

УДК 330.34

**НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФИРМ НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ**

Шуляк П.А., студент гр. ФиКР23о1, III курс

Научный руководитель: Вишневер В.Я., к.э.н., доцент
Самарский государственный экономический университет
г. Самара

Современные отраслевые рынки представляют собой не просто совокупность независимых компаний, а сложные сети взаимосвязей и взаимозависимостей. Фирмы больше не функционируют как изолированные игроки, стремящиеся исключительно к индивидуальной максимизации прибыли. В условиях глобализации, цифровизации и высокой неопределённости внешней среды ключевую роль для выживания и развития начинает играть их способность к эффективному взаимодействию.

Взаимодействие фирм является одним из ключевых факторов устойчивого развития, поскольку именно через конкуренцию, кооперацию и партнерство формируются цепочки создания стоимости, ускоряется распространение инноваций и повышается эффективность использования ресурсов. Актуальность изучения данных процессов обусловлена тем, что хозяйственная система все в большей степени функционирует как сеть взаимосвязанных организаций, а не совокупность изолированных предприятий, что напрямую отражается на конфигурации отраслевых рынков, уровне концентрации, барьерах входа и характере конкурентной борьбы. [1]

Исследование взаимодействий фирм как системы и их классификация позволяет понять логику поведения компаний, структуру рынков, причины формирования стратегических альянсов и характер конкурентной борьбы. Цель данной статьи - проанализировать взаимодействие фирм как целостную систему и представить развернутую классификацию типов таких взаимодействий.

В теории отраслевых рынков взаимодействие фирм обычно понимается как совокупность устойчивых экономических и институциональных связей между предприятиями, проявляющихся в их взаимозависимых решениях по ценам, объемам выпуска, инвестициям, инновациям и другим параметрам поведения, которые принимаются с учётом реальных и ожидаемых действий конкурентов, поставщиков, потребителей и государства. Фирма при этом рассматривается как экономический агент отраслевого рынка, который, обладая ресурсами и определённой технологией, организует производство товаров или услуг, выступает на рынке в качестве продавца, закупает факторы производства, формирует стратегию поведения и, тем самым, влияет на структуру и состояние отраслевой конкуренции.

Экономическое содержание взаимодействия фирм заключается в том, что через систему контрактов, сделок, долгосрочных договорённостей, сетевых и кластерных связей осуществляется распределение и перераспределение ресурсов, формируются цены и условия обмена, передаются риски и информация, координируются инвестиционные и инновационные решения, что определяет эффективность функционирования отрасли и распределение рыночной власти. В отличие от простой конкуренции, которая описывает главным образом соперничество фирм за долю рынка, прибыль и ресурсы, взаимодействие охватывает более широкий спектр отношений, включая как некооперативное соперничество, так и кооперативное согласование действий, например, в рамках альянсов, картелей, вертикальной интеграции или сети субподрядных связей.

Основными участниками рыночных отношений, в рамках которых складывается взаимодействие фирм, выступают домохозяйства, фирмы и государство, причём фирмы находятся в центре системы рыночных обменов, покупая факторы производства у домохозяйств и продавая им готовую продукцию, а также взаимодействуя с государством как с регулятором, заказчиком и собственником. Форма этих отношений варьируется от разовых рыночных сделок до устойчивых долгосрочных контрактов, стратегических альянсов, вертикально интегрированных корпораций, кластеров и сетевых структур, что создаёт многообразие моделей взаимодействия фирм на отраслевых рынках и определяет специфику конкретной отрасли.

Взаимодействие фирм как система в теории отраслевых рынков трактуется как открытая экономическая система, поскольку фирмы постоянно обмениваются с внешней средой ресурсами, информацией, технологиями и сигналами спроса, адаптируясь к изменениям конъюнктуры, конкуренции и регулирования, что обеспечивает динамику отрасли и её устойчивость к шокам. Системный подход в экономике подразумевает анализ не изолированных агентов, а целостного образования с внутренними связями, обратными эффектами и эмерджентными свойствами, где поведение системы не сводится к сумме действий элементов, а определяется структурой взаимодействий и институциональными рамками. Такой подход позволяет выявить, как стратегические решения фирм по ценам, инвестициям и инновациям вызывают цепные реакции в отрасли, формируя новые равновесия или кризисы.

