

УДК 332.142+338.24

Регион: экономика и социология, 2013, № 4 (80), с. 281–299

РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ КРУПНЫХ КОРПОРАЦИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И РАЗЛИЧИЯ

А.Т. Юсупова

ИЭОПП СО РАН,

*Новосибирский национальный исследовательский
государственный университет*

Аннотация

Рыночная власть крупных корпораций исследуется с помощью показателей устойчивости и стабильности лидерства. Расчеты выполнены по открытым данным, публикуемым журналом «Эксперт», использована информация по лидирующим корпорациям России, Казахстана и ряда российских регионов. Для выделения лидеров применены показатели объема продаж, прибыльности, уровня капитализации, роста объемов реализации. Выявлена неоднородность характеристик лидерства в регионах, сделаны предположения относительно дальнейшего развития и распределения рыночной власти.

Ключевые слова: крупные корпорации, рыночная власть, устойчивость и стабильность лидирующего положения

Abstract

We analyze market power of large firms through application of indicators for tracking the quality and stability of leadership. Our calculations are made on the open source data published by Expert Journal (Russia) concerning the leading corporations in Russia, Kazakhstan, and a number of Russian regions.

To identify leaders, we use such indicators as business sales, profit-earning capacities, level of capitalization, and turnover growth. We can state that the characteristics of leadership are regionally heterogeneous. We also present our estimates of the further development and redistribution of market power.

Keywords: large firms, market power, quality and stability of leadership

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Традиционно в формировании основных тенденций развития российской экономики заметную роль играют предприятия крупного бизнеса. Большинство рынков характеризуется наличием таких акторов, которые становятся явно выраженными лидерами, значительно отличаются от остальных по большей части индикаторов поведения, занимают, как правило, доминирующее положение, на их решения ориентируются другие участники, именно эти акторы определяют структуру и направления дальнейшего развития как отдельных рынков и секторов, так и экономики в целом. Чаще всего такие компании, функционируют в форме корпораций [1]. Подобная особенность характерна не только для России, крупные компании играют важную роль в национальной экономике любой страны. Как правило, они располагают значительным инвестиционным потенциалом, имеют возможности развития инновационной активности [2, 3].

В России в силу специфики исторического развития, с одной стороны, и в результате современных интеграционных процессов – с другой, роль лидеров особенно значима [4]. Так, согласно нашим расчетам, суммарный объем реализации 20 крупнейших корпораций страны в докризисном 2007 г. составлял 37% ВВП, доля 10 лидеров – 28%. В посткризисном 2010 г. эти величины несколько выросли и были на уровне 38 и 30% соответственно¹. На рисунке 1 показано, какую долю занимают одна, три, пять, 20 и 50 крупнейших компаний в общем объеме реализации 400 лидеров (эти доли можно интерпретировать как условные коэффициенты концентрации CR_1 , CR_3 , CR_5 , CR_{20} , CR_{50}).

¹ В расчетах использовались данные Федеральной службы государственной статистики и журнала «Эксперт».

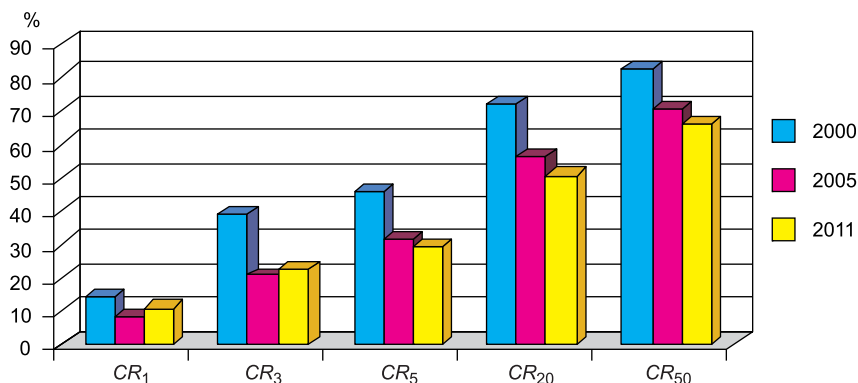


Рис. 1. Концентрированность множества 400 российских корпораций, лидирующих по объемам реализации

Результаты расчетов показывают, что множество крупных компаний характеризуется неоднородностью. Из 400 корпораций на долю первых двадцати в 2011 г. приходилась почти половина всего объема реализации. Представленные на рис. 1 данные подтверждают, что на большинстве рынков есть явно выраженные лидеры. По сравнению с 2000 г. доминирование лидеров в целом несколько сгладилось. При этом доля пяти, 20 и 50 крупнейших фирм уменьшалась в течение всего рассматриваемого периода. Значения коэффициентов CR_1 и CR_3 увеличились с 2005 по 2011 г., однако они во многом подвержены влиянию различных «нерыночных» причин. Эти обобщенные данные отражают сложные процессы, происходящие в группах лидеров, которые не могут не отразиться и на рыночной конъюнктуре, и на получаемых результатах.

