21. Meskon M. H. Osnovyi menedzhmenta (Per. s angl.) [Fundamentals of Management (Translated from English], Moscow, 2003. 703 p.

22. Poddubnaya L. I. Konkurentosposobnost ekonomicheskih sistem: teoriya, mehanizm regulirovaniya upravleniya: monografiya [Competitiveness of economic systems: theory, mechanism of regulation of management: monograph], Kharkiv, 2007, 368 p.

23. Shershneva Z. E., Cherpak A.E. Korporativnoe upravlenie kak osnova razvitiya ryinochnoy ekonomiki [Corporate governance as the basis for the development of a market economy], *Formirovanie ryinochnoy ekonomiki* [*Formation of market economy*], 2007, pp. 324−358.

24. Shihverdiev A. P., Seryakov A. V. Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost: sovershenstvovanie vzaimodeystviya kompaniy s zainteresovannyimi litsami v sisteme korporativnogo upravleniya (na primere Respubliki Komi) [Corporate social responsibility: improving the interaction of companies with stakeholders in the corporate governance system (on the example of the Komi Republic], Moscow, 2010, 135 p.

25. Freeman R. E. Strategic Management: A stakeholder approach, Boston, 1984, 275 p.

26. Nickols F. The Accountability Scorecard: A Framework for Reconciling & Integrating Stakeholder Needs & Requirements. Robbinsville, 2000,201 p.

27. Kaplan R. S., Norton D. P. The Balanced Scorecard − Measures That Drive Performance, *Harvard Business Review*, 1992, No. 1 (2), pp. 71−79.

28 Petrenko S. N., Bessarabov V. O. Osnovyi formirovaniya sotsialno orientirovannogo uchYota i otchYotnosti: monografiya [Fundamentals of the formation of socially-oriented accounting and reporting: a monograph], Donetsk, 2016, 273 p.

29. Petrenko S. N., Bessarabov V. O. K voprosu o konflikte interesov i ozhidaniy zainteresovannyih storon predpriyatiya v protsess vedeniya hozyaystvennoy deyatelnosti [To the issue of conflict of interests and expectations of the stakeholders of the enterprise in the process of conducting economic activity]. *Sotsialnyie yavleniya – zhurnal mezhdunarodnyih issledovaniy* [*Social phenomena - Journal of International Studies*], 2016, No. 4, pp. 80−87.

Submitted 26.09.2017; revised 22.11.2017.

About the authors:
Vladyslav O. Bessarabov, assistant of the chair of accounting,
Address: The State Organization of Higher Professional Education «Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovsky», 283050, Donetsk People's Republic, Donetsk, Shchorsa str., 31.
E-mail: bessarabov93@gmail.com
Spin-code: 8593-3950

All authors have read and approved the final manuscript.

08.00.05
УДК 338.48

ОГРАНИЧЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ VS КВАЗИКОНКУРЕНЦИЯ: ИССЛЕДОВАНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ РЫНКОВ В РОССИИ

© 2017

Евгений Витальевич Кислицын, старший преподаватель
кафедры «Статистика, эконометрика и информатика»
Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург (Россия)
Светлана Владимировна Орехова, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Экономика предприятий»
Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург (Россия)

Аннотация

Введение: работа посвящена выявлению уровня конкуренции на традиционных промышленных рынках России.

Материалы и методы: авторами проведен терминологический анализ категории «конкуренция». Установлено, что конкуренция трактуется как способ взаимодействия субъектов рынка и как критерий, определяющий

тип отраслевого рынка. Детализирован спектр и изучена эволюция подходов к измерению конкуренции: структурного, функционального, поведенческого и других. На основе уточнения понятия «рынок с ограниченной конкуренцией» авторами предложена оригинальная типология рыночных структур с учетом представлений о квазиконкурентных рынках.

Результаты: в рамках структурного подхода к измерению конкуренции с применением инструментария кластерного анализа авторами проведено эмпирическое исследование 34 отраслевых рынков реального сектора экономики Российской Федерации. Кластеризация выполнялась на основе доступных и сопоставимых статистических данных по таким показателям, как: индекс Херфиндаля-Хиршмана, доля крупнейшей фирмы на рынке, норма входа на рынок и норма проникновения на рынок. Первые два показателя призваны оценить уровень рыночной концентрации, остальные – величину барьеров входа на рынок.

Обсуждение: в результате анализа выделено 5 кластеров отраслевых рынков с различным уровнем ограниченной конкуренции. Исследование иллюстрирует, что стереотипные представления о российских традиционных промышленных рынках как олигополистических структурах не соответствует действительности.

Заключение: большая часть исследуемых рынков реального сектора Российской Федерации являются квазиконкурентными, то есть характеризуются относительно низким уровнем барьеров входа. Ограничения входа на рынок связаны с особенностями производства, значительным порогом минимально эффективного выпуска, малой емкостью рынка. Результаты исследования могут быть полезны как государственным органам при принятии решений в части промышленной и антимонопольной политики, так и предпринимателям.

Ключевые слова: барьеры входа на рынок, институциональная среда, квазиконкуренция, кластерный анализ, ограниченная конкуренция, отраслевые рынки, промышленность, рыночная концентрация, рыночная структура, структурный подход, уровень конкуренции.

Для цитирования: Кислицын Е. В., Орехова С. В. Ограниченная конкуренция vs квазиконкуренция: исследование традиционных промышленных рынков в России // Вестник НГИЭИ. 2017. № 12 (79). С. 102−116.

LIMITED COMPETITION VS QUASI-COMPETITION: RESEARCH OF TRADITIONAL INDUSTRIAL MARKETS IN RUSSIA

© 2017

Eugeny Vitalyevich Kislitsyn, assistant professor
of the chair «Statistics, Econometrics and Information Science»,
Ural State University of Economics, Yekaterinburg (Russia)
Svetlana Vladimirovna Orekhova, Ph. D. (Economy),
associate professor of the chair « Economics of enterprises»,
Ural State University of Economics, Yekaterinburg (Russia)

Abstract

Introduction: the paper aims at revealing the level of competition in the traditional industrial markets of Russia.

Material and Methods: the authors carried out the terminological analysis of the category «competition». It is determined that competition is a way of interaction between market actors and a criteria by which the type of industrial market is determined. We detail the spectrum of approaches to competition measurement: structural, functional, behavioral and others. On the basis of clarifying the concept of "limited competition market", the authors propose an original typology of market structures. It includes the notions about quasi-competitive markets.

Results: according to structural approach and cluster analysis tools, the authors conduct an empirical analysis of 34 sectoral markets of the economy real sector of the Russian Federation. Clustering was performed on the basis of available and comparable statistical data on such indicators as the Herfindahl-Hirschman index, the share of the largest firm in the market, the rate of entry to the market and the rate of penetration to the market. The first two indicators show us the level of market concentration, the rest - the size of the barriers to entry to the market.

Discussion: as a result of the analysis, 5 clusters of industry markets with different levels of limited competition were identified. The study illustrates that stereotype about Russian traditional industrial markets as oligopolistic structures are not true.

