,0	222,1	4,7	207,6	4,2		
B	Рыболовство, рыбоводство	8,4	0,2	8,7	0,2	8,9	0,2		
C	Добыча полезных ископаемых	16,1	0,4	17,2	0,4	17,6	0,4		
D	Обрабатывающие производства	416,1	8,9	411,0	8,6	418,6	8,6		
E	Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	24,2	0,5	26,0	0,5	28,5	0,6		
F	Строительство	390,5	8,4	426,0	8,9	433,7	8,9		
G	Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспорта, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	1807,5	38,7	1797,6	37,7	1846,3	37,6		
H	Гостиницы и рестораны	84,7	1,8	85,9	1,8	90,7	1,9		
I	Транспорт и связь	214,9	4,6	238,0	5,0	254,9	5,2		
J	Финансовая деятельность	98,9	2,1	101,2	2,1	104,1	2,1		
K	Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	709,5	15,2	775,4	16,3	834,6	17,0		
L	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	99,8	2,1	100,3	2,1	98,5	2,0		
M	Образование	166,2	3,6	165,2	3,5	163,6	3,3		

<sup>1</sup> Россия в цифрах. 2008: Крат. стат. сб. – М. : Росстат, 2008. – С. 177 – 179; Россия в цифрах. 2009: Крат. стат. сб. – М. : Росстат, 2009. – С. 175 – 177; Россия в цифрах. 2010: Крат. стат. сб. – М. : Росстат, 2010. – С. 180 – 182; [http://www.gks.ru/wps/PA\\_1\\_0\\_S5/Documents/jsp/Detail\\_default.jsp?category=1112178611292&elementId=1135075100641](http://www.gks.ru/wps/PA_1_0_S5/Documents/jsp/Detail_default.jsp?category=1112178611292&elementId=1135075100641) (см. R13).

Раздел ОКВЭД	Вид экономической деятельности	Распределение числа организаций и отраслевая структура народного хозяйства РФ по годам							
		2007		2008		2009		n	
		Число организаций, тыс.	Удельный вес, %	Число организаций, тыс.	Удельный вес, %	Число организаций, тыс.	Удельный вес, %	Число организаций, тыс.	Удельный вес, %
N	Здравоохранение и предоставление социальных услуг	75,3	1,6	75,0	1,6	77,9	1,6		
O	Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	322,3	6,9	315,7	6,6	315,0	6,4		
	<i>Всего</i>	4668	100	4765,3	100	4900,5	100		

*Примечания:* 1. n – год поступления в магистратуру. Цифровые материалы по этому году формируются магистрантом самостоятельно на основе данных по последнему источнику сноски.

2. Смысловое содержание разделов ОКВЭД – «P: Деятельность домашних хозяйств» и «Q: Деятельность экстерриториальных организаций» – не входит в логические границы названия табл. 2.

Также в табл. 2 представлены статистические данные, характеризующие отраслевую структуру народного хозяйства РФ в 2007 – 2009 гг. по количеству предприятий и организаций.

## **§ 2.2. Характеристика отраслей народного хозяйства РФ**

Каждая из перечисленных в табл. 2 комплексных отраслей имеет свои особенности.

*Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство* – отрасль, которая включает:

- а) крестьянские (фермерские) хозяйства и предприятия, занятые производством сельскохозяйственной продукции в сферах растениеводства и животноводства; к сельскому хозяйству относятся также декоративное садоводство, охота, пушной промысел и разведение дичи;
- б) организации в сферах лесоводства, лесозаготовок, сбора дикорастущих, но не древесных лесопроductов, а также деятельность лесопитомников;

в) предприятия, предоставляющие услуги в перечисленных выше областях.

*Рыболовство, рыбоводство* как отрасль включает организации, занятые воспроизводством рыбы и водных биоресурсов, их выловом и предоставлением услуг в перечисленных выше областях.

*Добыча полезных ископаемых* как отрасль охватывает их разведку, разработку карьеров, добычу топливно-энергетических полезных ископаемых, различных видов руд и их обогащение, добычу гравия, песка, глины, соли, драгоценных камней, минерального сырья для химических производств и производства удобрений, подготовку полезных ископаемых к транспортированию.

*Обрабатывающие производства* – это комплекс отраслей, представляющих виды деятельности, которые направлены на создание материальных благ в форме разнообразных продуктов труда; это отрасли, осуществляющие переработку природных ресурсов и продуктов сельского и лесного хозяйства. В их состав входят: производство пищевых продуктов, в том числе напитков и табака; текстильное и швейное производство; производство кожи и изделий из кожи; обработка древесины и производство изделий из дерева; целлюлозно-бумажное производство и полиграфическая деятельность; производство кокса и нефтепродуктов; химическое производство; производство резиновых и пластмассовых изделий; производство неметаллических минеральных продуктов; металлургическое производство и производство готовых металлических изделий; производство машин и оборудования; производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования; производство транспортных средств и оборудования.

*Производство и распределение электроэнергии, газа и воды* – отрасль, которая включает:

- а) сбор, очистку и распределение воды;
- б) производство, распределение электроэнергии, газа и воды, в том числе пара и горячей воды (теплоносителя), а также торговля этими ресурсами;
- в) деятельность по обеспечению работоспособности различных видов электростанций, котельных и тепловых сетей.

*Строительство* как отраслевой вид деятельности подразумевает осуществление подрядным и хозяйственным способом нового строи-

тельства, расширения, реконструкции и ремонта зданий, сооружений и объектов производственного и непроизводственного назначения, а также техническое перевооружение и поддержку производственных мощностей действующих предприятий.

*Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспорта, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования* охватывают деятельность предприятий оптовой и розничной торговли, разнообразных по формату и специализации продаваемых товаров, ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования, а также дилерскую деятельность, связанную с торговлей транспортными средствами, их обслуживанием, ремонтом, продажей запчастей и принадлежностей.

*Гостиницы и рестораны* – эта отрасль связана с деятельностью гостиниц, ресторанов, кафе, баров (объединяющихся в понятие *HoReCa* – часть индустрии гостеприимства (общественное питание и гостиничное хозяйство), происходящее от первых двух букв в словах *Hotel, Restaurant, Cafe*), а также с работой кемпингов, детских лагерей на время каникул, молодёжных лагерей, горных туристских баз, пансионатов, домов отдыха и поставкой продукции общественного питания.

*Транспорт и связь* объединяют две отрасли:

а) транспорт как отрасль включает предприятия железнодорожного транспорта и метрополитен; шоссейного транспорта, в том числе автомобильное хозяйство и городской электрический транспорт; трубопроводного транспорта; водного транспорта; авиационного транспорта; прочих видов транспорта. Эта отрасль охватывает все виды деятельности, связанные с перевозкой грузов и пассажиров, выполняемые транспортными предприятиями, а также деятельность турагентств, организаций, осуществляющих транспортную обработку грузов, их складирование и хранение, текущий ремонт и содержание автомобильных дорог (очистка, разметка, озеленение), мостов, туннелей, путепроводов, эксплуатацию гаражей, стоянок, терминалов (автобусных станций и т.п.).

б) связь как отрасль включает предприятия почтовой, телеграфной, факсимильной, телефонной, курьерской, электро- и радиосвязи, телевизионного, звукового и других видов вещания. Услуги связи – это продукт деятельности по приему, обработке, передаче и доставке почтовых отправок или сообщений электросвязи.



*Финансовая деятельность* включает в себя различные виды страхования, финансовое посредничество, в том числе операции лизинга, ипотеки, факторинга, капиталовложений в ценные бумаги, заключение биржевых сделок, предоставление различных видов кредита, обмена валют, а также доверительное управление активами, негосударственное пенсионное обеспечение, деятельность дилеров и брокеров на рынке ценных бумаг, ведение реестра владельцев ценных бумаг, деятельность фондовых, товарных, валютных и валютно-фондовых бирж, деятельность по определению взаимных обязательств (клиринг).

*Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг* охватывают такие сферы:

- а) подготовка к продаже, покупка, продажа, сдача внаём недвижимого имущества;
- б) аренда машин и оборудования, прокат бытовых изделий и предметов личного пользования;
- в) использование вычислительной техники и информационных технологий;
- г) научные исследования и разработки;
- д) консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления предприятием;
- е) инженерно-техническое проектирование;
- ж) геодезическая и картографическая деятельность;
- з) технические испытания, исследования и сертификация, стандартизация и метрология;
- и) рекламная деятельность;
- к) трудоустройство и подбор персонала;
- л) проведение расследований и обеспечение безопасности;
- м) чистка и уборка производственных и жилых помещений, оборудования и транспортных средств.

*Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение* как отрасль включает деятельность органов государственной власти, судебных и юридических учреждений, органов охраны общественного порядка, безопасности и обороны.

*Образование* как комплексная отрасль включает деятельность университетов, институтов, техникумов, училищ, школ, дошкольных и других учебных заведений.

*Здравоохранение и предоставление социальных услуг* как отрасль включают деятельность больниц, поликлиник, санаториев-профилакториев, домов отдыха, стадионов, спортивных клубов, учреждений социального обеспечения, домов-интернатов для престарелых и инвалидов, а также ветеринарную деятельность.

*Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг* объединяет такие сферы, как:

- а) жилищное хозяйство – включает услуги по эксплуатации жилищного фонда, в том числе общежитий;
- б) коммунальное хозяйство – включает услуги по внешнему благоустройству (санитарная очистка, уборка, озеленение), услуги пожарной охраны;
- в) непроизводственные виды бытового обслуживания населения – включают услуги фотоателье, бань, душевых павильонов, парикмахерских, организаций по уборке квартир, выдаче справок, выполнению поручений, организаций, предлагающих ритуальные услуги;
- г) культура и искусство – включают деятельность театров, кинотеатров, клубов, библиотек, музеев, художественных галерей, цирков, зоопарков, ботанических садов, парков культуры и отдыха;
- д) деятельность общественных объединений – охватывает работу политических объединений, союзов предпринимателей, торгово-промышленной палаты, профессиональных союзов, творческих, научно-технических и культурно-просветительных общественных объединений.