Крупные компании обычно обладают значительной властью, которая позволяет при принятии основных стратегических решений руководствоваться монопольными, а не конкурентными правилами, что влечет за собой возможность получать дополнительную прибыль. Ведущие игроки рынка традиционно привлекают внимание, их поведение тщательно отслеживается и анализируется. Перечень крупнейших компаний непостоянен, он меняется во времени под воздействием как внешних, так и внутренних факторов. Этот вывод имеет и тео-

ретическое, и эмпирическое обоснование. Согласно основам классической теории отраслевых рынков этот аспект обязательно должен быть учтен при анализе рыночной структуры [5]. Есть целый ряд исследований, посвященных стабильности групп крупнейших американских корпораций. Наиболее известное из них выполнено Н. Коллинзом и Л. Престоном [6], которые показали, что список лидеров изменчив, движение в нем определяется рядом факторов, в первую очередь характеристиками спроса.

Характер лидирующего положения корпораций, степень доминирования, уровень рыночной власти тоже меняются, что неизбежно отражается как на положении отдельной фирмы, так и на структуре рынка в целом. Характеристики лидерства и рыночной власти представляют собой важную информацию для анализа уровня и особенностей конкуренции, для определения перспектив дальнейшего развития рынков.

МЕТОДИЧЕСКАЯ СХЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ

Используя подходы классической теории отраслевых рынков, мы обратились к характеристикам устойчивости и стабильности состава групп лидирующих компаний. Мы отталкиваемся от предпосылки о том, что если компания лидирует на рынке по нескольким критериям (объем реализованной продукции, величина чистой прибыли, уровень капитализации и др.), то ее положение можно назвать устойчивым. Наличие таких лидеров является индикатором того, что структура рынка сформирована, тенденции его дальнейшего развития можно прогнозировать, ориентируясь на поведение ведущих компаний. Взаимодействуя с этими игроками, государство может оказывать влияние на развитие рынка. Если же группы крупнейших фирм не пересекаются, то лидерство на рынке неустойчиво, его структура отличается высоким уровнем неопределенности. Таким образом, для оценки особенностей лидерства мы определяли характер пересечения выбранных множеств. Подробно предлагаемая методология описана в нашей публикации [7].

Для анализа использовались группы из 20 и 5 российских лидеров, межрегиональные сравнения проводились на основе данных о 10 ведущих корпорациях. Степень изменчивости списка крупнейших фирм во времени мы называем стабильностью лидерства, которая оценивается аналогичным образом на основе сопоставления множеств компаний, лидирующих в разные годы. Здесь критерием лидерства выступает один показатель. Конечно, полученные результаты существенно зависят от того, какие именно критерии лидерства выбраны, это учитывается при анализе и интерпретации результатов. Таким образом, особенности лидерства и рыночной власти мы предлагаем исследовать на основе характеристик устойчивости и стабильности положения ведущих игроков. Безусловно, это не единственная и не исчерпывающая оценка, однако данная информация представляет большой интерес и дает основания для определенных выводов относительно текущего состояния и перспектив развития рынков.

В качестве количественного индикатора устойчивости (стабильности) мы предлагаем использовать специальный коэффициент устойчивости (стабильности) лидерства SC , рассчитываемый по формуле

$$SC = 1 - \frac{N_{\text{fact}} - N_{\text{min}}}{N_{\text{max}} - N_{\text{min}}},$$

где N_{fact} – фактическое число лидеров, вошедших во все анализируемые множества; N_{min} – минимально возможное число лидеров, вошедших во все анализируемые множества (например, если рассматриваются пятерки лидеров, то это 5, если двадчатки – то 20); N_{max} – максимально возможное число лидеров, вошедших во все анализируемые множества (например, если рассматриваются пятерки лидеров, выделяемые по трем критериям, то это 15, если двадчатки – то 60).

N_{min} совпадает с размером каждой рассматриваемой группы лидеров (пятерка, десятка, двадчатка и т.д.), т.е. с числом крупнейших компаний, выбираемых для анализа по различным критериям. Это аналог величины n (число лидеров) в классических коэффициентах концентрации.

N_{\max} количественно равен значению N_{\min} , умноженному на число используемых критериев лидерства, $N_{\max} = N_{\min} \cdot k$, где k – число критериев.

Значение коэффициента находится в интервале от 0 до 1. Если коэффициент равен 0, то имеет место неустойчивое (нестабильное) лидерство, если он равен 1, то лидерство является абсолютно устойчивым (стабильным). Отметим, что хотя характеристики устойчивости и стабильности лидирующего положения имеют отношение к отдельным фирмам, предлагаемые коэффициенты являются интегральными, отражают ситуацию на рынке в целом.