Conclusion: most of the real sector markets in the Russian Federation are quasi-competitive, that is, they have a relatively low level of entry barriers. Restrictions on market entry are related to the specifics of production, a significant

threshold for a minimally effective output, and a small market capacity. The results of the research can be useful both to state when making decisions in the field of industrial and antimonopoly policy, and to entrepreneurs.
Keywords: barriers to entry into the market, industry, limited competition, industrial markets, institutional environment, quasi-competition, cluster analysis, market concentration, market structure, structural approach, level of competition.

For citation: Kislitsyn E. V., Orekhova S. V. Limited competition vs quasi-competition: research of traditional industrial markets in Russia // Bulletin NGIEI. 2017. № 12 (79). P. 102−116.

Введение

В экономических исследованиях уровень конкуренции традиционно рассматривается как важнейший фактор экономического роста. Качество конкуренции является стратегическим приоритетом развития национальной экономики.

Тем не менее специфика функционирования традиционных промышленных рынков, обусловленная высоким порогом минимально эффективного выпуска, такова, что количество предприятий на таких рынках изначально невелико. Согласно В. А. Беспалько, ограничение уровня конкуренции в промышленности России существенно [1, с. 100].

На сегодняшний день не существует универсальной методики измерения уровня конкуренции на отраслевом рынке. Большинство работ сосредоточено на оценке рыночной концентрации, которая ошибочно приравнивается к уровню конкуренции.

Целью исследования является разработка и эмпирическая апробация комплексного подхода к оценке состояния уровня конкуренции на отраслевых рынках.

Достижение обозначенной цели возможно за счет решения следующих задач:

1) уточнения параметров ограничений уровня конкуренции на отраслевых рынках;

2) проведения сравнительного анализа подходов к измерению уровня конкуренции на отраслевых рынках;

3) разработки и эмпирической апробации классификации отраслевых рынков с ограниченной конкуренцией.

Материалы и методы

Под отраслевым рынком понимается совокупность институциональных соглашений (контрактов), в рамках которых происходит организованный обмен товарами и ресурсами между участниками, а их действия регулируются не только ценами, но и структурными связями, институциональными формами и властными иерархиями [2, с. 101]. Специфика этих контрактов, а соответственно, и рыночных обменов, определяется условиями конкуренции.

Конкуренция, несмотря на широкое использование данного термина в научных и практико-ориентированных аудиториях, – это достаточно сложный феномен, природа которого многогранна. По мнению А. Смита, «конкуренция – это своего рода поведенческая категория, означающая соперничество индивидуальных продавцов и покупателей на рынке за более выгодные продажи и покупки» [3, с. 544]. В Федеральном законе конкуренция трактуется как соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [4, ст. 4, п. 7]. Таким образом, на законодательном уровне феномен конкуренции связывается с ограничениями.

В научных исследованиях, в зависимости от целей, авторы трактуют конкуренцию как:

1) структуру рынка, где между поведением фирм и результатами производственной деятельности существует прямая (Дж. Бэйн) или обратная (Р. Борк) зависимость;

2) состояние рынка, при котором множество экономических субъектов, функционирующих на рынке, не способно оказать существенного влияния на изменение цены товара (Ф. Найт);

3) механизм рыночной системы, обеспечивающий баланс цен через взаимодействие спроса и предложения, способствующий ускорению научно-технического прогресса и процесса получения знаний [5], регулирующий пропорции общественного производства, который способствует переливу капиталов из отрасли в отрасль [6, с. 320];

4) процесс поиска конкурентных преимуществ [7, с. 117], создания и внедрения инноваций [8, с. 355], основанный на состязательности, соперничестве хозяйствующих субъектов, заинтересованных в получении желаемых, необходимых или наилучших условий для воспроизводственной деятельности [9, с. 14];

5) действия двух и более участников рынка, нацеленные на получение одного и того же ограни-

ченного ресурса [10, с. 16], а также совокупность организационно-правовых методов воздействия на этих участников [11, с. 134];

6) отношения между субъектами рынка, экономическое содержание которых заключается в соперничестве [12, с. 92];

7) применение обладающими деловым суверенитетом экономическими агентами потенциала своей реальной конкурентоспособности в процессе практической деятельности по реализации права на достижение относительного успеха другими экономическими агентами [13, с. 13];

8) первопричину институциональных условий хозяйствования на рынке [14, с. 76].

Современное, системное представление о функционировании отраслевых рынков и особенностей изучения конкуренции возможно на основе институциональной экономической теории, теории отраслевых рынков и концепции организационных полей (таблица 1).

Таблица 1. Критический анализ подходов к изучению рыночной конкуренции /
Table 1. Critical analysis of approaches to the study of market competition

Критерии сравнения	Институциональная теория	Теория отраслевых рынков	Теория организационных полей
Определение конкуренции	Процесс выбора индивидами правил игры на рынке для получения более выгодных условий купли-продажи	Борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства	Действие двух и более участников организационного поля, нацеленные на получение одного и того же ограниченного ресурса
Аспекты анализа	Структура институтов, взаимодействие между институтами	Исследование условий конкурентной борьбы	Выявление поведенческих особенностей субъектов организационного поля
Содержание конкуренции	Соблюдение контрактных обязательств	Степень свободы в принятии решений	Соперничество, направленное на завоевание преимуществ в поле
Объект	Институты, институциональная среда	Рыночный спрос и борьба за долю на рынке	Редкое благо
Функции конкуренции	Отбор эффективных институтов	Выбор технологии и объема выпуска, становление равновесия	Ориентация на производство более ценного продукта, экономическое регулирование

Источник: составлено авторами

Синтезируя имеющиеся исследования, можно констатировать, что конкуренция трактуется 1) как способ взаимодействия субъектов рынка; 2) как маркер, фиксирующий тип отраслевого рынка. Согласно второй точке зрения, рыночная конкуренция делится на совершенную и ограниченную. Соглашаясь с аксиомой, что на практике не существует рынков совершенной конкуренции, важно определить специфику и типологизировать рынки с ограниченной конкуренцией.

Согласно п. 17 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», признаками ограниченной конкуренции являются:

1. Сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на товарном рынке.

2. Рост или снижение цены товара, не связанные с соответствующими изменениями иных общих условий обращения товара на товарном рынке.

3. Отказ хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, от самостоятельных действий на товарном рынке.

4. Определение общих условий обращения товара на товарном рынке соглашением между хозяйствующими субъектами или в соответствии с обязательными для исполнения ими указаниями иного лица либо в результате согласования хозяйствующими субъектами, не входящими в одну группу лиц, своих действий на товарном рынке.

5. Иные обстоятельства, создающие возможность для хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товара на товарном рынке, а также установление органами государственной власти, органами местного самоуправления, организациями, участвующими в предоставлении государственных или муниципальных услуг, при участии в предоставлении таких ус-

луг требований к товарам или к хозяйствующим субъектам, не предусмотренных законодательством Российской Федерации [6].