Эта система включает следующие ключевые элементы:

Агенты: непосредственно взаимодействующие фирмы, которые могут различаться по размеру, рыночной доле, ресурсам.

Связи и отношения: формальные (договоры, соглашения) и неформальные (доверие, репутационные связи) каналы взаимодействия.

Цели взаимодействия: общие и индивидуальные цели, которые фирмы стремятся достичь через сотрудничество или конкуренцию (доступ к ресурсам, снижение издержек, инновации, захват рынка).

Институциональная среда: правовые нормы отраслевые стандарты, действия регуляторов, которые задают «правила игры».

Взаимодействия фирм обладают свойствами сложной системы:

Целостность: Эффект от взаимодействия (синергия или конфликт) не сводится к простой сумме действий отдельных фирм. Например, ценовой сговор может привести к прибыли для всех участников, превышающей сумму их индивидуальных возможных прибылей в условиях конкуренции.

Взаимозависимость: Решение одной фирмы (например, о снижении цены или запуске нового продукта) напрямую влияет на решения и результаты других участников системы.

Иерархичность: В системе существуют отношения доминирования (лидер-последователь, франчайзер - франчайзи, интегратор-субподрядчик).

Самоорганизация: Система взаимодействий способна эволюционировать, порождая новые формы кооперации (кластеры, экосистемы) в ответ на изменения внешней среды.

Обратная связь: Результаты взаимодействия (успех альянса, провал слияния) влияют на будущие стратегии фирм по установлению связей.

Классификация взаимодействий фирм на отраслевом рынке может быть построена по нескольким взаимодополняющим основаниям.

По характеру отношений:

Кооперативные взаимодействия направлены на достижение общих целей через совместные действия (совместные НИОКР, создание консорциумов для реализации крупных проектов, обмен технологиями).

Конкурентные взаимодействия предполагают соперничество за ограниченные ресурсы (потребителей, сырье, инвестиции). Крайней формой является стратегическое поведение, направленное на ослабление соперника.

Смешанные формы (коопетиция):

Современный тренд, когда фирмы одновременно сотрудничают в одной области (например, разработка стандарта) и конкурируют в другой (продвижение конечного продукта). [2]

По направлению связей:

Горизонтальные взаимодействия происходят между фирмами, находящимися на одном этапе производственно-сбытовой цепочки и производящими схожую продукцию (например, соглашения об использовании общих логистических мощностей между производителями).

Вертикальные взаимодействия связывают фирмы на разных этапах цепочки создания стоимости (поставщик - производитель - дистрибьютор). Включают долгосрочные контракты, франчайзинг, вертикальную интеграцию.

Диагональные (конгломератные) взаимодействия возникают между фирмами из разных, несвязанных отраслей. Часто связаны с диверсификацией и созданием холдингов.

По степени формализации:

Формальные (контрактные) взаимодействия: Закреплены юридически (договоры о совместной деятельности, лицензионные соглашения, учредительные документы стратегических альянсов).

Неформальные взаимодействия: Основаны на доверии, репутации, личных связях менеджеров. Играют ключевую роль в кластерах и инновационных экосистемах (например, обмен знаниями между стартапами в технопарке).

По временному горизонту:

Долгосрочные/Стратегические: Слияния и поглощения, стратегические альянсы, создание совместных предприятий. Нацелены на кардинальное изменение рыночной позиции.

Среднесрочные: Контракты на выполнение НИОКР, соглашения о кооперации в производстве на несколько лет.

Краткосрочные / Разовые: Разовые сделки купли-продажи, субподряд на выполнение конкретного заказа.

По целям взаимодействия:

Инновационные: НИОКР-консорциумы, партнерства с научными учреждениями.

Производственные: Создание производственных платформ, аутсорсинг, субподряд.

Сбытовые и маркетинговые: Франчайзинговые сети, совместные рекламные кампании, кросс-промоушн.