ЭМПИРИЧЕСКАЯ ОСНОВА ИССЛЕДОВАНИЯ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Описанная схема была применена для анализа позиций корпораций, лидирующих в масштабах национальной экономики в целом и в пределах отдельных регионов. В качестве эмпирической базы были взяты открытые данные ежегодных рейтингов крупнейших компаний, публикуемые журналом «Эксперт» и его региональными агентствами по Казахстану, Сибири, Уралу, Югу, Северо-Западу. Для анализа мы выбрали 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 гг. Таким образом, рассматриваемый интервал включает и год, относящийся к периоду общего экономического подъема, и годы нестабильности внешней среды. Для каждой временной точки формировались группы фирм, которые затем сопоставлялись между собой, на основе результатов сравнений рассчитывались описанные выше коэффициенты. Анализировались данные по России в целом, по отдельным российским регионам (Сибирь, Урал, Юг, Северо-Запад) и по Казахстану, т.е. были проведены межрегиональные и межстрановые сравнения. В таблице 1 представлена общая характеристика данных, использованных для расчетов.

При определении критериев выделения лидеров учитывались значимость критериев для анализа рыночного положения корпорации и доступность открытой информации. Показатель динамики означает рост объемов реализации компании по сравнению с предыдущим го-

Таблица 1

Характеристика использованных данных по анализируемым регионам

Условия проведения расчетов	Казахстан	Регионы России				
		Юг	Северо-Запад	Урал	Сибирь	Россия
Количество лидеров, представленных в рейтинге	100	250	250	400	400	400
Анализируемый период	2008–2011	2007–2011	2007–2011	2008–2010	2007–2011	2007–2011
Критерии определения лидеров	Объем реализации, чистая прибыль, динамика реализации		Объем реализации, рентабельность, динамика реализации	Объем реализации, динамика реализации, чистая прибыль, рентабельность	Объем реализации, чистая прибыль, балансовая прибыль, уровень капитализации, динамика реализации	
Размер группы лидеров (число фирм)	10					5, 10, 20

дом. Для оценки результатов деятельности и прибыльности использовались различные индикаторы, они приведены в табл. 1. Поскольку итоговые коэффициенты стабильности и устойчивости лидерства являются величинами относительными, проводимые сравнения представляются правомерными. Основной анализ выполнялся по данным о 10 ведущих игроках, некоторые сравнения по России в целом сделаны для лидирующих пятерок и двадцаток.

Отметим, что крупнейшие компании всегда являются объектом пристального внимания исследователей и аналитиков. Кроме тех рейтингов, которые были использованы для наших расчетов, есть и множество других. В частности, отметим рейтинг Global 2000, со-

ставляемый на основе баз данных Thomson Reuters Fundamentals Worldscope с помощью системы FactSet Research. Компании ранжируются по следующим показателям: объемы продаж, величина прибыли, стоимость активов и капитализация. При определении рейтинга учитывается информация по фирмам, акции которых публично торгуются. В марте 2011 г. в этот список 2000 крупнейших корпораций входило 26 российских, по итогам 2012 г. в нем было уже 28 отечественных компаний. Все они учитывались нами при расчете характеристик лидерства, поскольку мы использовали для выделения лидеров аналогичные критерии.

Завершая описание исходной информации, приведем общую характеристику исследуемых множеств компаний. На рисунке 2 представлены полученные значения показателя однородности HI (Homogeneous Indicator), который рассчитывался по формуле

$$HI = \sum_{i=1}^N S_i^2,$$

где S_i – доля i -й фирмы в общей величине реализации всех N компаний (400, 100 или 250 соответственно), участвующих в рейтинге. По существу, это аналог индекса Херфиндаля – Хиршмана. Мы исполь-

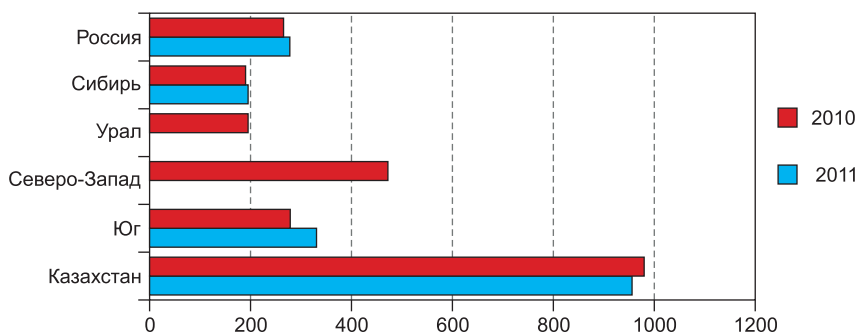


Рис. 2. Показатель однородности множеств ведущих компаний (HI)²

² Графики, представленные на рис. 2 и 5–8, построены автором с использованием данных, опубликованных в работах [8–13].