### ***§ 2.3. Группировки отраслей и комплексов***

Углубленные классификации отраслей экономики необходимы для выделения и распределения предприятий и/или их частей (подразделений) по стадиям и степеням разделения труда. Классификации по отраслевым видам деятельности служат базой для анализа статистических данных о фактическом производстве, факторах роста производства и управления отраслевой структурой.

Классификация отраслей народного хозяйства может осуществляться посредством группировки видов деятельности по отраслям, различающимся характером функций, выполняемых ими в общей системе общественного разделения труда.

Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности – МСОК (*International Standard Industrial Classification of all Economic Activities – ISIC*) разработана в ООН и имеет 17 секций, обозначенных заглавными латинскими буквами. Секции состоят из разделов, которые включают подразделы, состоящие из групп, подгрупп и классов.

К МСОК адаптирован Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД). Также на её базе построена отраслевая классификация ЕС – *Statistical classification of economic activities in the European Community (NACE Rev. 1)*. В США аналогичный рубрикатор называется Североамериканская система отраслевой классификации (*North American Industry Classification System – NAICS*).

При анализе отраслевой структуры целесообразно рассматривать не только отдельные отрасли, но и группы отраслей, представляющие собой межотраслевые комплексы. *Под промышленным комплексом* понимается совокупность определенных групп отраслей, для которых характерны выпуск схожей (родственной) продукции или выполнение работ (услуг).

В настоящее время отрасли промышленности объединены в следующие комплексы:

*Топливо-энергетический комплекс* (ТЭК) включает угольную, газовую, нефтяную, торфяную и сланцевую промышленности, энергетику, отрасли по производству энергетического и других видов оборудования. Все эти отрасли объединены общей целью – удовлетворение потребностей народного хозяйства в топливе, тепле, электроэнергии.

*Металлургический комплекс* представляет собой интегрированную систему отраслей черной и цветной металлургии, металлургического, горного машиностроения и ремонтной базы.

*Машиностроительный комплекс* представляет собой совокупность отраслей машиностроения, металлообработки и ремонтного производства. Ведущими отраслями комплекса являются общее машиностроение, электротехника и радиоэлектроника, транспортное машиностроение, а также производство ЭВМ.

*Химико-лесной комплекс* представляет собой интегрированную систему химической, нефтехимической, лесной, деревообрабатывающей,

целлюлозно-бумажной и лесохимической промышленности, машиностроения и других отраслей.

*Агропромышленный комплекс* (АПК) характеризуется тем, что в его состав входят разнородные по своей технологии и производственной направленности отрасли экономики: система сельского хозяйства, отрасли перерабатывающей промышленности, комбикормовая и микробиологическая промышленность, сельскохозяйственное машиностроение, машиностроение для пищевой промышленности.

*Строительный комплекс* включает систему отраслей строительства, промышленность строительных материалов, машиностроение, ремонтную базу. Отрасли комплекса объединены общей целью – ввод в действие объектов основных фондов.

*Социальный комплекс* объединяет отрасли, производящие товары народного потребления и услуги для населения.

*Военно-промышленный комплекс* (ВПК) представлен отраслями и видами деятельности (прежде всего НИОКР), ориентированными на удовлетворение потребностей Вооруженных Сил РФ.

### ***Вопросы для обсуждения и контроля знаний***

1. Рассмотрите любую одну отрасль с точки зрения показателей, характеризующих отраслевую структуру. Какие факторы определяют место развития отрасли среди других отраслей народного хозяйства страны? Какие показатели Вы добавили бы в приведённый список?
2. Доработайте данные табл. 2. Назовите наиболее яркие тенденции.
3. Отнесите каждую из пятнадцати отраслей к той или иной группе их деления по видовому признаку.
4. Подумайте, какие отрасли ОКВЭД не входят в состав известных межотраслевых комплексов?
5. Какие межотраслевые комплексы наиболее развиты в нашем регионе? Предприятия каких отраслей их формируют?

### 3. РЫНОЧНАЯ СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ

*Виды отраслевых рынков по основным признакам классификации. Классификации отраслевых рынков по удовлетворяемым потребностям и дифференциации продукта. Классификации отраслевых рынков по типам конкуренции*

#### § 3.1. Виды отраслевых рынков по основным признакам классификации

Отраслевые рынки по основным признакам классификации подразделяются на следующие виды, представленные на рис. 1.



Рис. 1. Виды отраслевых рынков по основным признакам классификации

#### § 3.2. Классификации отраслевых рынков по удовлетворяемым потребностям и дифференциации продукта

Рыночное пространство складывается из взаимосвязанных, но обладающих определенной самостоятельностью специализированных рынков. Специализированный рынок – это место встречи продавца и покупателя товаров и/или услуг определенной отрасли (вида деятельно-

сти) или их совокупности, объединённых характером удовлетворяемых потребностей покупателей. В укрупнённом виде структура рыночного пространства формируется из сегментов, представленных на рис. 2.



Рис. 2. Структура рыночного пространства

Приведённые выше рынки могут быть однородными и неоднородными:

1. *Однородный рынок* – это рынок, на котором покупателю безразлично, товар какого предприятия он купит (товар, как правило, стандартизирован). Такой рынок должен быть обозримым, т.е. покупатели должны иметь возможность его наблюдать и сравнивать цены.
2. *Неоднородный рынок* – это рынок, на котором отдельный покупатель отдаёт предпочтение товару какого-то определённого предприятия. Такой рынок создаёт условия для несовершенной конкуренции, причинами которой могут быть его необозримость и дифференциация товара (предложение различных вариантов основного продукта).

*Дифференцированные товары* – это продукты, которые, различаясь по физическим качествам, уровню обслуживания, географическому размещению, наличию информации и субъективному восприятию, явно предпочитают рядом потребителей среди конкурирующих продуктов в данной ценовой группе.

В этой связи выделяют четыре главных фактора дифференциации продукта:

- особое местоположение фирмы (магазина): удачно расположенный магазин имеет больше шансов для привлечения покупателей;
- характеристики качества продукта;
- уровень обслуживания как в процессе покупки, так и в послепродажном сервисе;
- дифференциация на основе субъективного имиджа товара и фирмы, который сложился у потребителя: для этого производитель закрепляет у клиентов наилучшие впечатления о своем товаре путем рекламы, необычной упаковки, особого обслуживания.

Совокупность данных факторов в случае выпуска неоднородной продукции с разной степенью взаимозаменяемости определяет два вида отраслевых рынков:

1. Отраслевые рынки на основе реальной дифференциации продукта – действительное изменение внутренних свойств продукта.
2. Отраслевые рынки на основе фантомной дифференциации продукта – она затрагивает лишь внешние его характеристики: другой внешний вид, имидж, упаковку, что не отражается на внутренних свойствах продукта.

Специалистами Бостонской консультативной группы (BCG) предложена градация отраслевых рынков, различающая их в зависимости от количества и значимости конкурентных преимуществ относительно дифференциации продукции (рис. 3).

<i>Количество возможных конкурентных преимуществ вследствие дифференциации</i>	<b>Большое</b>	Фрагментарные отраслевые рынки	Специализированные отраслевые рынки
	<b>Малое</b>	Тупиковые отраслевые рынки	Массовые отраслевые рынки
		<b>Малая</b>	<b>Большая</b>
		<i>Значимость конкурентных преимуществ вследствие дифференциации</i>	

Рис. 3. Виды отраслевых рынков в зависимости от количества и значимости конкурентных преимуществ дифференциации продукции

В связи с этим различают:

1. *Фрагментарные рынки* – характеризуются широкими возможностями для создания конкурентных преимуществ, однако каждое из преимуществ невелико, т.е. не приносит существенной выгоды (например ресторанный бизнес).
2. *Тупиковые рынки* – характеризуются наличием небольшого набора возможностей для создания конкурентных преимуществ, причём каждое из преимуществ незначительно (например производство стали).
3. *Массовые рынки* – характеризуются наличием небольшого набора возможностей для создания конкурентных преимуществ, но каждое из таких преимуществ очень значительно и сулит большие выгоды от вложенных средств (например авиаперевозки).
4. *Специализированные рынки* – характеризуются широким выбором возможностей для дифференциации, сулящих значительные выгоды (например фармацевтическая отрасль).

### **§ 3.3. Классификации отраслевых рынков по типам конкуренции**

По типам конкуренции существует четыре модели рынков:

1. *Чистая, или совершенная, конкуренция* – явление, характерное для однородного рынка, на котором свой товар множеству покупателей предлагает множество предприятий. Все участники рынка обладают полной информацией о других участниках рынка. Ни одно отдельное предприятие не оказывает влияния на уровень текущих рыночных цен товара.
2. *Монополистическая конкуренция* – наблюдается на неоднородном рынке с множеством предприятий, предлагающих свои товары. Они совершают сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен. Наличие диапазона цен объясняется способностью предприятий предложить покупателям разные варианты товаров, в разных местах и на разных условиях. Товары могут отличаться друг от друга качеством, свойствами, внешним оформлением. Покупатели видят разницу в предложениях и готовы платить за товары по-разному или они не располагают возможностью сравнения из-за неопознваемости рынка и предприятие может назначать обусловленную этим повышенную цену.