Создание экосистем: Ведущие компании («Сбер», VK, «Яндекс») строят вокруг себя экосистемы, вовлекая малый и средний бизнес через партнерские программы, маркетплейсы и облачные сервисы. Это яркий пример системы взаимодействий, где ядро задает стандарты, а партнеры дополняют сервисы.

Государственно-частное партнерство (ГЧП): Взаимодействие с институтами развития (Фонд содействия инновациям, ВЭБ.РФ) для финансирования и внедрения отечественных IT-решений в госсекторе.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что взаимодействие фирм действительно представляет собой сложную, динамичную и саморазвивающуюся систему. Эта система характеризуется целостностью, взаимозависимостью участников и способностью к адаптации.

Основные элементы системы взаимодействия фирм включают фирмы как активных агентов с целями максимизации прибыли и стратегиями поведения, рынок как механизм координации через цены и контракты, а также институциональную среду, задающую правила конкуренции, защиты прав собственности и формы кооперации. Связи между фирмами носят горизонтальный характер (между конкурентами и партнерами одного уровня), вертикальный (вдоль цепочек поставок) и сетевой (в кластерах и альянсах), при этом обратные эффекты проявляются в ответных стратегиях на изменения цен, объемов или технологий, усиливая или гасящая первоначальные импульсы. Динамический характер взаимодействий обусловлен постоянной эволюцией сети связей под влиянием инноваций, входа новых фирм, институциональных сдвигов и глобальных трендов, что приводит к трансформации отраслевой структуры от фрагментированной к концентрированной или сетевой. [3]

Стратегическое взаимодействие характерно для олигополистических структур с малым числом крупных фирм, где решения по ценам, объёмам, инвестициям и инновациям принимаются с учётом взаимозависимости и долгосрочных последствий.

Взаимодействия фирм существенно влияют на структуру отраслевых рынков, определяя уровень цен, объёмы производства, инновационную активность и распределение рыночной власти: конкурентные формы снижают цены и повышают эффективность для потребителей, но могут привести к банкротствам и нестабильности, в то время как кооперативные и сговорные взаимодействия стабилизируют цены выше конкурентного уровня, обеспечивая сверхприбыли фирмам, но снижая благосостояние потребителей за счёт монопольных наценок и ограниченного выбора. Для потребителей последствия двойственны: ценовая конкуренция даёт низкие цены и широкий ассортимент, неценовая - улучшение качества, сервиса и инноваций, однако олигополистический сговор или вертикальная интеграция часто приводят к дефициту товаров, искусственному завышению цен и снижению стимулов к инновациям, что особенно заметно в инфраструктурных отраслях с высокой концентрацией.

Именно эти последствия взаимодействий фирм определяют необходимость государственного вмешательства через антимонопольную политику, направленную на предотвращение явных сговоров, злоупотреблений доминирующим положением и картелей путём расследований, штрафов и запрета слияний, превышающих пороговые значения концентрации

На примере российского IT-рынка видно, что современная бизнес-среда стимулирует переход от простых конкурентных или кооперативных моделей к гибридным формам (коопетиция) и построению масштабных экосистем. В таких условиях успех фирмы все больше зависит не только от ее внутренних компетенций, но и от способности эффективно выстраивать и управлять сетью внешних взаимодействий. [4]

Список литературы

1. Мухин И.А., Вишневер В.Я. Взаимосвязь эффектов кооперативного взаимодействия и конкуренции. // Экономика и предпринимательство. – 2023. - №5(154). – С. 1213-1215.
2. Самойлова И.А. Триада «Три К» промышленных экосистем: кооперация, конкуренция и координация как новая конкурентная парадигма // Друкеровский вестник. – 2025. - №6(68). – С. 69-78.
3. Бондарева А.В. Проблемы и перспективы интеграции хозяйствующих субъектов в аспекте стратегического развития. // Студенческий вестник. 2025. - №43-6(376). С. 59-61.
4. Королев В.И., Королева Е.Н. Интеграция предприятий в мировой и российской экономике. // Российский внешнеэкономический вестник. – 2024. - №3. С. 32-37.