зуюем данный показатель для оценки однородности множества, поскольку для него (как и для индекса Хиршмана) справедливо следующее соотношение: $HI = \frac{1}{N} + \delta^2$, где N – число фирм (400, 100 или 250),

а δ – среднеквадратическое отклонение их долей. Содержательно этот индикатор отражает, насколько компании, вошедшие в рейтинг, близки друг к другу по объемам реализации. Если значение показателя высоко, то разрыв между фирмами значителен. В практике антимонопольного регулирования многих стран принято выделять определенные условные границы (конечно, точные значения зависят от страны, периода и рынка). Так, считается, что значение показателя менее 1000 соответствует слабоконцентрированной структуре, в нашем случае – относительно однородному множеству фирм. Высокий индекс (более 1800) характерен для концентрированной структуры, т.е. для неоднородного множества, при этом имеет место явный отрыв лидеров от среднего уровня.

В целом множества ведущих компаний относительно однородны, значения коэффициентов как по России в целом, так и по отдельным регионам далеки от 1000. Эта особенность сочетается с высокими коэффициентами концентрации, показанными на рис. 1. Подобная структура типична для многих российских рынков. Неоднородность множества ведущих фирм в Казахстане значительно выше. Однако и российские регионы в этом плане не одинаковы: можно выделить относительно менее однородные множества компаний на Юге и Северо-Западе и относительно более однородные – на Урале и в Сибири. Рассмотрим, насколько это влияет на особенности лидерства.

УСТОЙЧИВОСТЬ И СТАБИЛЬНОСТЬ ПОЛОЖЕНИЯ ВЕДУЩИХ КОРПОРАЦИЙ

На рисунке 3 представлены характеристики устойчивости лидерства, рассчитанные по России в целом. Здесь выделялись двадцатки и пятёрки фирм, лидирующих по следующим критериям: объем реализации продукции, величина балансовой прибыли и уровень капитализации.

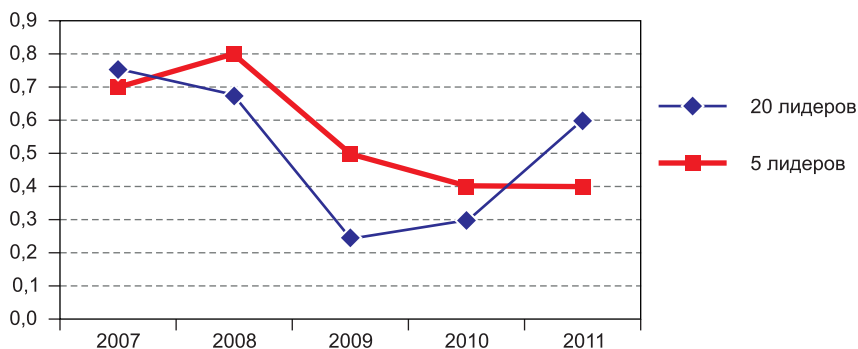


Рис. 3. Динамика коэффициентов устойчивости (SC) положения российских лидеров

Результаты расчетов показывают, что в целом по России в 2007 и 2008 гг. устойчивость лидерства была достаточно высока, т.е. одни и те же фирмы являлись самыми крупными по разным критериям. Из наших предыдущих расчетов видно, что такая тенденция наблюдалась с 1995 г. Это можно считать индикатором сформировавшейся структуры, при которой уровень конкуренции не может быть высоким, а ее характер далек от совершенной. Крупные корпорации, безусловно, обладают высокой рыночной властью. Отмеченная особенность характерна как для двадцаток, так и для пятерок лидеров. При этом устойчивость у пяти крупнейших фирм в 2008 и 2009 гг. была выше, чем у двадцати. В 2010 г. произошло значительное падение устойчивости. Такую динамику можно объяснить реакцией на общую нестабильность: в кризисных и посткризисных условиях фирмам стало сложно удерживать ведущие позиции по всем направлениям. Последовавшее далее общее оживление экономики привело к тому, что в 2011 г. наметился новый рост коэффициентов. Обратим внимание на то, что ряд корпораций фактически аффилированы друг с другом (например, «Газпром» и «Газпромнефть»), но формально они являются самостоятельными субъектами и результаты их деятельности учитываются автономно, т.е. реальная устойчивость лидерства, вероятно, выше той, что получена в расчетах.