Как видно, формулировки ограниченной конкуренции даже на законодательном уровне весьма туманны. Несмотря на многочисленные теоретические (например, [15, с. 319; 16, с. 41]) и эмпирические (например, [17]) исследования в части конкурентного анализа рынков, до сих пор остается открытым вопрос о степени ограничений и критериях, их определяющих.

Генезис представлений об отраслевых рынках позволяет выделить несколько подходов к установлению критериев, определяющих уровень конкуренции.

Наиболее известный, структурный подход, формирующий основу теории отраслевых рынков, развивался в несколько этапов.

Первый этап основывался на классификации рынков Штакельберга 1934 года и предполагал измерение уровня конкуренции по числу участников рынка: продавцов и покупателей. Штакельберг предложил девять типов рынков: от полиполии до монополии. Число рыночных агентов в данной классификации определяется такими неточными терминами, как один, несколько и много. Для разных рынков равное число участников может быть интерпретировано как большое, так и маленькое. Кроме того, подход Штакельберга не учитывает разные масштабы рыночных агентов и не дает практически никакой информации о протекающих на рынке конкурентных процессах.

Вторым этапом стало использование показателей концентрации рынка (измерение рыночных долей фирм). В соответствии с количеством фирм, уровнем концентрации и рыночной власти в теории отраслевых рынков принято выделять 4 типа рыночных структур: совершенную конкуренцию, монополистическую конкуренцию, олигополию и монополию. Зависимость между уровнем конкуренции и концентрации рынка обратная. Тем не менее показатели концентрации отражают не столько уровень конкуренции, сколько предпосылки к возможности ее ограничения.

Рыночная концентрация как критерий успешности фирмы также, по мнению ряда авторов, представляется весьма и весьма спорной. По мнению Р. Минитера, «одержимость завоеванием доли рынка, основанная на устаревших теориях, снижает прибыль корпораций и втягивает их в сомнительные проекты, которые обходятся очень дорого. Она увеличивает размер компаний, не делая их при этом более прибыльными» [18, с. 19]. Кроме того, само понятие рыночной доли в экономической практике сложно определить, что связано с наличием на рынке не только продавцов и покупателей, но и множества посредников.

Третьим этапом в развитии теории структурного подхода стал выход в свет работ Э. Чемберлена, Дж. Робинсона, А. Кульмана, К. Менара, где уровень конкуренции оценивается критериям количества фирм, их размерам и рыночным долям и показателями, характеризующими барьеры входа в отрасль и их преодолимость. В теории отраслевых рынков нет четкого и однозначного обоснования связи между конкуренцией и концентрацией, а оценка уровня барьеров имеет большое значение для выявления эффектов потенциальной конкуренции.

Основоположник изучения барьеров Дж. Бейн утверждает, что входные барьеры – это все, что позволяет находящимся в выгодной ситуации фирмам зарабатывать сверхприбыли без угрозы входа. Важным моментом является то, что наличие барьеров позволяет фирмам отрасли получать положительную экономическую прибыль без угрозы входа. Дж. Стиглиц считает, что к барьерам относятся все факторы, создающие асимметрию фирм-старожилов и фирм-новичков, если она имеет экономическое выражение в виде дополнительной прибыли фирм-старожилов. Экономист Ф. фон Вайцзеккер под входным барьером понимает затраты производства, которые должна нести фирма, пытающаяся войти в отрасль, но которые не несут фирмы, уже функционирующие на рынке. Наличие и высота барьеров входа-выхода оказывают воздействие на динамику рынка.

Основным показателем, позволяющим измерить уровень сложности входа на рынок является индекс барьера, рассчитывающийся как реализация на одного занятого. В качестве статистических показателей, позволяющих оценить уровень сложности входа на рынок, применяют норму входа, норму проникновения, отношение размера новых фирм, процент выживаемости и др.

Второй подход основан на использовании прямых показателей рыночной власти, таких как индексы Бейна, Лернера и Тобина. Здесь делается предположение о том, что уровень конкуренции отражается в способности фирмы извлекать прибыль в том случае, если она обладает рыночной властью. Главным недостатком такого подхода является отсутствие универсальной методики измерения показателей власти.

Поведенческий подход анализирует ценовые, маркетинговые, инновационные стратегии компа-

ний, информационную асимметрию и другие аспекты функционирования фирм. В качестве основного критерия результативности деятельности фирм используется цена, установившаяся на рынке, и динамика ее изменения. Для оценки ценообразования фирмы и описания ее поведения используется показатель состязательности, который рассчитывается по модели Дж. Панзара и Дж. Росса. Тем не менее основным недостатком данного подхода является невозможность агрегирования и формирования универсальных показателей для отраслевых рынков и отсутствие универсального алгоритма поведения экономического агента.

Функциональный подход, описанный в трудах А. Смита, Й. Шумпетера, К. Маркса, Ф. Хайека и др. [5, с. 53], в качестве критериев уровня конкуренции рассматривает итоговые показатели деятельности производителей и потребителей в терминах цен и объемов продаж, финансовых индикаторов и степени внедрения инноваций.

Кроме перечисленных подходов существуют другие, получившие меньшее распространение. К таким подходам относятся способ оценивания уровня конкуренции посредством анализа затрат предприятия на маркетинг [19, с. 273], использование матричной модели рынка, в основу которой заложена динамика индивидуального покупательского поведения [20, с. 111], или применение инструментария кластерного анализа для измерения относительной конкурентоспособности на основе факторов по М. Портеру [21; с. 37].

Несмотря на широкий перечень инструментов анализа и классификаций в теории отраслевых рынков, еще в 1940 году Дж. Кларк в своей работе выделил на практике рынки, которые, вне зависимости от числа участников, приводят к работающей эффективной конкуренции. С появлением работ Г. Демсеца, У. Баумоля, Дж. Панзара и Р. Виллинга из идеи работающей конкуренции сформировалась теория квазиконкурентного рынка. Суть теории сводится к тому, что отрасль с небольшим числом фирм также может быть конкурентной, если существует возможность входа в отрасль новых фирм. В работе У. Баумоля квазиконкурентный рынок характеризуется как рынок, вход на который абсолютно свободный, а выход абсолютно бесплатный [22, с. 116].

Наличие необратимых затрат, обусловленных входом нового потенциального конкурента на рынок, создает барьеры на его пути и препятствует «рассасыванию» экономической прибыли в долгосрочном периоде. Поэтому рынок с высокими необратимыми затратами входа характеризуется более высокой степенью монопольной власти. Таким образом, на одном полюсе оказывается квазимонопольное поведение фирм, в то время как на другом господствуют квазиконкурентные рынки [23, с. 35]. Квазиконкурентные рынки характеризуются относительно высокой концентрацией, но вместе с тем незначительным отклонением цен от уровня конкурентных за счет угрозы входа на рынок потенциальных конкурентов [17, с. 183].