3. *Олигополистическая конкуренция* – характерна для небольшого числа предприятий, предлагающих свои товары на рынке. Эти продавцы – крупные предприятия – весьма чувствительны к политике ценообразования друг друга. Товары могут быть схожими и несхожими. Каждое предприятие чутко реагирует на стратегию и действия конкурентов.
4. *Чистая монополия* – это ситуация, когда на рынке товар предлагает всего одно предприятие. Различают три основных вида монополий:
- а) естественная монополия – это такое состояние отраслевого рынка, при котором удовлетворение спроса эффективнее в силу отсутствия конкуренции и связанного с технологическими особенностями производства, а товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами. В связи с этим спрос на данном товарном рынке в меньшей степени зависит от изменения цены на товары субъектов естественных монополий. Рождение таких монополий может происходить из-за барьеров для конкуренции, возведенных природой, – природные монополии (разработка месторождений уникальных полезных ископаемых) или продиктовано техническими (экономическими) причинами (например обслуживание водовода в поселении);
  - б) административная монополия – возникает в силу действия государственных органов власти. Это представление исключительного права на выполнение определенного рода деятельности (например, лицензирование видов деятельности (торговля оружием), аттестация и аккредитация отдельных профессий (аудиторы, оценщики));
  - в) экономическая монополия – развивается на основе закономерностей роста масштабов производства за счет концентрации производства и капитала. Чтобы победить в конкурентной борьбе, предприниматели разрабатывают новые продукты, технологии, новую технику, увеличивая масштабы производства и снижая затраты на производство и реализацию продукции. В связи с этим конкурирующие фирмы либо разоряются (подвергаются процедуре банкротства), либо объединяются.

## ***Вопросы для обсуждения и контроля знаний***

1. Приведите примеры отраслевых рынков в разрезе видов и признаков их классификации.
2. Назовите факторы дифференциации товара. Какова главная цель осуществления фирмами дифференциации товара?
3. По каким признакам можно определить степень дифференциации товара?
4. Представьте себя как отдельную производственную единицу, т.е. фирму, состоящую из одного человека и работающую (или планирующую работать) на определённом рынке труда. К какому виду отраслевых рынков в зависимости от количества и значимости конкурентных преимуществ дифференциации продукции Вы бы отнесли свою «фирму»? Обоснуйте свой ответ.
5. Выделите положительные и отрицательные стороны (не более трёх с каждой стороны) по всем четырём типам конкуренции.

## **4. ИНФРАСТРУКТУРА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

*Понятие и функции инфраструктуры отраслевых рынков.*

*Элементы инфраструктуры отраслевых рынков*

### ***§ 4.1. Понятие и функции инфраструктуры отраслевых рынков***

Термин «инфраструктура» (от лат. *infra* – основание, фундамент и *structure* – строение, взаиморасположение) означает комплекс, внутреннее строение, основа.

*Инфраструктура отраслевого рынка* – комплекс видов деятельности в сфере обращения соответствующих групп предприятий, организаций, учреждений, задача которых сводится к рационализации товародвижения, рыночному регулированию товарно-денежного оборота. Она создает предпосылки и условия для ускорения оборачиваемости средств в экономике, совершенствования рыночного процесса реализации вновь созданной стоимости, укрепления материально-технической

базы сферы обращения, оптимизации коммерческо-хозяйственных связей. Благодаря наличию инфраструктуры деловые взаимоотношения субъектов отраслевого рынка ведутся на стройной целенаправленной основе.

Функции инфраструктуры отраслевого рынка:

- содействие субъектам отраслевого рынка в реализации их экономических интересов;
- оформление коммерческо-хозяйственных отношений деловых партнеров;
- обеспечение юридического, финансового, страхового, контрольного обслуживания;
- изучение конъюнктуры рынка, товаров, конкурентов, посредников, потребителей;
- собственно торговая или иная коммерческо-хозяйственная деятельность;
- посредничество в реализации товаров, налаживании коммерческо-хозяйственных связей;
- оказание соответствующих услуг субъектам отраслевого рынка;
- использование возможностей транспорта, средств связи, складского хозяйства, топливно-энергетического комплекса.

Эти функции должны выполняться соответствующей разветвленной структурой предприятий, организаций, учреждений – участников отраслевого рынка.

#### ***§ 4.2. Элементы инфраструктуры отраслевых рынков***

Элементы инфраструктуры отраслевого рынка составляют широкий спектр разноплановых организаций и систем, представляющих различные сферы экономики страны (рис. 4).

Рассмотрим каждый элемент более подробно:

1. *Торговые предприятия и организации* – являются объектом воплощения экономических интересов субъектов отраслевого рынка. Ошибки в выборе торговой организации и проблемы во взаимоотношениях с ним могут лишить покупателя возможности приобрести нужный товар в требуемом количестве, ассортименте, каче-

стве, в желаемое время, по оптимальной цене, получать торговые услуги, сервисное обслуживание.



Рис. 4. Элементы инфраструктуры отраслевых рынков

2. *Коммерческо-посреднические организации* (агенты, дилеры, дистрибьютеры) – играют активную роль в формировании и осуществлении товародвижения. Неумение правильно определить нужного партнера в лице этих организаций приводит субъектов отраслевого рынка к дополнительным затратам, недополучению необходимых товаров.
3. *Организации по оказанию услуг* – влияют на рационализацию товародвижения, совершенствование материально-технической, инженерно-технологической базы отраслевого рынка, ресурсосбережение, решение проблем управления, планирования и организации коммерческо-хозяйственной деятельности субъектов отраслевого рынка.
4. *Информационные организации* – существенным образом содействуют развитию отраслевого рынка. Отсутствие информационного обеспечения усложняет ориентацию предприятий на отраслевом рынке, отрицательно влияет на выбор деловых партнеров, необходимых товаров, способов товародвижения, а также объемы и структуру то-

варной реализации, материально-техническое, финансовое и кадровое обеспечение.

5. *Финансовые организации* – способствуют функционированию отраслевого рынка. Нечеткие и недостаточно скоординированные взаимоотношения между субъектом отраслевого рынка и финансовыми организациями не позволяют ему в достаточной мере реализовать свои потенциальные коммерческо-хозяйственные возможности.
6. *Контролирующие организации* – содействуют рациональному функционированию отраслевого рынка во всех его звеньях. Отсутствие надлежащего контроля за рынком приводит к финансовым, правовым, налоговым и прочим нарушениям, наличию некачественных, экологически опасных товаров, недобросовестной конкуренции.
7. *Юридические организации* – во многом определяют функционирование отраслевого рынка. Отсутствие правовой помощи субъектам отраслевого рынка может привести к ошибкам в формировании договорных отношений и сбоям при их выполнении, неспособности защититься от посягательств, неправомерных действий конкурентов, деловых партнеров, обслуживающих систем.
8. *Организации по трудовому обеспечению* – играют значительную роль в процессе выработки и реализации трудовой политики на отраслевом рынке. Нечеткая организация управления приводит к неэффективному поиску нужных специалистов, умеющих планировать, организовывать и контролировать, налаживать деловые отношения с партнерами, конкурентами, обслуживающими предприятиями, организациями.
9. *Транспортные организации* – являются важным звеном в организации товародвижения. Ошибки в выборе вида транспорта, перевозочных средств, планировании, организации маршрутов движения, неверные сведения об объемах и структуре грузовых потоков усложняют коммерческо-хозяйственные связи, приводят к удорожанию товара, ухудшению его качества, препятствуют правильному его сосредоточению в запасах на всем протяжении товародвижения.
10. *Организации связи* – представляют собой необходимый инструмент установления контакта между субъектами отраслевого рынка. Лю-

бой сбой в системе связи приводит к неполучению оперативной и достоверной деловой информации, что негативно сказывается на отношениях с партнерами, конкурентами и исполнительной властью.

11. *Складское и тарное хозяйство* – служит важным звеном, обеспечивающим товародвижение, место распределения, сортировки, комплектации, хранения и экспедирования товарно-материальных ценностей. Недостатки в ведении этого хозяйства отрицательно влияют на управление товарными запасами, издержки обращения, сохранность и качество товара, своевременное получение его субъектами отраслевого рынка в нужном количестве и ассортименте.
12. *Топливо-энергетический комплекс* – способствует успешной деятельности всех субъектов отраслевого рынка. Недостатки в работе комплекса нарушают соответствующие режимы, тормозят, а зачастую и приостанавливают нормальное функционирование предприятий, организаций отраслевого рынка.

### ***Вопросы для обсуждения и контроля знаний***

1. Придумайте не менее трёх синонимов-словосочетаний к понятию «инфраструктура отраслевого рынка».
2. Какие позитивные явления в экономике региона в целом будут наблюдаться в случае высокого уровня развития инфраструктуры отраслевых рынков? К каким экономическим последствиям приводит слабое развитие инфраструктуры отраслевых рынков? Обоснуйте свой ответ.
3. Какие элементы инфраструктуры отраслевых рынков наиболее развиты в нашем регионе? Проранжируйте элементы инфраструктуры отраслевых рынков по критерию «уровень развития».
4. Какие элементы инфраструктуры отраслевых рынков, на Ваш взгляд, являются базовыми, т.е. определяют развитие других элементов?
5. По каким направлениям, на Ваш взгляд, должны действовать региональные власти с точки зрения развития и совершенствования инфраструктуры отраслевых рынков?

## 5. ФИРМА НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ

*Фирма как субъект отраслевого рынка. Барьеры входа фирмы на рынок и выхода с рынка. Рыночная власть фирмы и её показатели*

### **§ 5.1. Фирма как субъект отраслевого рынка**

Термин «фирма» зачастую используется как в узком, так и в широком смысле слова. В узком смысле *фирма* – это имя, под которым юридически полноправный предприниматель (единоличный или коллективный) ведет свои дела. В широком смысле *фирма* – это основная хозяйственная единица современной экономики рыночного типа, зарегистрированная в соответствующей правовой форме.