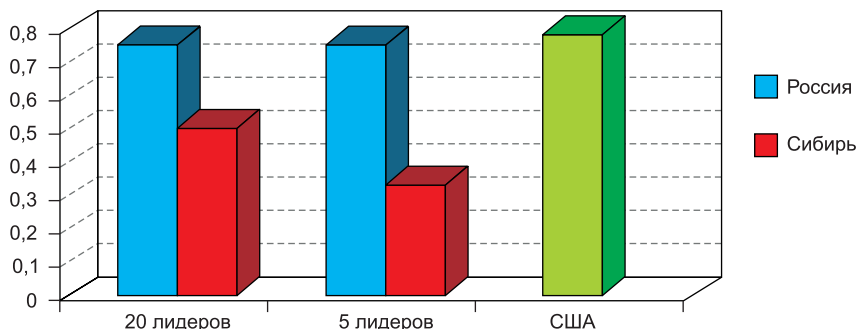


Рис. 4. Коэффициенты стабильности лидерства

Рисунок 4 отражает стабильность лидерства в течение долгосрочного периода, здесь учтены данные с 1995 г. по России в целом и по Сибирскому региону. При расчете стабильности выбирались компании, лидирующие по объемам реализации. Эти данные в меньшей степени подвержены влиянию кризиса. В целом показатели стабильности оказались достаточно высокими.

Для сравнения мы рассчитали значение аналогичного коэффициента, используя данные упомянутого выше исследования Н. Коллинза и Л. Престона (на рис. 4 США представлены отдельным столбцом). Для США это значение оказалось несколько выше (0,78), чем для России (0,75). Однако учитывая то, что для расчета этого коэффициента брались данные по 100 крупнейшим американским корпорациям, а временной период был значительно шире, можно предполагать, что стабильность списка российских лидеров даже выше стабильности списка американских. Отметим, что общероссийский показатель был бы еще выше, если бы не определенное государственное вмешательство (дело компании ЮКОС). Стабильность групп сибирских лидеров ниже, чем у ведущих компаний по России в целом. При этом в целом по России стабильность групп пяти и 20 крупнейших компаний одинакова. Пятерка сибирских лидеров была более изменчивой, чем двадцатка.

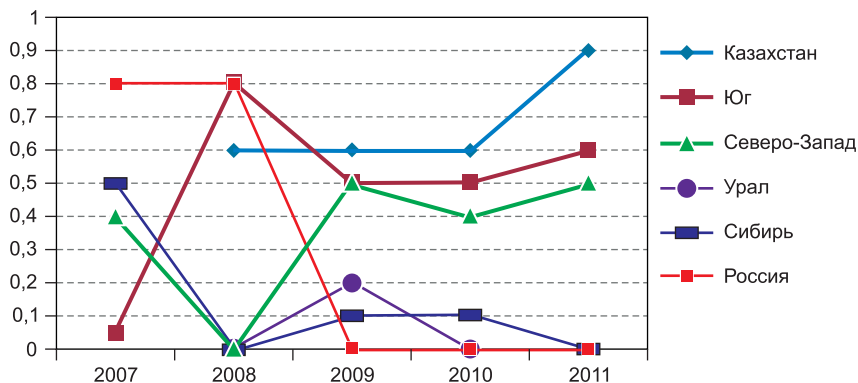


Рис. 5. Межрегиональные сравнения устойчивости лидерства десятки компаний по объему реализации и прибыльности без учета динамики

Результаты межрегиональных сравнений представлены на рис. 5 и 6, здесь же отражена ситуация в Казахстане. Как показано в табл. 1, в этом сюжете рассматривались десятки лидеров. Рисунок 5 не учитывает динамику, т.е. для расчета коэффициента выделялись группы лидеров по объемам реализации и прибыльности, а данные рис. 6 включают еще и показатель роста объемов реализации. Можно предположить, что наиболее динамичными будут далеко не самые крупные и прибыльные корпорации.

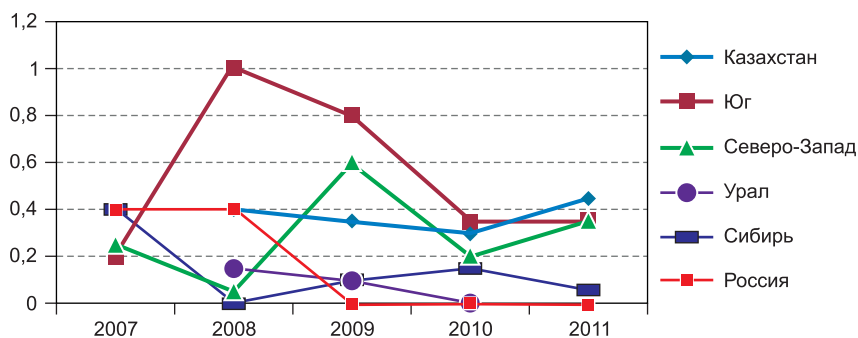


Рис. 6. Межрегиональные сравнения устойчивости лидерства десятки компаний по объему реализации и прибыльности с учетом динамики