Структура квазиконкурентного рынка такова: отсутствие ярко выраженного доминирования, большой размер фирм-продавцов (насколько это позволяет эффект масштаба), дифференциация товара умеренная и чувствительная к ценам, отсутствие препятствий для мобильности продавцов, приемлемая доступность рыночной информации, отсутствие законодательных ограничений [24, с. 146].

Типология рыночных структур, с учетом классификации рынков, представленной в работе [25, с. 32], и представлениях о квазиконкурентных рынках, предложена в таблице 2.

Таким образом, представления о рынке с ограниченной конкуренцией как монолитном понятии являются довольно узкими. Ограничения конкуренции могут носить как объективный (зависеть от специфики бизнеса), так и субъективный (определяться рыночной властью участников или административными барьерами) характер. Определение всех критериев рынка (таблица 2) позволит более четко установить тип рыночной структуры, а соответственно, предложить рекомендации по управлению отраслевыми рынками.

Результаты

Исследование квазиконкуренции в российских работах осуществляется точечно и связано в основном с функционированием рынка авиаперевозок (см, работы [26; 43, с. 36]). Попытка оценить реальный уровень ограничений конкуренции в целом комплексе отраслей в российской исследовательской практике предпринимается впервые.

Анализ уровня конкуренции на традиционных промышленных рынках неизбежно наталкивается на трудности, связанные с использованием конкретных статистических методов. К примеру, широко распространенные статистические показатели – моды, средние, дисперсии и др. – не всегда поддаются содержательной интерпретации. Построение моделей линейной регрессии может повлечь за собой проблемы, связанные со статистической незначимостью параметров.

Таблица 2. Типология рыночных структур /
Table 2. The typology of market structures

Тип рыночной структуры	Количество продавцов	Концентрация рынка	Величина барьеров входа на рынок	Степень однородности продукта	Воздействие субъектов рынка на цену	Особенности
Рынок совершенной конкуренции	Очень много	Очень низкая	Практически отсутствуют	Однородный продукт	Отсутствует	Отсутствие информационной асимметрии
Квазиконкурентный рынок (рынок работающей конкуренции)	Немного	Высокая	Низкие	Дифференцированный продукт	Рыночная цена на уровне предельных издержек	Высокая степень мобильности ресурсов
Конкурентный рынок с отраслевыми барьерами	Много	Низкая	Значительные	Однородный продукт	Рыночная цена выше предельных издержек	Ограниченное количество ресурсов
Рынок монополистической конкуренции	Много	Средняя	Низкие	Дифференцированный продукт	Рыночная цена выше предельных издержек	Рекламоемкий рынок
Олигополистический рынок	Немного	Высокая	Значительные	Однородный или дифференцированный	Учитывается реакция конкурентов	Продавцы (покупатели) – крупные экономические агенты
Рынок с доминирующей фирмой	Много	Высокая	Значительные	Однородный или дифференцированный	Устанавливается под влиянием доминирующей фирмы	Наличие доминирующей фирмы и большого числа фирм-аутсайдеров
Монополия	Один	Крайне высокая	Высокие	Уникальный продукт	Максимально возможная цена	Рыночная цена задается в зависимости от эластичности спроса

Методы классификации объектов включают в себя сложные алгоритмы, нейронные сети и т.д. Наиболее эффективными из них являются многомерные иерархические статистические методы, такие как факторный или кластерный анализ, которые отличаются высоким качеством получаемых результатов и интерпретируемостью [27, с. 24]. Задачей кластерного анализа является разбиение заданной выборки объектов на подмножества (кластеры) так, чтобы каждый кластер состоял из схожих объектов, а объекты разных кластеров существенно отличались [28, с. 145]. Показатели должны нести одинаковую смысловую нагрузку и иметь одинаковую структуру вычисления.

Кластеризация выполнялась на основе доступных и сопоставимых статистических данных по тем показателям, которые характеризуют уровень конкуренции на рынке (таблица 3). Подробный анализ всех имеющихся показателей проведен в работе [29, с. 82]. Показатели 1 и 2 характеризуют уровень концентрации на рынке. Показатели 3 и 4 характеризуют уровень сложности входа на рынок.

Таблица 3. Обоснование выбора показателей для кластерного анализа /
Table 3. The rationale for the selection of indicators for the cluster analysis

Показатель	Сущность	Обоснование выбора показателя
Индекс Херфиндаля-Хиршмана	Показывает сумму квадратов рыночных долей всех предприятий, действующих на рынке	Отражает уровень концентрации рынка и уровень рыночной власти участников рынка
Доля крупнейшей фирмы на рынке	Характеризует сумму рыночной доли крупнейшего продавца на рынке	Отражает долю крупнейшей фирмы и властную асимметрию рынка
Норма входа на рынок	Показывает долю новых фирм на рынке	Измеряет сложность входа на рынок с точки зрения физического присутствия фирмы на рынке
Норма проникновения на рынок	Отражает долю новых фирм в общем выпуске на рынке	Измеряет сложность входа на рынок с точки зрения завоевания доли рынка

Таблица 4. Анализ показателей конкуренции отраслевых рынков РФ по данным на 2016 г. /
Table 4. The analysis of the level of competition sectoral markets of the Russian Federation according to 2016

ОКВЭД	Отраслевой рынок	HHI	CR1	Норма входа	Норма проникновения
1	2	3	4	5	6
	Первый кластер				
	Первая группа рынков – квазиконкурентные рынки				
06.10	Добыча сырой нефти и нефтяного (попутного) газа	1548,11378	0,366	0,0580	0,0012
20.12	Производство красителей и пигментов	1575,916	0,252	0,0276	0,0064
23.52	Производство извести и гипса	1123,108	0,296	0,0327	0,0051
22.11	Производство резиновых шин, покрышек и камер	921,905	0,162	0,0613	0,0017
24.20	Производство стальных труб, полых профилей и фитингов	1010,491	0,192	0,0628	0,0038
08.92	Добыча и агломерация торфа	815,438	0,158	0,0093	0,0091
24.10	Производство чугуна, стали и ферросплавов	969,879	0,170	0,0400	0,0018
24.42	Производство алюминия	848,829	0,174	0,0299	0,0011
	Вторая группа рынков – рынки олигополии				
06.20	Добыча природного газа и газового конденсата	1169,375	0,200	0,0200	0,0000
07.10	Добыча и обогащение железных руд	1375,327	0,228	0,0044	0,0001
23.31	Производство керамических плит и плиток	899,044	0,234	0,0063	0,0009
26.30	Производство коммуникационного оборудования	1512,233	0,320	0,0009	0,0000
	Третья группа рынков – конкурентные рынки с отраслевыми барьерами				
19.20	Производство нефтепродуктов	588,727	0,133	0,0116	0,0022
20.11	Производство промышленных газов	611,926	0,153	0,0215	0,0038
26.11	Производство элементов электронной аппаратуры	483,594	0,147	0,0000	0,0000
26.51	Производство инструментов и приборов для измерения, тестирования и навигации	329,087	0,103	0,0006	0,0000