В традиционном восприятии *фирма* – это прежде всего обособленный агент рынка, который обладает производственной и финансовой свободами, зарегистрирован как юридическое лицо, имеющее банковский счет и прочие атрибуты регистрации.

Как обособленный агент рынка она наряду с рыночным механизмом представляет собой институт альтернативного распределения ресурсов между конкурирующими вариантами (механизм фирмы). Если человек, предполагающий наличие неудовлетворенного спроса, объявляет, что он ищет работников и организации, которые способны поставить ему необходимые комплектующие изделия и материалы, предоставить помещение, где можно хранить полуфабрикаты и готовые изделия, а также вести производственный процесс, то это вряд ли можно назвать фирмой. Но то, что этот человек сделал, представляет собой лишь рыночный механизм, координирующий предложение и спрос.

Фирменным же этот механизм становится только тогда, когда контракт с людьми, выполняющими все перечисленные виды работ, предполагает признание за менеджером права на получение от работников согласия в определенной мере подчиняться координатору производства. Именно возникающие внутри фирмы властные отношения делают данный механизм перераспределения ресурсов фирмой альтернативным известному рыночному механизму. Правда, фирма должна продемонстрировать способность экономить на затратах относительно рыночного механизма.

Со временем, если данное образование сумеет доказать свою жизнестойкость как субъект рынка, т.е. окажется более рациональной формой, чем заключение рыночных контрактов, оно может называться фирмой.

### **§ 5.2. Барьеры входа фирмы на рынок и выхода с рынка**

*Под барьерами входа-выхода* следует понимать совокупность факторов (объективного и субъективного порядка), которые либо препятствуют входящей фирме организовать прибыльную торговлю на отраслевом рынке, либо противодействуют выходу с него укоренившейся фирмы без существенных потерь.

Барьеры могут возникать в результате действия самых разных факторов. Поведение уже действующих фирм на рынке, затрудняющее вход новых компаний, приводит к созданию стратегических барьеров.

Наличие входных барьеров позволяет уже функционирующим на рынках фирмам получать более высокую прибыль, не опасаясь появления новых конкурентов. *Входные барьеры* могут быть определены как издержки реализации, которые должны нести входящие фирмы и не несут функционирующие.

Существование барьеров для входа на рынок в сочетании с высоким уровнем концентрации производителей в отраслях дает возможность фирмам поднимать цены выше своих предельных издержек и получать экономическую прибыль как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах, что и обуславливает рыночную власть этих фирм.

Существует классификация отраслевых рынков по уровню характеристик входных барьеров. Так, входы на отраслевой рынок подразделяются следующим образом:

- легкий вход – тип рынка характеризуется конкуренцией, близкой к совершенной, с высокой мобильностью капиталов, свободой приобретения ресурсов, а также ценой, стремящейся к равновесной. На таких рынках отсутствуют фирмы, имеющие существенные и устойчивые преимущества в отношении издержек производства;
- слабо затрудненный (предоставляемый) вход – отдельные функционирующие фирмы могут иметь ощутимые преимущества в отноше-



нии затрат, реализуемые, как правило, посредством минимального повышения цен по сравнению с издержками. Однако, с точки зрения долгосрочной перспективы, этим фирмам выгоднее допускать входение на рынок новичков, чем нести затраты по возведению входных барьеров;

- сильно затрудненный (сдерживаемый) вход – укоренившиеся фирмы стремятся максимально затруднить вход новичков; здесь функционируют явно доминирующие фирмы (фирма);
- блокированный вход – функционирует фирма, являющаяся естественным монополистом, или число участников стабильно.

Различают два типа входных барьеров: стратегические, формируемые как следствие поведения фирм, и нестратегические (или структурные), выступающие для любых хозяйствующих субъектов как внешняя данность.

Нестратегические барьеры, связанные с фундаментальными условиями функционирования отрасли, имеют три основные разновидности: административные, социально-экономические и гражданские.

*Административные (государственные) барьеры* – это, как правило, правообеспеченные (посредством законодательных или подзаконных актов) ограничения на ведение определенных видов деятельности (лицензирование на определенные виды бизнеса, распределение квот между фирмами, сертификация оборудования и продукции, установление норм экономического контроля, всевозможные регламенты ввоза и вывоза ресурсов и т.п.). Преодоление таких барьеров требует от хозяйствующих субъектов временных и финансовых затрат.

*Социально-экономические барьеры* представляют собой правила функционирования отраслевых рынков и на них проводится та или иная промышленная, структурно-инвестиционная, налоговая, таможенная и иная экономическая политика. К ним также относятся: ёмкость рынка (ограниченность спроса), условия на рынке капитала, развитие рыночной инфраструктуры, минимальный объём капитальных затрат (первоначальных инвестиций), дифференциация продукта и затраты на продвижение (создание сильных брендов), местоположение, преимущества в уровне затрат (в том числе эффект масштаба производства).

*Гражданские инициативы* обеспечивают состыковку возможностей и интересов государства и бизнеса с многообразием потребностей

и интересов как отдельных граждан, так и их объединений. Например, в объединениях разрабатываются кодексы корпоративного поведения. Развивается система отраслевого социального партнерства, куда вход строго ограничен.

Стратегические барьеры входа на рынок представляют собой совокупность факторов объективного и субъективного характера, которые либо препятствуют входящей фирме организовать прибыльное производство на отраслевом рынке, либо противодействуют ее уходу с рынка без существенных потерь. Они делятся на ценовые и неценовые.

*Ценовая политика* активных фирм определяется объемами предложения и спроса. Возведение барьеров, ограничивающих вход, возможно путем установления цен ниже уровня, максимизирующего прибыль в краткосрочном периоде или позволяющего её получать в долгосрочном периоде.

*Неценовые барьерные стратегии* осуществляются либо путем дифференциации продукта (для входящей на отраслевой рынок фирмы затраты на продвижение значительнее, чем для действующей активной фирмы), либо дополнительного инвестирования в рост производственных мощностей, либо интеграции с третьими лицами. Действующая фирма опять же несет меньше издержек на проведение этой политики, а новичкам такие затраты, как правило, не по плечу.

Большое влияние на состояние отраслевой структуры рынка оказывают *барьеры выхода*, представляющие собой все факторы, которые мешают фирме покинуть отрасль без серьезных экономических потерь. Барьеры выхода, как правило, – это разного рода необратимые издержки, которые невозможно возместить. Обычно необратимые издержки появляются в результате инвестирования в долгосрочные или специфические активы фирмы либо продукты. Наглядным примером отрасли с большим объемом невозвратных капитальных затрат является железнодорожный транспорт.

Осложнить выход фирмы из отрасли могут несовершенство законодательной системы и неразвитость рыночных отношений. На российском банковском рынке, например, в конце 1990-х гг. наблюдался «растянутый во времени» выход банков с отзывными лицензиями из отрасли.

Как показывают исследования, существует высокая степень корреляции между барьерами входа и выхода. Это проявляется в том, что отрасли с высоким уровнем входа имеют тенденцию к высокому уровню выхода, и наоборот.

Основными показателями входа и выхода фирм на отраслевые рынки, которые позволяют зафиксировать динамику развития рынка, являются:

1. *Норма входа фирм на отраслевой рынок* – отношение числа вошедших за год на рынок фирм к общему числу фирм, действующих в отрасли на конец года.

2. *Норма проникновения новых фирм на действующий рынок* – отношение объема выпуска или объема продаж, осуществленных вошедшими фирмами, к общему объему выпуска продукции в отрасли новыми и действующими фирмами (характеризует степень влияния продукции вошедших фирм на общее состояние отраслевого рынка).

3. *Время достижения входящими фирмами размеров действующих на отраслевом рынке фирм.*

4. *Норма выхода фирм с отраслевого рынка* – отношение ушедших с рынка фирм к общему числу действующих фирм на рынке.

5. *Показатель выживания фирм на отраслевом рынке* – доля остающихся на рынке фирм, которые вошли на данный отраслевой рынок год, два, три и более лет назад.

6. *Норма выживаемости фирм на отраслевом рынке* – количество фирм, удерживающихся на рынке более 10 лет.

### **§ 5.3. Рыночная власть фирмы и её показатели**

Фирмы на отраслевом рынке неоднородны по природе и играют на нём неодинаковую роль. Их можно разделить на две группы: предприятия, поведение которых полностью зависит от ситуации на отраслевом рынке, т.е. обычные фирмы, и активные фирмы, которые способны оказывать влияние на структуру рынка и на поведение конкурентов и потребителей.

Активная фирма в силу обладания возможностью влиять на структуру рынка, поведение на нём других участников в соответствии с

реализуемой стратегией небезуспешно предпринимает попытки установления внутрифирменных отношений за своими пределами, т.е. вмешивается в функционирование рыночного механизма. Иными словами, активная фирма пытается корректировать механизм отраслевого рынка или проявлять собственную рыночную власть.

Источник рыночной власти, как правило, заключен в высокой концентрации продавцов или захвате обширной доли рынка. Результатом же проявления рыночной власти фирмы служит получаемая прибыль.

Выделяют следующие показатели рыночной власти фирм:

1. Коэффициент Бейна (Кб) – определяется так:

$$Кб = (Пб - Пн) / СК,$$

где Пб – величина бухгалтерской прибыли фирмы;

Пн – величина нормальной прибыли для рассматриваемой отрасли;

СК – величина собственного капитала фирмы.

Данный показатель построен на общеизвестном положении макроэкономики: если норма прибыли для какого-либо актива превосходит конкурентную норму, то этот вид инвестирования является предпочтительным, а следовательно, предполагается наличие у данной фирмы определенной рыночной власти.

2. Индекс Лернера (L) – рассчитывается следующим образом:

$$L = (P - MC) / P = -1 / Ed,$$

где P – рыночная цена товара;

MC – предельные издержки;

Ed – коэффициент эластичности спроса по цене.