Полученные результаты дают основания утверждать, что характеристики устойчивости лидерства в регионах различны. В Казахстане устойчивость с 2008 г. была выше, чем в России в целом и в каждом из рассмотренных российских регионов в отдельности. В 2009, 2010 и 2011 гг. четко выделяется группа регионов (Сибирь и Урал) с неустойчивым лидерством, сюда же относится Россия в целом, в ряде случаев имеют место даже нулевые значения коэффициентов. Другая группа включает регионы с более устойчивым лидерством, в нее вошли Юг и Северо-Запад. Именно эти регионы отличаются большей неоднородностью множества крупнейших компаний (см. рис. 2), т.е. можно предполагать наличие в них явно выраженных устойчивых лидеров, обладающих высокой рыночной властью. В 2007 г., когда появились результаты благополучного развития растущей экономики, устойчивость лидерства по России в целом была достаточно высока (0,8). Относительно высокой (по сравнению с последующими годами) она была также на Урале и в Сибири. В 2008 г. под влиянием кризиса в этих регионах ситуация резко изменилась, произошло существенное падение коэффициентов. В России в целом этот спад проявился на год позже, что можно объяснить наличием резервных возможностей у национальных гигантов. Интересно отметить, что на Юге, наоборот, под влиянием кризиса произошел резкий рост устойчивости лидерства в 2008 г., что могло быть результатом и поведения ведущих фирм, и политики региональных органов государственной власти.

Следует также обратить внимание на то, что данные рис. 5, относящиеся к России в целом, отличаются от представленных на рис. 3, иллюстрирующем относительно высокую устойчивость положения ведущих национальных корпораций. Это различие показывает значимость использованных в расчетах критериев лидерства и размера групп. Так, на рис. 3 представлены пятерки и двадцатки крупнейших фирм, а на рис. 5 – десятка. Однако основное содержательное объяснение различий связано не с размером группы, а с выбором критериев. Высокая устойчивость была получена за счет учета капитализации, т.е. наиболее крупные по критерию реализации компании характери-

зуются и более высоким уровнем капитализации, не обязательно имея при этом высокую прибыльность.

На рисунке 6 показаны результаты расчетов, учитывающих рост объемов реализации у лидеров. Группировка регионов в зависимости от уровня устойчивости аналогична той, что можно было сделать по рис. 5. Выделяются менее устойчивые Сибирь, Урал и Россия в целом и более устойчивые Юг, Северо-Запад и Казахстан. Мы предполагали, что показатели устойчивости с учетом динамики должны быть ниже тех, которые представлены на рис. 5. Для большинства регионов это подтвердилось, однако для Юга соотношение коэффициентов оказалось иным, а в отдельные периоды очень близкими показатели устойчивости с учетом динамики и без нее были по Сибири и Северо-Западу.

Рисунки 7 и 8 отражают коэффициенты стабильности лидерства, рассчитанные за период с 2007 по 2011 г. Лидерство по показателю динамики объема реализации значительно менее стабильно, что вполне ожидаемо и объяснимо: одни и те же компании крайне редко являются лидерами по темпам роста объемов реализации в течение длительного периода. Наиболее стабильным оказалось лидерство по объемам реализации по России в целом. Регионы, которые вошли в группу с более высокой устойчивостью лидерства (Юг и Северо-Запад), по показателю стабильности (см. рис. 7) демонстрируют, наоборот, самые низкие значения коэффициентов стабильности. Можно предпо-

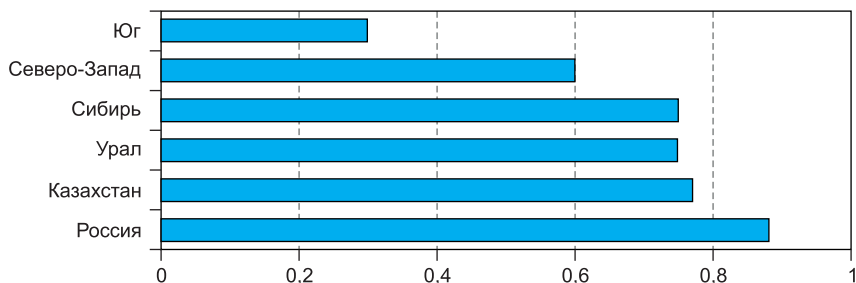


Рис. 7. Межрегиональные сравнения стабильности лидерства по критерию величины реализации за период 2007–2011 гг.

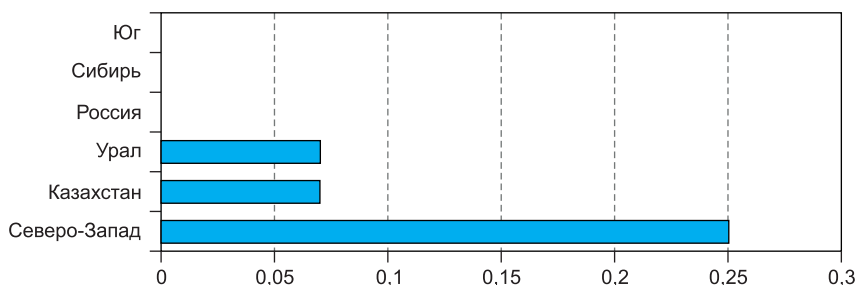


Рис. 8. Межрегиональные сравнения стабильности лидерства по критерию динамики величины реализации за период 2007–2011 гг.