Продолжение таблицы 4 / Continuation of table 4

1	2	3	4	5	6
	Четвертая группа рынков – рынки монополистической конкуренции				
23.51	Производство цемента	313,351	0,066	0,0456	0,0057
28.12	Производство гидравлического и пневматического силового оборудования	318,111	0,088	0,0327	0,0059
27.11	Производство электродвигателей, электрогенераторов и трансформаторов	293,835	0,111	0,0404	0,0102
	Второй кластер – рынки олигополии				
07.12	Добыча и первичное обогащение ториевых руд	5018,400	0,530	0,0000	0,0000
07.21	Добыча урановой и ториевой руд	5018,606	0,531	0,0000	0,0000
19.10	Производство кокса	2696,230	0,370	0,0900	0,0000
24.43	Производство свинца, цинка и олова	2797,978	0,495	0,0530	0,0016
24.44	Производство меди	2900,441	0,514	0,0549	0,0004
	Третий кластер – рынки с доминирующей фирмой				
08.91	Добыча минерального сырья для химической промышленности и производства минеральных удобрений	6407,299	0,788	0,0690	0,0000
20.17	Производство синтетического каучука в первичных формах	5801,400	0,750	0,1000	0,0010
26.12	Производство электронных печатных плат	7120,681	0,839	0,0000	0,0000
	Четвертый кластер				
	Первая группа рынков – квазиконкурентные рынки				
20.16	Производство пластмасс и синтетических смол в первичных формах	913,965	0,223	0,1736	0,0085
20.60	Производство химических волокон	1286,320	0,206	0,1317	0,0014
23.14	Производство стекловолокна	1180,687	0,210	0,1500	0,0040
27.31	Производство волоконно-оптических кабелей	1591,000	0,262	0,1000	0,0044
20.52	Производство клеев	896,801	0,161	0,1120	0,0215
23.20	Производство огнеупорных изделий	927,103	0,228	0,0546	0,0172
	Вторая группа рынков – рынки монополистической конкуренции				
22.19	Производство прочих резиновых изделий	190,334	0,069	0,1020	0,0112
27.32	Производство прочих проводов и кабелей для электронного и электрического оборудования	311,715	0,116	0,1410	0,0115
28.15	Производство подшипников, зубчатых передач, элементов механических передач и приводов	620,681	0,168	0,1257	0,0118
26.20	Производство компьютеров и периферийного оборудования	308,000	0,001	0,1030	0,0232
28.41	Производство металлообрабатывающего оборудования	251,628	0,082	0,0789	0,0286
23.32	Производство кирпича, черепицы и прочих строительных изделий из обожженной глины	687,250	0,197	0,0253	0,0160

Окончание таблицы 4 / End of table 4

1	2	3	4	5	6
	Пятый кластер – рынки монополистической конкуренции				
22.21	Производство пластмассовых плит, полос, труб и профилей	231,693	0,092	0,1690	0,0367
27.12	Производство электрической распределительной и регулирующей аппаратуры	231,493	0,040	0,1750	0,0303
28.22	Производство подъемно-транспортного оборудования	896,000	0,210	0,2000	0,0217

Источник: составлено авторами.

В качестве объектов кластеризации в проведенном исследовании выступает группа из 42 отраслевых рынков РФ (таблица 4). Выбор отраслей осуществлялся случайным образом, по принципу охвата различных видов деятельности с разной спецификой производства и ассортимента. Информационную базу исследования составили данные базы «СПАРК-Интерфакс». По размеру кластеры получились неравномерными (см. рис. 1). Так, в первый кластер вошло 19 отраслевых рынков (45,24 %), в четвертый – 12 отраслевых рынков (28,57 %), во втором кластере оказалось 5 рынков (11,9 %), а в третьем и пятом всего по 3 рынка (по 7,14 %).

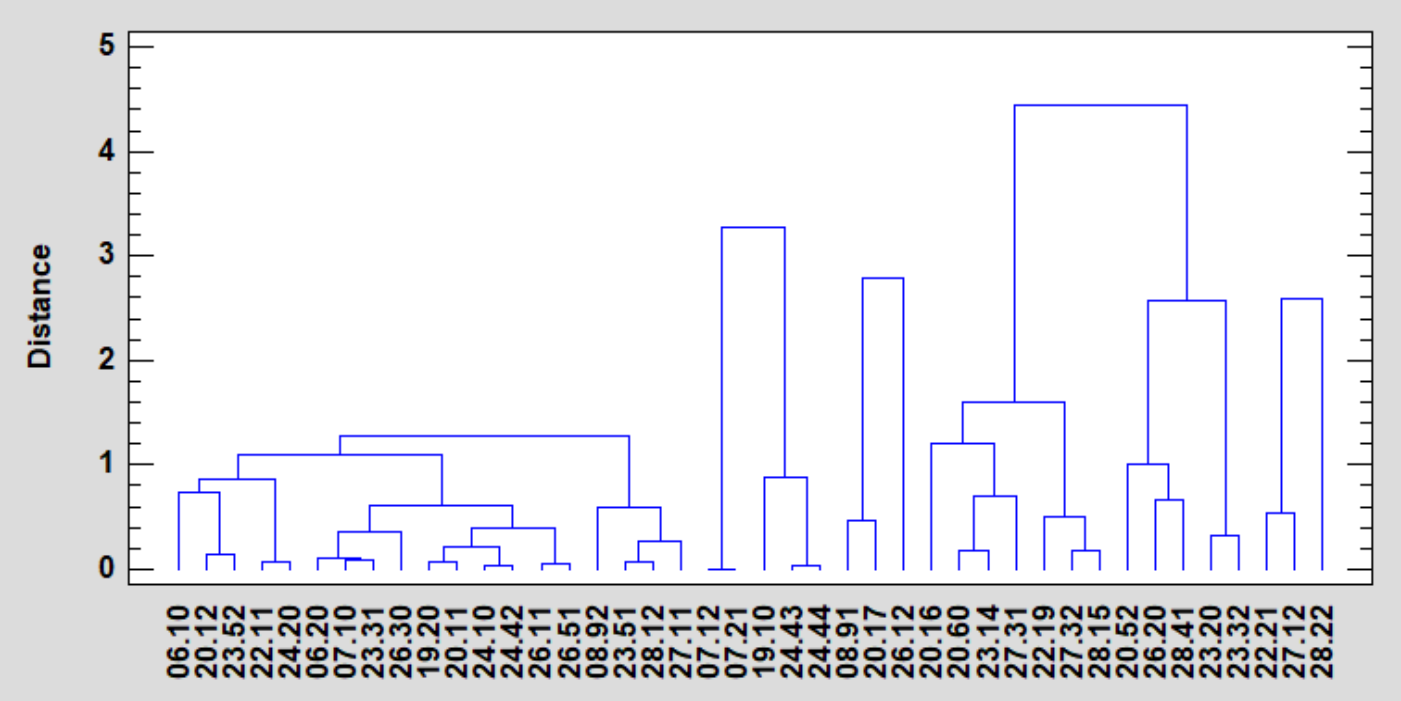


Рис. 1. Дендрограмма отраслевых рынков /
Fig 1. Dendrogram industrial markets
Построена авторами с применением ППП Statgraphics Centurion. V. 18.1.