Данный подход к определению степени рыночной власти фирмы базируется на положении о том, что фирма обладает рыночной властью только тогда, когда она имеет возможность влиять на установление рыночной цены выше предельных издержек, т.е. выше конкурентного уровня рыночной цены.

3. Коэффициент Тобина (q) – имеет следующую формулу для расчета:

$$q = P / C,$$

где P – рыночная стоимость активов фирмы, измеряемая ценой её акций;

C – восстановительная стоимость активов, равная сумме расходов, которые необходимо было бы произвести, если бы пришлось покупать их по текущим ценам.

Коэффициент Тобина отражает взаимосвязь рыночной стоимости фирмы и ее восстановительной стоимости: если  $q > 1$ , то это расценивается как свидетельство ожидания прибыли. Преимуществом данного коэффициента является отсутствие необходимости рассчитывать норму доходности или предельные издержки для отрасли.

4. Коэффициент рыночной власти (Крв) – предполагает нахождение соотношения двух показателей:

$$\text{Крв} = \text{Об} / \text{Ома},$$

где Об – оценка брендов фирмы;

Ома – оценка материальных активов фирмы.

Коэффициент рыночной власти характеризует силу брендов фирмы. Сильный бренд предполагает значительную известность среди покупателей отраслевого рынка, которые лояльны к нему, т.е. позиционируют его как лидера среди остальных товарных знаков.

5. Показатели, характеризующие рыночную концентрацию:

а) Индекс концентрации (CRk) – определяется следующим образом:

$$CRk = \sum_{i=1}^k Qi / \sum Q,$$

где  $Qi$  – объем реализации товара на данном отраслевом рынке  $i$ -й фирмой;

$\sum Q$  – общий объем реализации товара на данном отраслевом рынке.

Индекс концентрации характеризует отношение величины суммы рыночных долей нескольких крупнейших фирм в отрасли к общему объему реализации товара всеми фирмами, действующими на данном отраслевом рынке. Наиболее часто индексы концентрации подсчитываются по 3 – 10 крупнейшим фирмам в отрасли, т.е.  $k$  равно от 3 до 10. Индекс концентрации может принимать значения в интервале 0 – 1. Для рынка совершенной конкуренции он равен нулю, для монополии – единице.

б) Индекс Херфиндаля – Хиршмана (HHI) – рассчитывается по формуле

$$HHI = \sum_{i=1}^n (Qi / \sum Q 100)^2,$$

где  $Qi / \sum Q 100$  – доля  $i$ -й фирмы на отраслевом рынке в процентах;  
 $n$  – число фирм на отраслевом рынке.

Чем больше значение индекса *HHI*, тем выше уровень концентрации фирм на рынке. Основным достоинством данного показателя является то, что он весьма чувствителен к изменению долей фирм на рынке. Это обусловлено тем, что величины долей фирм возводятся во вторую степень. Следует отметить, что именно этот индекс использует антимонопольный комитет США для характеристики рыночной структуры отраслей:

- если его значение находится в интервале от 0 до 1000, то рынок слабоконцентрированный;
- в интервале от 1000 до 1800 – рынок умеренно концентрированный;
- составляет больше 1800 – рынок высококонцентрированный.

в) Дисперсия рыночных долей ( $\delta^2$ ) – связана с применением такой формулы:

$$\delta^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (S_i - \hat{S})^2,$$

где  $S_i$  – рыночная доля  $i$ -й фирмы;

$\hat{S}$  – средняя доля фирмы на рынке;

$n$  – число фирм в отрасли.

Данный показатель свидетельствует о неравномерности распределения долей фирм в отрасли, т.е. характеризует неравенство их размеров. Дисперсия рыночных долей измеряется в абсолютных показателях, и чем выше ее значение, тем больше неравномерность в распределении долей фирм и, следовательно, выше уровень концентрации на рынке.

### ***Вопросы для обсуждения и контроля знаний***

1. Как Вы понимаете смысл рыночного и фирменного механизмов распределения ресурсов?
2. Приведите примеры отраслевых рынков с точки зрения их классификации по уровню характеристик входных барьеров.
3. В чём состоит разница между стратегическими и нестратегическими барьерами входа? Приведите примеры их основных разновидностей.

4. Какова взаимосвязь входа-выхода фирм на рынке? Какие факторы могут повлиять на длительность выхода фирм из отрасли?
5. Что является источниками рыночной власти фирм? Каким образом она проявляется? Какие существуют подходы к её оценке? Реализуйте несколько из них на примере известной Вам фирмы.

## **6. ОБЪЕДИНЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ НА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ**

*Виды объединений хозяйствующих субъектов на отраслевых рынках. Интеграционные процессы на отраслевых рынках. Слияния и поглощения на отраслевых рынках*

### **§ 6.1. Виды объединений хозяйствующих субъектов на отраслевых рынках**

Объединения могут создаваться как с сохранением юридического лица и самостоятельности входящих в него хозяйствующих субъектов, так и без сохранения статуса.

В общем виде структура объединений представлена на рис. 5. Рассмотрим каждый из представленных видов объединений более подробно.

*Ассоциация* – это добровольное объединение (союз) независимых предприятий определенного профиля. Коллективным органом управления в ней является хозяйственный совет, в состав которого входят директора и другие специалисты. Хозяйственный совет не может принимать решений, противоречащих интересам каждого отдельного предприятия, входящего в ассоциацию. Основная цель создания ассоциации – повышение эффективности работы на основе коллективного предпринимательства в избранных направлениях (подготовка кадров, внешнеэкономическая деятельность, маркетинг и т.д.). Члены ассоциации имеют право выхода из нее в любое время с предварительным уведомлением об этом хозяйственного совета. Разновидностью ассоциативного объединения являются территориальные межотраслевые объединения (ТМО).

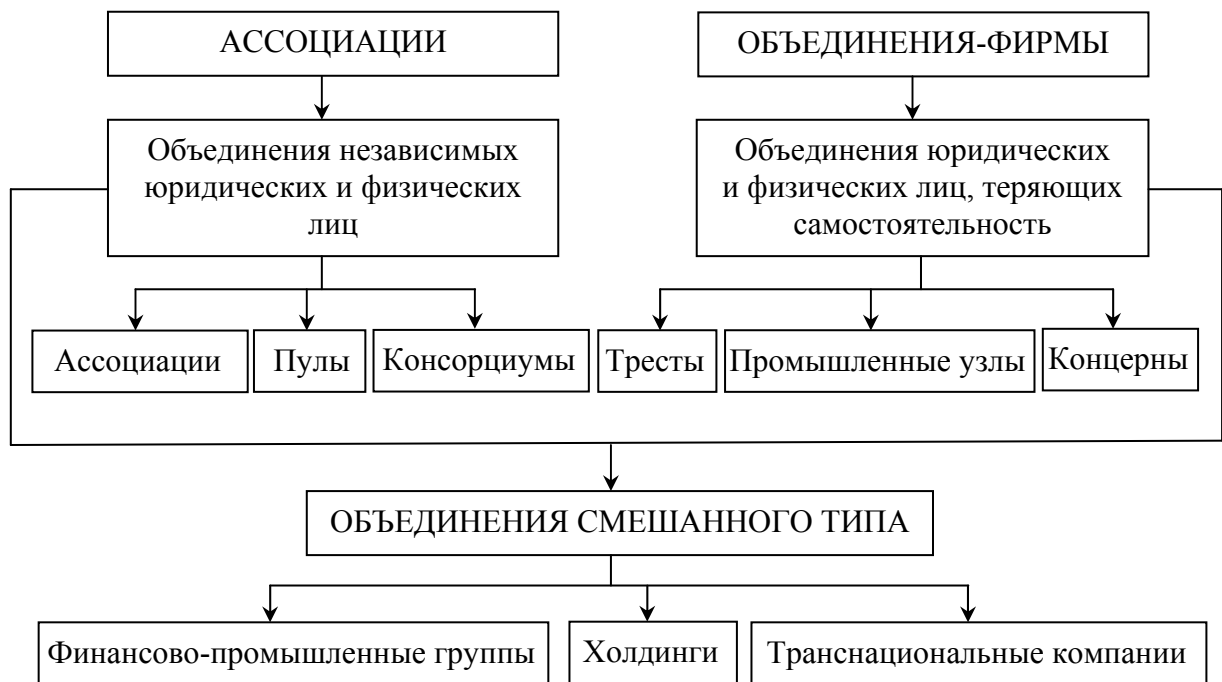


Рис. 5. Виды объединений хозяйствующих субъектов на отраслевых рынках

*Пул* – временное объединение разнонаправленных организаций. В него входят торговые, биржевые, страховые, патентные и другие организации. Для всех вступающих в пул организаций устанавливаются единые правила ведения общих расходов и формирования прибыли, поступающей в единый целевой фонд.

*Консорциум* – временное объединение предприятий, решающих строго конкретные задачи в течение заданного промежутка времени. Здесь все предприятия сохраняют свою самостоятельность, поэтому они могут участвовать и в других ассоциациях. После выполнения поставленных задач консорциум обычно прекращает свое существование.

*Трест* – объединение на основе централизации основных управленческих функций входящих в него организаций. Все его участники теряют юридическую и хозяйственную самостоятельность. Реальная власть находится только у головной фирмы. Основная цель – повышение эффективности деятельности путем слияния. Объединения такого типа характерны для строительных организаций.

*Концерн* – крупное объединение компаний одной или нескольких отраслей промышленности, торговли, транспорта, связи, банков, страховых и других компаний на основе делегирования выполнения цен-



трализуемых функций управления, связанных с научно-техническим, производственным сотрудничеством, инвестиционной, финансовой, внешнеэкономической и прочей деятельностью.