лагать, что в ближайшие годы распределение рыночной власти на этих территориях может измениться.

Относительно высокие показатели стабильности в Казахстане. В сочетании с отмеченной ранее высокой устойчивостью лидерства это дает основания предполагать, что сложившаяся ситуация будет сохраняться в течение ближайшего времени, на рынке в перспективе будут заметны те же лидеры, что и сейчас.

На рисунке 8 показано, что стабильность лидерства по критерию роста реализации равна нулю по России в целом, Сибири и Югу. Это означает, что каждый год самыми динамичными становятся разные компании. Наиболее высокое значение коэффициента было получено для Северо-Запада (хотя абсолютная величина показателя равна всего 0,25). Учитывая данные, представленные на предыдущих рисунках, можно предполагать, что компании-лидеры в данном регионе одновременно являются и растущими, и прибыльными (относительно высокие показатели устойчивости), что отражает благоприятную общую ситуацию. Конечно, рассчитанных коэффициентов недостаточно для окончательных выводов касательно особенностей развития ведущих компаний. Следует учитывать и анализировать множество других факторов и индикаторов. С нашей точки зрения, большое влияние оказывает отраслевая принадлежность лидеров.

В таблицах 2 и 3 показано, к каким отраслям относятся компании, лидировавшие в 2011 г. по объемам реализации и величине чистой

Таблица 2

Отраслевая принадлежность десятки лидеров по объемам реализации в 2011 г.

Казахстан	Юг	Северо-Запад	Урал	Сибирь	Россия
<p>Многоотраслевые холдинги – 1</p> <p>Нефт. и нефтегаз. промышленность – 6</p> <p>Горно-металлург. промышленность – 3</p>	<p>Розничная торговля – 2</p> <p>Нефт. и нефтегаз. промышленность – 3</p> <p>АПК – 1</p> <p>Черная металлургия – 1</p> <p>Оптовая торговля – 1</p> <p>Транспорт и логистика – 2</p>	<p>Нефт. и нефтегаз. промышленность – 2</p> <p>Черная металлургия – 1</p> <p>Банки – 1</p> <p>Телекоммуникации и связь – 1</p> <p>Хим. и нефтехим. промышленность – 1</p> <p>Машиностроение – 2</p> <p>Розничная торговля – 2</p>	<p>Нефт. и нефтегаз. промышленность – 5</p> <p>Черная металлургия – 1</p> <p>Транспорт и логистика – 1</p> <p>Хим. и нефтехим. промышленность – 2</p> <p>Цветная металлургия – 1</p>	<p>Цветная металлургия – 1</p> <p>Нефт. и нефтегаз. промышленность – 2</p> <p>Черная металлургия – 1</p> <p>Оптовая и розничная торговля – 1</p> <p>Энергетика – 1</p> <p>Угольная промышленность – 1</p> <p>Транспорт и логистика – 1</p> <p>Энергетика – 1</p> <p>Машиностроение – 1</p>	<p>Нефт. и нефтегаз. промышленность – 5</p> <p>Транспорт и логистика – 2</p> <p>Банки – 1</p> <p>Многоотраслевые холдинги – 1</p> <p>Электроэнергетика – 1</p>
<p>Всего отраслей – 3</p>	<p>Всего отраслей – 6</p>	<p>Всего отраслей – 7</p>	<p>Всего отраслей – 5</p>	<p>Всего отраслей – 9</p>	<p>Всего отраслей – 5</p>

Таблица 3

Отраслевая принадлежность десятки лидеров по величине чистой прибыли в 2011 г.

Казахстан	Юг	Северо-Запад	Урал	Сибирь	Россия
Многоотраслевые холдинги – 3 Нефт. и нефтегаз. промышленность – 2 Оптовая и розничная торговля – 3 Электроэнергетика – 1 Табачная промышленность – 1	Нефт. и нефтегаз. промышленность – 3 АПК – 1 Черная металлургия – 1 Оптовая торговля – 2 Розничная торговля – 1 Транспорт и логистика – 2	Нефт. и нефтегаз. промышленность – 3 Черная металлургия – 2 Табачная промышленность – 1 Пищевая промышленность – 1 Цветная металлургия – 1 Лесная, деревообработка. и целл.-бум. промышленность – 1 Угольная промышленность – 1	Нефт. и нефтегаз. промышленность – 6 Хим. и нефтехим. промышленность – 1 Черная металлургия – 2 Цветная металлургия – 1	Цветная металлургия – 1 Нефт. и нефтегаз. промышленность – 3 Промышленность – 1 Драг. металлов – 1 Угольная промышленность – 4 Хим. и нефтехим. промышленность – 1	Розничная торговля – 1 Электроэнергетика – 1 Машиностроение – 2 Черная металлургия – 1 Цветная металлургия – 1 Нефт. и нефтегаз. промышленность – 2 Угольная промышленность – 1 Пищевая промышленность – 1
Всего отраслей – 5	Всего отраслей – 6	Всего отраслей – 7	Всего отраслей – 4	Всего отраслей – 5	Всего отраслей – 8