Обсуждение

В *первом кластере*, являющимся самым многочисленным, можно выделить четыре группы отраслевых рынков, схожих по своей структуре:

1) высококонцентрированные рынки добычи сырой нефти и нефтяного газа, добычи и агломерации торфа, производства красителей и пигментов, извести и гипса, резиновых шин, покрышек и камер, стальных труб, полых профилей и фитингов, чугуна, стали и ферросплавов, алюминия, отличающиеся достаточно низкими барьерами входа на рынок. Эти рынки являются квазиконкурентными;

2) рынки добычи природного газа и газового конденсата, добычи и обогащения железных руд, производства керамических плит и плиток и коммуникационного оборудования. Как и рынки первой группы, данные рынки являются высококонцентрированными, но при этом имеют очень высокие барьеры входа, откуда делается вывод, что они являются рынками олигополии;

3) отличающиеся также высокими барьерами рынки производства нефтепродуктов, промышленных газов, элементов электронной аппаратуры, инструментов и приборов для измерения, тестирования и навигации, но рыночная концентрация которых низкая. Такие рынки будем называть конкурентными с отраслевыми барьерами;

4) рынки цемента, гидравлического и пневматического силового оборудования, электродвигателей, электрогенераторов и трансформаторов, не имеющие высоких барьеров входа и высокой рыночной концентрации – рынки монополистической конкуренции.

Таким образом, первый кластер содержит в себе рынки практически всех типов.

Во *второй кластер* вошло пять отраслевых рынков, в числе которых добыча и первичное обогащение ториевых и урановой руд, производство кокса, свинца, цинка и олова, и меди. Рынки второго кластера характеризуются высокой степенью концентрации, о чем свидетельствует индекс Херфиндаля-Хиршмана больший 2500, и высокими отраслевыми барьерами. Рынки второго кластера являются рынками олигополии.

Третий кластер включил в себя только три отраслевых рынка, в числе которых добыча минерального сырья для химической промышленности, производство синтетического каучука в первичных формах и производство электронных печатных плат. Рынки данного кластера характеризуются не только высоким уровнем концентрации (HHI=6000) и отраслевыми барьерами, но и крайне высокой долей крупнейшей на рынке фирмы (80 %). Таким образом, рынки третьего кластера являются рынками с доминирующей фирмой.

Четвертый кластер включил в себя 12 отраслевых рынков, которые, как видно из дендрограммы (см. рис. 1), можно разбить на две группы:

1) рынки с высокой концентрацией и долей крупнейшей фирмы от 15 до 25 %, в числе которых оказались рынки пластмасс и синтетических смол, химических волокон, стекловолокна, волоконно-оптических кабелей, клеев и огнеупорных изделий. Вышеназванные рынки характеризуются относительной легкостью входа, поэтому являются квазиконкурентными;

2) рынки с низкой концентрацией и аналогичными барьерами входа, в числе которых рынки резиновых изделий, проводов и кабелей для электронного и электрического оборудования, подшипников, зубчатых передач, элементов механических передач и приводов, металлообрабатывающего оборудования, а также кирпича, черепицы и прочих строительных изделий из обожженной глины. Данная группа рынков имеет все свойства монополистической конкуренции.

Рынки *пятого кластера* по своей структуре похожи на рынки второй группы четвертого кластера, но не вошли туда, так как имеют еще более низкую концентрацию и обладают свойством легкого входа на рынок. К таким рынкам отнесены производство пластмассовых плит, полос, труб и профилей, электрической распределительной и регулирующей аппаратуры, а также подъемно-транспортного оборудования.

Заключение

Пилотное исследование ограничений конкуренции на традиционных промышленных рынках России иллюстрирует существенную дифференциацию рыночных структур. Часть рынков имеют олигополистическую структуру либо являются рынками с доминирующей фирмой, но их доля в общем количестве рынков достаточно мала (рынки, вошедшие во второй, третий кластер и вторую группу первого). Также, в российской промышленности есть конкурентные рынки с отраслевыми барьерами (третья группа первого кластера). Но в основном отраслевые промышленные рынки имеют структуру работающей конкуренции (квазиконкуренции). Данный факт противоречит стереотипным представлениям о том, что российские рынки несовершенной конкуренции неэффективны и требуют серьезного вмешательства государства.

Следует отметить, что разработанное деление на кластеры в определенной степени является условным, т. к. доступная статистическая информация не является полной. Тем не менее в рамках предложенного подхода возможна экспресс-проверка уровня конкуренции более широкого перечня отраслевых рынков. Дополнение показателей, на основе которых выполняется кластеризация (например, учет количества фирм, расчет индекса барьера и др.), позволят выделить дополнительные факторы, определяющие специфику конкуренции на отраслевых рынках.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект «Теоретико-эмпирическая модель институционального взаимодействия на отраслевых рынках в России», № 17-32-01063

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Воронов А. А., Беспалько В. А., Ладыга А. И.* Управление деятельностью промышленных предприятий на рынках с ограниченной конкуренцией: содержание, специфика и особенности // Вестник Краснодарского университета МВД. 2014. № 1 (23). С. 100–105.
2. *Кислицын Е. В.* Механизм взаимодействия субъектов рынка с ограниченной конкуренцией // Известия Уральского государственного экономического университета. 2017. № 4 (72). С. 98–115.
3. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1962.
4. О защите конкуренции: федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ в ред. от 29.07.2017 [Электронный ресурс]. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/ (дата обращения: 22.11.2017)
5. *Хайек Ф. А.* Дорога к рабству. М. : Новое издательство, 2005.
6. *Гуляев Г. Ю.* Эволюция теории конкуренции // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. 2012. № 28. С. 317–321.
7. *Шаститко А.* Конкуренция и антимонопольная политики в неоавстрийской теории // Экономическая политика. 2008. № 2. С. 107–126.
8. *Нельсон Р., Уинтер С.* Эволюционная теория экономических изменений. М. : Дело, 2002.
9. *Шкардун В. Д.* Маркетинговый аудит в системе управления промышленным производством: Автореф. дис. … канд. экон. наук: 08.00.05 / Шкардун Владимир Дмитриевич; М., 2000. 27 с.
10. *Радаев В. В.* Рынок как цепь обменов между организационными полями // Экономическая социология. 2010. № 3. С. 13–36.
11. *Николаева Е. Е., Азарова Т. В.* К вопросу о конкуренции как институте // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2016. № 3. С. 132–140.
12. *Асланов И. В.* Конкуренция и методы ее измерения // Экономика и управление. 2007. № 5. С. 92–95.
13. *Рубин Ю. В.* Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М. : Маркет ДС, 2006.
14. *Орехова С. В.* Эмпирическое конструирование институциональной карты российского металлургического комплекса // Вестник МГУ. Серия Экономика, 2017, №4, С. 73–99.
15. *Тироль Ж.* Рынки и рыночная власть: Теория организации промышленности / Пер. с англ. СПб. : Экономическая школа, 1996.
16. *Алейникова И. С., Евтюхов С. А., Лукьянов С. А.* Входные барьеры как важнейшая динамическая характеристика современных рынков: подходы различных школ к определению // Современная конкуренция. 2011. № 2 (26). С. 40–46.
17. *Лукьянов С. А., Тиссен Е. В.* Рынок авиационных пассажирских перевозок России: квазиконкуренция или…? // Вопросы экономики. 2007. № 11. С. 120–138.
18. *Минитер Р.* Миф о доле рынка. М. : ООО «Издательство «Добрая книга», 2003. 176 с.
19. *Ишутин Р. В.* Совершенствование системы государственного регулирования новаторства в предпринимательской деятельности: дисс. … д-ра экон. наук: 08.00.05 / Ишутин Рафаэль Владимирович; СПб, 2003. 323 с.
20. *Светуньков М. Г., Волков А. В.* Проблема измерения уровня конкуренции в целях разработки предпринимательских решений (с учетом многоуровневой модели рынка) // Вестник Оренбургского государственного университета. 2010. № 8 (114). С. 107–113.
21. *Вязовская В. В., Изакова Н. Б., Капустина Л. М.* Оценка конкурентоспособности России на мировом рынке туристских услуг // Известия Уральского государственного экономического университета. 2014. № 4 (54). С. 35–43.
22. *Баумоль У. Дж.* Состязательные рынки: мятеж в теории структуры отрасли. Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков. Т. 5. СПб. : Экономическая школа, 2003.
23. *Солкина А. А.* Природа регионального отраслевого рынка как объекта управления экономикой региона // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2012. № 12. С. 32–37.
24. *Розанова Н. М.* Экономические основы конкурентной политики // Terra Economicus. 2003. Т. 1. № 4. С. 141–149.