*Промышленные узлы* – группы предприятий, размещенные на смежной территории и использующие совместно социально-бытовую инфраструктуру, природные ресурсы, потребляющие продукцию участников, осуществляющие совместное межотраслевое производство, сохраняя при этом свою юридическую самостоятельность.

*Холдинг* – объединение предприятий, как правило, смешанного типа, которые образуются путем наделения головного акционерного общества контрольными пакетами акций других акционерных фирм. Холдинг может быть чистым, когда компания следит за получением дохода и его наращиванием на вложенный капитал, и смешанным, когда одно АО владеет контрольными пакетами акций других фирм, занимаясь при этом самостоятельной предпринимательской деятельностью.

*Финансово-промышленная группа (ФПГ)* – совокупность юридических лиц, действующих как основное и дочерние общества, объединивших свои материальные и нематериальные активы на основе договора о создании ФПГ в целях технологической или экономической интеграции для реализации инвестиционных и иных проектов, направленных на повышение конкурентоспособности и расширение рынка сбыта товаров и услуг, повышение эффективности производства, создание новых рабочих мест.

Участники ФПГ учреждают центральную компанию (ЦК) – юридическое лицо, которое по отношению к ним является основным обществом, уполномоченным на ведение дел ФПГ. Высшим органом управления ФПГ является совет управляющих, включающий представителей от всех участников.

Признаками, отличающими ФПГ от других объединений, являются:

1. Обязательное наличие банков, других финансово-кредитных учреждений и промышленных организаций;
2. Наличие главной, центральной компании;
3. Государственная экспертиза организационного проекта создания ФПГ;
4. Обязательная государственная регистрация ФПГ;
5. Принадлежность участников ФПГ к тем сферам деятельности, которые определяют научный, производственный и экспортный потенциал РФ.

ФПГ по различным признакам классифицируются следующим образом (рис. 6).

В России официально зарегистрировано более 90 ФПГ, в том числе 15 транснациональных. В их составе функционируют более 1300 юридических лиц, в том числе около 100 банков. Общая численность занятых – свыше 3,5 млн человек. Совокупный годовой оборот продукции сектора ФПГ составляет 15 % ВВП.



Рис. 6. Классификация финансово-промышленных групп

## § 6.2. Интеграционные процессы на отраслевых рынках

В пределах фирмы интеграционный процесс может осуществляться двумя путями:

1. *Естественная интеграция* – когда консолидация активов идет путем внутренних источников компании за счёт расширения производства и включения в него новых стадий в изготовлении изделия. Здесь сохраняются прежняя организация производства, прежний контроль над собственностью и поведением исполнителей.

2. *Приобретение необходимого бизнеса в виде компании на рынке фирм*. С расширением числа стадий производства, происходящим за счет присоединения других фирм, компания-покупатель вольно или

невольно приобретает и сопутствующий бизнес, который имел место в прежней, некогда самостоятельной фирме. Поэтому проблема рационального использования активов не исчезает, а, напротив, становится еще более актуальной, поскольку приходится решать судьбу сопутствующих активов. Кроме того, фирме-покупателю предстоит работа по адаптации менеджмента приобретённого предприятия. В этом случае меняются организация и контроль над собственностью, контроль за поведением ранее независимого исполнителя, а также расширяется сфера внутрифирменных властных отношений.

Основными мотивами, побуждающими активные фирмы к установлению контроля над поведением и собственностью других фирм, являются:

- экономия на трансакционных издержках, связанных с подготовкой и заключением контракта: в отсутствие интеграции неизбежны торги относительно цены и объемов продаж/закупки. Это особенно характерно для ситуаций, когда на предшествующей и последующей стадиях производства функционируют компании, каждая из которых осознает, что от результатов торгов зависят ее частные доходы. Интеграция способствует преодолению такого рода конфликтов;
- преодоление неполноты контрактов: при заключении контракта представители компаний стремятся оговорить все аспекты сотрудничества и найти такие формулировки, чтобы впоследствии принятые условия не изменялись. Но условия продажи продукта и спрос могут изменяться под действием рыночного механизма. Следовательно, долгосрочный контракт не может предусмотреть все возможные альтернативы, даже если он был полным. В интегрированной структуре сторонам нет нужды детально оговаривать статьи контракта;
- снижение трансакционных издержек, связанных с исполнением контракта: в условиях конкурентной борьбы фирмы-поставщики в погоне за лучшей альтернативой не всегда выполняют условия контрактов одинаково прилежно, нередко нарушают условия уже заключенного контракта и стремятся к оппортунистическому поведению. Интеграция способна решить данную проблему;
- устранение неопределенности спроса на промежуточную продукцию и создание стимулов для снижения затрат и использования специализированных активов: поскольку поставщик не уверен в том, что

- за заключенным контрактом последуют другие, то он не стремится к осуществлению инвестиций, позволяющих снижать издержки производства, приобретать уникальное (дорогостоящее) оборудование и высококлассных специалистов. Интеграция в этом случае уменьшает подобную неопределённость;
- приобретение специфических компетенций в виде хорошо организованной компании, имеющей собственный механизм комбинации ресурсов: в противном случае этот механизм следовало бы создать;
  - улучшение информационного обмена между сторонами: интегрированные фирмы могут получить выигрыш от объединения за счет совместного поиска необходимой информации и обмена ею;
  - увеличение доли данного объединения на рынке: интеграция предоставляет иной механизм расширения доли рынка наряду с традиционной конкурентной борьбой, влекущей за собой значительные потери для действующих участников рынка;
  - устранение эффекта «двойной маргинализации», или «двойной надбавки»: интегрированная структура производителей может снизить промежуточные затраты;
  - эффект масштаба производства (продаж): в интегрированной структуре с ростом объёма производства (продаж) накладные расходы на товарную единицу снижаются;
  - возможность обойти барьеры входа на рынок;
  - оптимизация движения материальных потоков (и связанных с ними затрат) на разных этапах технологической цепочки по принципу «точно в срок» и организация ритмичного производства: интеграция дает возможность устранять простои, за счёт роста размера заказываемых партий минимизировать издержки на закупку и хранение запасов;
  - организация эффективной ценовой дискриминации: в интегрированной структуре гораздо легче осуществлять манипулирование ценами для различных категорий покупателей;
  - диверсификация компании: интегрированными компаниям в условиях меняющейся структуры рынка намного легче переключиться на более рентабельные направления; намного эффективнее внедрять технические достижения и использовать их в нескольких изделиях сразу;

- преодоление морального ущерба потребителя: интегрированная компания может установить для розничного продавца цену, стимулируя его улучшать обслуживание и информирование потребителя о качественной стороне товара;
- экономия финансовых ресурсов: за счёт манипуляции затратами и оборотом между структурными подразделениями интегрированной компании снижаются некоторые налоговые отчисления, в рамках технологической цепочки у компании не возникает дебиторской и кредиторской задолженности между предприятиями на разных стадиях производства, следовательно, нет необходимости инвестирования финансовых ресурсов в закупки дополнительных ресурсов и оборотные средства находятся «в связанном» состоянии менее продолжительное время;
- снижение задержек времени начала бизнеса, поскольку для реализации инвестиционной программы требуется значительное время. Здесь же оно минимизируется;
- снижение степени риска организации бизнеса: на купленном предприятии и на проверенном рынке подобные риски значительно ниже, чем при реализации собственной инвестиционной программы.

Различные виды интеграции фирм можно рассмотреть с позиции двух критериев:

1. Степень контроля активной фирмы над собственностью и контроля за управлением различными формами бизнеса:

а) *Полная интеграция*: на основе объединённых компаний создаётся единая организационная структура, которая соответствует характеристикам активной фирмы. Антиподом полной интеграции является процесс дезинтеграции компании, одна из форм которого связана с применением аутсорсинга (использование внешних поставщиков), когда при наличии полного контроля над собственностью становится все труднее осуществлять эффективный контроль за управлением активами.

б) *Неполная (частичная) интеграция*: проявляется в деятельности сетевых компаний и обусловлена:

- необходимостью адаптации компаний к постоянным изменениям внешней среды;

- усложнением производственно-коммерческой деятельности компаний;
- повышением значимости фактора времени (требование высокой оперативности действий);
- расширением пространства компании (если она хочет выжить, надо очень быстро расширить свой рынок до национальных, а затем до мировых масштабов);
- низкой эффективностью общепринятых форм кооперации при решении сложных проблем хозяйственной деятельности и стремлением к автономным формам труда;
- наличием межорганизационных систем информации и коммуникации.

Сетевая организация бизнеса представлена двумя организационными моделями:

- сеть, формирующаяся вокруг крупной активной компании, которая представляет собой ядро сети, собирает вокруг себя фирмы меньшего размера, поручая им выполнение отдельных видов деятельности;
- сеть компаний, близких по масштабам, объединяющихся с целью оказания услуг друг другу в хозяйственном плане при поддержке или ее отсутствии со стороны местных органов власти.

В международной практике имеются примеры целенаправленного формирования таких цепочек, которые получили название кластеров предприятий. *Кластер* представляет собой отраслевую или географическую концентрацию предприятий, которая позволяет достичь эффекта «внешней экономии» за счет взаимодействия с поставщиками (сырья, материалов, оборудования) и создания группы узкоспециализированных фирм. Становление сетевой организации в виде кластера предприятий проходит, как правило, пять стадий: агитация и мотивация потенциальных участников; разработка общей стратегии; создание пилотного проекта; создание стратегического проекта; саморегуляция.

Ключевым элементом создания сети является доверие ее участников друг к другу, что достигается путем изучения своих возможностей при посредстве специально подготовленного внешнего агента (сетевого брокера). В упрощенном виде процесс взаимного изучения мож-

но представить в двух вариантах: экспериментальный метод и пошаговый метод. Первый предполагает стихийное формирование кластера. Второй предусматривает начало взаимодействия с представителями местного бизнеса на основе пробных проектов с низким уровнем рисков. По мере повышения уровня взаимного доверия друг к другу у участников будущего кластера начинается постепенный переход к более рискованным проектам.

в) *Квазиинтеграция* – добровольное соглашение юридически независимых компаний на осуществление контроля за их поведением на рынке. Она может быть как полной, так и частичной. В первом случае контроль над независимой фирмой осуществляется посредством долговременного контракта, благодаря которому ведущая фирма реализует ключевой производственный процесс, замыкает на себе независимую компанию, которая, не обязательно являясь дочерней фирмой, имеет деловые связи только с ведущей компанией. Во втором случае независимые компании не связаны с ведущей никакими отношениями собственности и могут иметь деловые связи с другими компаниями. Формами квазиинтеграции являются стратегические альянсы и виртуальные организации (временная форма кооперации, основанная на использовании информационных технологий, способная обеспечивать выгоду клиентам).

2. Степень однородности производимой продукции интегрируемых предприятий:

а) *Горизонтальная интеграция*: она характеризуется тем, что под единый контроль активной фирмы подпадает одно или несколько предприятий, выпускающих однородную продукцию или имеющих однотипные стадии технологической цепочки.

б) *Вертикальная интеграция*: она представляет собой процесс объединения предприятий, осуществляющих последовательные стадии единого производственного цикла какого-либо продукта, начиная с добычи ресурсов (сырья и материалов), их переработки (изготовления готовых товаров) и кончая реализацией продукта потребителю.

в) *Универсальная (многоотраслевая, конгломератная, или диверсифицированная) интеграция*: сочетает принципы первых двух видов; объединение участников чаще всего идет вокруг торговой компании или банка (финансовые кэйрецу).

### § 6.3. Слияния и поглощения на отраслевых рынках

Слияния фирм могут осуществляться в виде следующих групп сделок:

1. *Согласованное слияние* – когда фирма А приобретает фирму В на условиях, рекомендованных руководством фирмы В держателям ее акций.

2. *Оспариваемые слияния* – когда фирма А делает предложение непосредственно держателям акций фирмы В, минуя руководство этой фирмы.

3. *Отторжение* – когда фирмы А и В пытаются создать оптимальный портфель видов бизнеса, и с этой целью А продает ненужный филиал фирме В.

4. *Выкуп управляющими* – эта процедура сходна с отторжением, за исключением того, что филиал продаётся его управляющим, а не другой фирме.

Кроме того, слияния различаются с точки зрения рынков, к которым принадлежат компании: они бывают горизонтальными (когда обе фирмы действуют на одном и том же продуктовом рынке), вертикальными (когда фирма приобретает или фирму-поставщика, или фирму-покупателя), конгломератными (когда между двумя сливающимися фирмами нет ни горизонтальной, ни вертикальной связи).

Поглощение служит одним из способов передачи активов новым менеджерам для их более эффективного использования и бывает следующих видов:

1. *Аллокативные поглощения* – поглощения, которые прибыльны благодаря приносимым улучшениям в работе фирмы после слияния и для которых мотивом служит дальнейшее повышение рыночной оценки активов.

2. *Управленческие поглощения* – поглощения, инициированные менеджерами компании. Они связаны с теорией агентских издержек и «теорией гордыни». Согласно первой теории менеджеры компаний, генерирующих значительные свободные денежные потоки, не имеют привлекательных инвестиционных проектов, реализация которых могла бы увеличить стоимость компании. Они не стремятся выплачивать по-



вышенные дивиденды акционерам, а предлагают финансировать, например, неэффективные слияния и поглощения. В данном случае интересы менеджеров (увеличение размера компании, карьерный рост, личное обогащение) находятся в конфликте с интересами акционеров. В соответствии с «теорией гордыни» менеджмент компании-покупателя считает, что он способен лучше реализовать потенциал за счет синергии, которой якобы не видят другие участники рынка. В результате компания-покупатель платит за слияние цену, превышающую рыночную стоимость компании.

3. *Стяжательские поглощения* – приобретение на фондовом рынке контрольного пакета акций недооценённой компании до того момента, пока их курс не обретет реальную цену. В этой сделке скупщик не собирается что-либо менять внутри компании.

### ***Вопросы для обсуждения и контроля знаний***

1. Какие виды объединений хозяйствующих субъектов имеются на отраслевых рынках нашего региона? Приведите примеры.
2. Если бы процесс интеграции затронул известную Вам фирму, то в каком виде он проходил бы и что послужило его основными мотивами?
3. Перечислите мотивы квазиинтеграции.
4. Сопоставьте преимущества и недостатки трёх основных видов интеграции по степени однородности производимой продукции.
5. Какие виды слияний и поглощений с логической точки зрения в парном их соотношении могут выступать как возможные и невозможные?

## **7. ЭКОНОМИКА РАЗМЕЩЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫХ СИЛ**

*Принципы и факторы размещения производительных сил.*

*Модель размещения отраслей и предприятий*

### **§ 7.1. Принципы и факторы размещения производительных сил**

Управление процессом развития производительных сил представляет собой координацию функций центральных (федеральных), ре-

гиональных органов и органов местного самоуправления на основе экономических стимулов с целью сбалансированного развития всех групп народно-хозяйственного комплекса. Оно осуществляется как в отношении хозяйствующих субъектов, так и в отношении населения.

Принципы размещения представляют собой исходные положения, которыми руководствуются специалисты при разработке программных установок экономической политики развития и размещения производительных сил. К ним относятся:

- обеспечение хозяйственного и культурного подъема регионов для роста жизненного уровня населения;
- развитие разделения труда, концентрации производства и минимума издержек производства;
- комплексное развитие хозяйства региона на основе специализации, концентрации и диверсификации;
- приближение производства к источникам сырья и местам потребления продукции;
- развитие кооперированных связей между регионами на основе разработки программ производства, ввоза и вывоза продукции, услуг;
- укрепление и развитие международных связей по развитию производства, в том числе получение экономических выгод на территории зарубежных стран;
- комплексное оздоровление экологической обстановки;
- обеспечение безопасных условий труда и отдыха населения;
- обеспечение научных основ градостроительства и расселения населения.

К основным факторам размещения производства на территории страны относятся:

*Природные факторы* характеризуют условия поведения людей в области размещения производства в зависимости от наличия, многообразия и качества полезных ископаемых, гидроэнергетических (водных), лесных ресурсов, а также в зависимости от особенностей рельефа местности, видов почв, климатических условий, сейсмичности, подверженности другим природным экстремальным катаклизмам.

*Демографические факторы* характеризуют возможность размещения и хозяйствования в зависимости от плотности населения на тер-

ритории региона, условий воспроизводства, общего образования и профессионального обучения, роста квалификации.

*Исторические факторы* определяют размещение традиционных отраслей.

*Организационные факторы* формируют условия, создающие возможность использования преимуществ специализации, концентрации труда, кооперирования и объединения в производственные и инфраструктурные корпорации, территориальные таксоны (ячейки).

*Транспортные факторы* определяют размещение производительных сил с позиций возможности доставки и поставки грузов различными путями.

*Научно-технические факторы* объединяют вопросы размещения высококвалифицированных кадров, которым необходимо предоставить научно-производственную инфраструктуру, достаточно комфортные условия труда и быта, материальное обеспечение.

*Экономические факторы* характеризуют выгодность для населения региона размещенных производительных сил на основе показателей рентабельности, самоокупаемости вложений, дохода на душу населения, бюджетной и коммерческой эффективности, а также позволяют определить методы управления хозяйствами с целью выгодности решения задач для региона и его населения.

*Социальные факторы* предполагают рост качества жизни населения региона при решении задач по размещению объектов производства и его инфраструктуры.

## **§ 7.2. Модель размещения отраслей и предприятий**

Наличие в стране большого количества районов с разнообразными природными и экономическими условиями делает задачу размещения производительных сил многовариантной. Выбор оптимального варианта размещения наиболее успешно может быть решен методами математического программирования, которые основаны на нахождении минимума и максимума (экстремума) целевой функции при соответствующих ограничениях. Ограничениями будут размер потребности в продукции, объем производства, ресурсы сырья, материалов и топлива, размер капитальных вложений.

Экономико-математическую модель оптимального размещения для однопродуктовой отрасли можно рассмотреть на примере решения следующей задачи.

Введем обозначения:

$j$  – число районов потребления;

$i$  – число районов или пунктов размещения;

$B_j$  – потребность продукта в  $i$ -м районе размещения;

$a_i$  – объем производства продукта в  $i$ -м районе размещения;

$C_i$  – себестоимость единицы продукции в  $i$ -м районе производства;

$K_i$  – удельные капиталовложения в  $i$ -м районе размещения;

$t_{ij}$  – приведенные затраты на перевозку единицы продукции из  $i$ -го района производства в  $j$ -й район потребления;

$X_{ij}$  – объем поставок из  $i$ -го района производства в  $j$ -й район потребления;

$M_i$  – лимит объемов сырья и материалов  $i$ -го района производства;

$E_n$  – нормативный коэффициент окупаемости капитальных вложений.

Тогда целевая функция минимизации затрат может быть описана

$$\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m [(C_i + E_n)(K_i + t_{ij})] X_{ij} \rightarrow \min$$

где  $(C_i + E_n) K_i$  – приведённые затраты на производство единицы в  $i$ -м пункте.