25. *Орехова С. В.* Методологические основы определения институциональной сложности рынка // Управленец. 2015. № 4 (56). С. 24–35.

26. *Селиверстов Д. А.* Квазиконкуренция на рынке воздушных перевозок // Современная конкуренция. 2016. № 6. С. 36–48.

27. *Шишулин С. С.* Методология сравнительного статистического анализа промышленности России на основе кластерного анализа // Статистика и Экономика. 2017. Т. 14. № 3. С. 21–30.

28. *Власова Н. Ю., Кочкина Е. М., Молокова Е. Л.* Нормативно-правовой и кластерный анализ процесса интернационализации российской системы высшего образования // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2016. Т. 10. № 2. С. 142–151.

29. *Орехова С. В., Кислицын Е. В.* Содержательный фундамент и методический инструментарий оценки властной асимметрии товарного рынка // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2017. Т. 25. № 1. С. 74–90.

Дата поступления статьи в редакцию 07.09.2017, принята к публикации 16.11.2017.

Информация об авторах:

Кислицын Евгений Витальевич, старший преподаватель кафедры «Статистика, эконометрика и информатика»
Адрес: Уральский государственный экономический университет,
620000, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62.
E-mail: kev@mail.ru
Spin-код: 1488-5459

Орехова Светлана Владимировна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Экономика предприятий»
Адрес: Уральский государственный экономический университет,
620000, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 62.
E-mail: bentarask@list.ru
Spin-код: 8132-8027

Заявленный вклад авторов:

Кислицын Евгений Витальевич: сбор и обработка материалов, подготовка первоначального варианта текста, статистическая обработка эмпирических данных

Орехова Светлана Владимировна: общее руководство проектом, формулирование основной концепции исследования, критический анализ и доработка текста

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

REFERENCES

1. Voronov A. A., Bespal'ko V. A., Ladyga A. I. Upravlenie dejatel'nost'ju promyshlennyh predprijatij na rynkah s ogranichennoj konkurenciej: soderzhanie, specifika i osobennosti [Management of industrial enterprises in markets with limited competition: the contents, specifics and features], *Vestnik Krasnodarskogo universiteta MVD* [*Bulletin of the Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs*], 2014, No. 1 (23), pp. 100–105.

2. Kislicyn E.V. Mehanizm vzaimodejstvija sub'ektov rynka s ogranichennoj konkurenciej [The mechanism of interaction of subjects of the market with limited competition], *Izvestija Ural'skogo gosudarstvennogo jekonomicheskogo universiteta* [*Izvestiya Ural State University of Economics*], 2017, No. 4 (72), pp. 98–115.

3. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinah bogatstva narodov [An inquiry into the nature and causes of the wealth of Nations], Moscow, 1962.

4. O zashhite konkurencii: federal'nyj zakon ot 26.07.2006 N 135-FZ v red. ot 29.07.2017 [On the protection of competition: Federal law of 26.07.2006 N 135-FZ in ed. from 29.07.2017].

5. Hajek F. A. Doroga k rabstvu [The road to serfdom], Moscow: Novoe izdatel'stvo, 2005.

6. Guljaev G. Ju. Jevoljucija teorii konkurencii [The evolution of the theory of competition], *Izvestija PGPU im. V. G. Belinskogo* [*News of PSPU them. VG Belinsky*], 2012, No. 28, pp. 317–321.

7. Shastitko A. Konkurencija i antimonopol'naja politiki v neoavstrijskoj teorii [Competition and antitrust policy in navstrechu theory], *Jekonomicheskaja politika* [*Economic policy*], 2008, No. 2, pp. 107–126.

8. Nel'son R., Uinter S. Jevoljucionnaja teorija jekonomicheskih izmenenij [An evolutionary theory of economic change], Moscow: Delo, 2002.

9. Shkardun V. D. Marketingovyj audit v sisteme upravlenija promyshlennym proizvodstvom: Avtoref. dis. … kand. jekon. nauk [Marketing audit in the system of management of industrial production: Ph. D. (Economy) diss.]. Moscow, 2000.

10. Radaev V. V. Rynok kak cep' obmenov mezhdu organizacionnymi poljami [The market as a chain of exchanges between organizational fields], *Jekonomicheskaja sociologija* [*Economic sociology*], 2010, No. 3, pp. 13–36.

11. Nikolaeva E. E., Azarova T. V. K voprosu o konkurencii kak institute [The issue of competition as an institution], *Sovremennye naukoemkie tehnologii. Regional'noe prilozhenie* [*Modern high technology. Regional annex*], 2016, No. 3, pp. 132–140.

12. Aslanov I. V. Konkurencija i metody ee izmerenija [Competition and methods of its measurement], *Jekonomika i upravlenie* [*Economics and management*], 2007, No. 5, pp. 92–95.

13. Rubin Ju. V. Konkurencija: uporjadochennoe vzaimodejstvie v professional'nom biznese [Competition: an orderly interaction in a professional business], Moscow: Market DS, 2006.