Эта функция является критерием выбора варианта размещения предприятия при следующих ограничениях:

$X_{ij} > 0$  – объемы перевозок должны быть положительными величинами;

$\sum_{j=1}^n X_{ij} < \sum_{i=1}^m a_i$  – объемы поставок в  $j$ -е районы потребления не должны превышать объемов производства;

$\sum_{j=1}^n X_{ij} < \sum_{i=1}^m B_i$  – сумма поставок из  $i$ -х районов размещения должна

быть равна потребности в продукции.

Следует ввести и такие ограничения:

$\sum_{i=1}^m K_{ij} < \sum_{j=1}^n X_{ij} \leq K_i$  – ограничение на объём капиталовложений;

$\sum_{i=1}^{\lambda} M_{ij} < \sum_{j=1}^n E_{ij} \leq M_i$  – ограничение на сырьё.

## ***Вопросы для обсуждения и контроля знаний***

1. Приведите примеры, иллюстрирующие противоречие отдельных принципов размещения производительных сил.
2. Какие факторы размещения производства характерны для нашего региона, а какие – не характерны?
3. Проранжируйте факторы размещения производства на территории нашего региона в порядке убывания их значимости.
4. Какие факторы при размещении известной Вам отраслевой фирмы являются главными? Изменили бы Вы в этой связи её место дислокации?
5. Перечислите переменные параметры модели размещения отраслей и предприятий.

## **8. РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

*Понятие и направления, определяющие результативность отраслевых рынков. Оценка результативности отраслевых рынков*

### ***§ 8.1. Понятие и направления, определяющие результативность отраслевых рынков***

*Результативность функционирования отраслевых рынков – это многофакторное явление, обусловленное особенностями поведения на них продавцов и покупателей. Их поведение зависит от сложившейся структуры соответствующих отраслевых рынков. А структура, в свою очередь, зависит от базовых условий, которыми располагает данное хозяйство как со стороны спроса, так и предложения.*

Значительная группа исследователей выделяет следующие направления проявления результативности отраслевого рынка:

- ограниченные ресурсы не должны расточаться, причем это относится и к производителям, которые, с одной стороны, не должны проявлять стремление перекладывать часть расходов на третьи лица, с другой – не должны подталкивать потребителей к расточительному потреблению;

- гармония во взаимосвязи производства и потребления должна достигаться через товарный механизм рынка, т.е. когда производители ориентируются на изменения спроса, а фирмы принимают стратегические решения о производстве самостоятельно, ориентируясь на сигналы рынка;
- в долгосрочном периоде должен поддерживаться устойчивый рост доходов на душу населения;
- поведение производителей не должно утрачивать восприимчивость к использованию новых технологий, технических новшеств с целью снижения затрат на создание единицы продукции;
- результативный рынок должен обеспечивать полное использование всех ресурсов, в том числе трудовых;
- рынок должен обеспечивать справедливость в распределении доходов.

Рассмотренные направления результативности в разрезе исследуемых отраслевых рынков необходимо превратить в систему конкретных критериев, пригодных для практического применения.

### **§ 8.2. Оценка результативности отраслевых рынков**

Результативность функционирования отраслевого рынка можно представить в виде функции, зависящей от целого набора переменных. При этом каждый ряд переменных оценивается на шести уровнях:

1. Оценка на международном уровне (с точки зрения мирового хозяйства). Анализ функционирования отраслевых рынков по странам позволит: провести их ранжирование в зависимости от воздействия на мировой рынок; выявить тенденции в интенсивности потребления продукции отрасли и наличии собственных сырьевых ресурсов; сопоставить расходы по странам, связанные с инновационной сферой; зафиксировать различия в величине издержек и уровне цен. Таким образом, использование возможностей анализа отраслевых рынков позволяет осуществить *позиционирование* национального отраслевого рынка в глобальном масштабе.

2. Оценка на национальном уровне (с точки зрения межотраслевых взаимосвязей). Мониторинг того, каким образом и насколько

сильно функционирование национального отраслевого рынка влияет на развитие других отраслевых рынков позволит: установить долю выпускаемой продукции данной отрасли в ВВП и ВНП страны, степень влияния функционирования отрасли на устойчивость развития национальной экономики в целом; провести сравнения функционирования отраслей по межотраслевым показателям – уровень средней заработной платы, условия труда, эффективность капитальных вложений, расходы на инновационную деятельность, влияние отраслевого рынка на развитие регионов.

3. Оценка на отраслевом уровне (с точки зрения внутриотраслевого состояния). В этом случае анализируется состояние структуры, результативности деятельности с позиции рационального использования ресурсов и снижения издержек производства. При анализе должны быть получены ответы на следующие вопросы: каким образом осуществляются слияния и поглощения, приводит ли это к сокращению или увеличению рабочих мест по регионам, как изменяются среднеотраслевые издержки, каков вектор изменения степени состязательности фирм на этом рынке, уровень барьеров входа-выхода фирм, какова степень «локомотивного» характера отрасли в межотраслевом развитии экономики страны.

4. Оценка на уровне предприятий (с позиции деятельности отдельных фирм-агентов отраслевого рынка). При анализе должны быть получены ответы на следующие вопросы: в какой степени поведение отраслевых компаний влечет за собой снижение издержек производства, каков уровень вертикальной интеграции на этом рынке, каков минимальный эффект масштаба, насколько фирмы прибыльны, каковы их эффективность и неэффективность.

5. Оценка на уровне потребителей (с точки зрения изменения выгоды потребителя в связи с функционированием отраслевого рынка). На этом уровне очень важно фиксировать изменения величины свободного времени в обществе, рост расходов населения на досуг и творчество, изменения внутреннего спроса.

6. Оценка на уровне государства (с точки зрения бюджетного и социального эффектов).

Итоговая результативность функционирования отраслевого рынка является функцией перечисленных интегрированных переменных.

### *Вопросы для обсуждения и контроля знаний*

1. Дайте своё определение результативности функционирования отраслевых рынков.
2. На Ваш взгляд, назовите три главных направления проявления результативности отраслевого рынка. Придумайте под каждое направление свою систему критериев оценки.
3. Охарактеризуйте взаимосвязь структуры рынка, поведения фирм на рынке и результативности.
4. Какие существуют подходы к оценке результативности функционирования отраслевых рынков на соответствующих уровнях?
5. Как оценить результативность функционирования рынка чистой монополии?



## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Алексунин, В.А.* Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В.А. Алексунин [и др.] ; под ред. В. А. Алексунина. – М. : Дашков и К, 2005. – 716 с. – ISBN 5-94798-584-5.
2. *Басовский, Л.Е.* Экономика отрасли : учеб. пособие / Л.Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 145 с. – ISBN 978-5-16-003464-5.
3. *Ибрагимов, Л. А.* Инфраструктура товарного рынка : учебник / Л. А. Ибрагимов. – М. : ПРИОР, 2001. – 256 с. – ISBN 5-7990-0487-6.
4. *Казаков, С. В.* Экономика отрасли : учеб. пособие / С. В. Казаков, В.Я. Поздняков. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 309 с. – ISBN 978-5-16-003179-8.
5. *Рой, Л. В.* Анализ отраслевых рынков : учебник / Л. В. Рой, В.П. Третьяк. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 442 с. – ISBN 978-5-16-002047-1.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
1. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ.....	4
§ 1.1. Понятие рынка и отрасли.....	4
§ 1.2. Определение границ отраслевого рынка.....	5
§ 1.3. Развитие отраслевой структуры экономики и жизненный цикл отрасли.....	7
Вопросы для обсуждения и контроля знаний.....	10
2. ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ.....	11
§ 2.1. Виды и структура отраслей народного хозяйства РФ.....	11
§ 2.2. Характеристика отраслей народного хозяйства РФ.....	14
§ 2.3. Группировки отраслей и комплексов.....	18
Вопросы для обсуждения и контроля знаний.....	20
3. РЫНОЧНАЯ СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ.....	21
§ 3.1. Виды отраслевых рынков по основным признакам классификации.....	21

§ 3.2. Классификации отраслевых рынков по удовлетворяемым потребностям и дифференциации продукта.....	21
§ 3.3. Классификации отраслевых рынков по типам конкуренции.....	24
Вопросы для обсуждения и контроля знаний.....	26
4. ИНФРАСТРУКТУРА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ.....	26
§ 4.1. Понятие и функции инфраструктуры отраслевых рынков....	26
§ 4.2. Элементы инфраструктуры отраслевых рынков.....	27
Вопросы для обсуждения и контроля знаний.....	30
5. ФИРМА НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ.....	31
§ 5.1. Фирма как субъект отраслевого рынка.....	31
§ 5.2. Барьеры входа фирмы на рынок и выхода с рынка.....	32
§ 5.3. Рыночная власть фирмы и её показатели.....	35
Вопросы для обсуждения и контроля знаний.....	38
6. ОБЪЕДИНЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ НА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ.....	39
§ 6.1. Виды объединений хозяйствующих субъектов на отраслевых рынках.....	39
§ 6.2. Интеграционные процессы на отраслевых рынках.....	42
§ 6.3. Слияния и поглощения на отраслевых рынках.....	48
Вопросы для обсуждения и контроля знаний.....	49
7. ЭКОНОМИКА РАЗМЕЩЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫХ СИЛ.....	49
§ 7.1. Принципы и факторы размещения производительных сил....	49
§ 7.2. Модель размещения отраслей и предприятий.....	51
Вопросы для обсуждения и контроля знаний.....	53
8. РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ.....	53
§ 8.1. Понятие и направления, определяющие результативность отраслевых рынков.....	53
§ 8.2. Оценка результативности отраслевых рынков.....	54
Вопросы для обсуждения и контроля знаний.....	56
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	57

*Учебное издание*

СКУБА Роман Васильевич

**ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

Учебное пособие

Подписано в печать 16.02.11.

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 3,49. Тираж 100 экз.

Заказ

Издательство

Владимирского государственного университета.

600000, Владимир, ул. Горького, 87.