14. Orekhova S. V. Ehmpiricheskoe konstruirovanie institucional'noj karty rossijskogo metallurgicheskogo kompleksa [Empirical constructing institutional maps of the Russian metallurgical complex], *Vestnik MGU. Seriya Ehkonomika* [*Vestnik MGU. Series of Economics*], 2017, No. 4, pp. 73–99.

15. Tirol' Zh. Rynki i rynochnaja vlast': Teorija organizacii promyshlennosti [Markets and market power: the Theory of industrial organization], Saint-Petersburg: Jekonomicheskaja shkola, 1996.

16. Alejnikova I. S., Evtjuhov S. A., Luk'janov S. A. Vhodnye bar'ery kak vazhnejshaja dinamicheskaja harakteristika sovremennyh rynkov: podhody razlichnyh shkol k opredeleniju [Entry barriers as the most important dynamic characteristic of modern markets: approaches of different schools to the definition], *Sovremennaja konkurencija* [*Contemporary competition*], 2011, No. 2 (26), pp. 40–46.

17. Luk'janov S. A., Tissen E. V. Rynok aviacionnyh passazhirskih perevozok Rossii: kvazikonkurencija ili…? [The market of air passenger transportations of Russia: quasiconcavity or...?], *Voprosy jekonomiki* [*Issues of economics*], 2007, No. 11, pp. 120–138.

18. Miniter R. Mif o dole rynka [The myth of market share], Moscow: OOO «Izdatel'stvo «Dobraja kniga», 2003.

19. Ishutin R. V. Sovershenstvovanie sistemy gosudarstvennogo regulirovanija novatorstva v predprinimatel'skoj dejatel'nosti: diss. … d-ra jekon. nauk: 08.00.05 [Improving the system of state regulation of innovation in business Ph. D. (Economy) diss. 08.00.05]. Saint-Petersburg, 2003.

20. Svetun'kov M. G., Volkov A. V. Problema izmerenija urovnja konkurencii v celjah razrabotki predprinimatel'skih reshenij (s uchetom mnogourovnevoj modeli rynka) [The problem of measuring of competition level in the development of business solutions (with accounting of multilevel market models)], *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [*Bulletin of the Orenburg State University*], 2010, No. 8 (114), pp. 107–113.

21. Vjazovskaja V. V., Izakova N. B., Kapustina L. M. Ocenka konkurentosposobnosti Rossii na mirovom rynke turistskih uslug [Assessment of competitiveness of Russia on the world market of tourist services], *Izvestija Ural'skogo gosudarstvennogo jekonomicheskogo universiteta* [*Izvestiya Ural State University of Economics*], 2014, No. 4 (54), pp. 35–43.

22. Baumol' U. Dzh. Sostjazatel'nye rynki: mjatezh v teorii struktury otrasli. Vehi jekonomicheskoj mysli. Teorija otraslevyh rynkov [Contestable markets: an uprising in the theory of industry structure. Milestones of economic thought. Theory of branch markets]. Vol. 5, Saint-Petersburg: Jekonomicheskaja shkola, 2003.

23. Solkina A. A. Priroda regional'nogo otraslevogo rynka kak ob'ekta upravlenija jekonomikoj regiona [The nature of the regional market as an object of management of economy of region], *Problemy jekonomiki i upravlenija neftegazovym kompleksom* [*Problems of Economics and Management of the Oil and Gas Complex*], 2012, No. 12, pp. 32–37.

24. Rozanova N. M. Jekonomicheskie osnovy konkurentnoj politiki [Economic foundations of competition policy], *Terra Economicus* [*Terra Economicus*], 2003, Vol. 1, No. 4, pp. 141–149.

25. Orehova S. V. Metodologicheskie osnovy opredelenija institucional'noj slozhnosti rynka [The methodological basis for determining the institutional complexity of the market], *Upravlenec* [*Managed*], 2015, No. 4 (56), pp. 24–35.

26. Seliverstov D. A. Kvazikonkurenciya na rynke vozdushnyh perevozok [Quasiconcavity on the market of air transportations], *Sovremennaya konkurenciya* [*Contemporary competition*], 2016, No. 6, pp. 36–48.

27. Shishulin S. S. Metodologija sravnitel'nogo statisticheskogo analiza promyshlennosti Rossii na osnove klasternogo analiza [Methodology comparative statistical analysis of Russian industry on the basis of cluster analysis], *Statistika i Jekonomika* [*Statistics and Economics*], 2017, Vol. 14, No. 3, pp. 21–30.

28. Vlasova N. Ju., Kochkina E. M., Molokova E. L. Normativno-pravovoj i klasternyj analiz processa internacionalizacii rossijskoj sistemy vysshego obrazovanija [Regulatory analysis and cluster analysis, the process of internationalization of Russian system of higher education], *Vestnik Juzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Jekonomika i menedzhment* [*Bulletin of the South Ural State University. Series: Economics and Management*], 2016, Vol. 10, No. 2, pp. 142–151.

29. Orehova S. V., Kislicyn E. V. Soderzhatel'nyj fundament i metodicheskij instrumentarij ocenki vlastnoj asimmetrii tovarnogo rynka [Meaningful foundations and methodological tools for evaluation of power asymmetries in commodity market], *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Serija: Jekonomika* [*Bulletin of the Russian University of Peoples' Friendship. Series: The Economy*], 2017, Vol. 25, No. 1, pp. 74–90.

Submitted 07.09.2017; revised 16.11.2017.

About the authors:
Eugeny V. Kislitsyn, assistant professor of the chair «Statitics, Econometrics and Information Science»
Address: Ural State University of Economics, 620000, Russia, Yekaterinburg, 8 Marta Str., 62
E-mail: kev@usue.ru
Spin-code: 1488-5459
Svetlana V. Orekhova, Ph. D. (Economy), associate professor of the chair «Economics of enterprises»
Address: Ural State University of Economics, 620000, Russia, Yekaterinburg, 8 Marta Str., 62
E-mail: bentarask@list.ru
Spin-code: 8132-8027

Contribution of the authors:
Eugeny V. Kislitsyn: collection and processing of materials, preparation of the initial version of the text, performed statistical processing of empirical data.
Svetlana V. Orekhova: managed the research project, developed the theoretical framework, critical analyzing and editing the text.

All authors have read and approved the final manuscript.

08.00.05
УДК 338.1

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РОСТ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА

© 2017

Анастасия Владимировна Морякова, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)
Владимир Дмитриевич Богатырев, доктор экономических наук, профессор
Самарский государственный аэрокосмический университет им. академика С. П. Королева (национальный исследовательский университет), Самара (Россия)

Аннотация

Введение: отсутствие или неэффективность деятельности по выявлению характера и прогнозированию развития изменчивой окружающей социально-экономической среды на длительный период зачастую приводят предприятие сферы сервиса к такой экономической ситуации, при которой поставленные стратегические задачи остаются нерешенными, а темпы организационного развития замедляются. Совокупное влияние этих причин снижает общую результативность деятельности, что актуализирует необходимость определения степени взаимосвязи, взаимозависимости и взаимовлияния стратегического управления и организационного развития предприятия сферы сервиса.