прибыли. Приведенные в таблицах данные свидетельствуют о том, что лидеры в основном работают в стратегически значимых отраслях, прежде всего в нефтяной и нефтегазовой промышленности. Эта сфера присутствует в отраслевой принадлежности лидеров во всех рассмотренных российских регионах и в России в целом. При этом наиболее диверсифицированной оказалась отраслевая структура десятки лидеров по объемам реализации в Сибирском регионе, наименее диверсифицированной – в Казахстане. По величине чистой прибыли отраслевое представительство в группе 10 ведущих корпораций в целом более разнообразно, чем по объему реализации. Исключение составляет Сибирь: здесь наиболее прибыльные фирмы относятся к пяти отраслям, а самые крупные по объемам реализации – к девяти. В таблице 3 также широко представлена нефтяная и нефтегазовая промышленность.

* * *

Мы провели анализ положения корпораций, занимающих лидирующие места на уровне национальной экономики и в отдельных регионах. В качестве основного индикатора рыночной власти использовались показатели устойчивости и стабильности лидирующего положения. Результаты расчетов свидетельствуют, что в условиях стабильной и растущей экономики показатели устойчивости лидерства достаточно высоки. В кризисной ситуации крупнейшие корпорации не могут сохранять ведущее положение одновременно по ряду критериев, уровень рыночной власти снижается. Ситуация в регионах не одинакова, есть примеры более и менее устойчивого лидерства. Сочетание устойчивого и стабильного лидерства дает основание предполагать, что существующие тенденции экономического развития и распределение рынка сохранятся. К регионам с таким лидерством, по нашим данным, может быть отнесен Северо-Запад. В остальных случаях ситуация характеризуется более высоким уровнем неопределенности. Как на уровне национальной экономики в целом, так и в регионах есть примеры абсолютно

неустойчивого, нестабильного лидерства; в этих случаях имели место нулевые значения предложенных коэффициентов.

Литература

1. **Российская** корпорация: внутренняя организация, внешние взаимодействия, перспективы развития / Гос. ун-т Высшая школа экономики; под ред. Т.Г. Долгопятовой, И. Ивасаки, А.А. Яковлева. – 2-е изд. – М.: ЗАО «Юрический Дом «Юстицинформ», 2009. – 542 с.
2. **Нефедкин В.И.** Крупные корпорации в регионе: pro et contra // Регион: экономика и социология. – 2013. – № 1 (77). – С. 229–251.
3. **Предприятия** и рынки в 2005–2009 годах: Итоги двух раундов обследования российской обрабатывающей промышленности: Докл. к XI междунар. науч. конф. ГУ ВШЭ. – М.: ИД ГУ ВШЭ, 2010. – 150 с.
4. **Голикова В.В., Гончар К.Р., Кузнецов Б.В.** Влияние глобализации на поведение российских промышленных предприятий // XII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – Кн. 4. – С. 21–30.
5. **Scherer M., Ross D.** Industrial Market Structure and Economic Performance. – Boston: Houghton Mifflin Company, 1991. – 714 p.
6. **Collins N.R., Preston L.E.** The size structure of the largest industrial firms // American Economic Review. – 1961. – V. 51. – P. 986–1011.
7. **Юсупова А.Т.** Структурные особенности современных российских отраслевых рынков // Регион: экономика и социология. – 2009. – № 4. – С. 175–194.
8. **Рейтинг** крупнейших компаний «Эксперт-400». 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 гг. – URL: <http://gaexpert.ru/ratings/expert400> (дата обращения 01.07.2013).
9. **400** крупнейших компаний Сибири, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 гг. – URL: <http://expert.ru/siberia> (дата обращения 01.07.2013).
10. **400** крупнейших компаний Урала и Западной Сибири, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 гг. – URL: <http://expert.ru/ural> (дата обращения 01.07.2013).
11. **Крупнейшие** компании Северо-Запада в рейтинге топ-250, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 гг. – URL: <http://expert.ru/northwest/> (дата обращения 01.07.2013).
12. **250** крупнейших компаний ЮФО 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 гг. – URL: <http://expert.ru/south/> (дата обращения 01.07.2013).
13. **100** крупнейших казахстанских компаний 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 гг. – URL: <http://expertonline.kz/mag/> (дата обращения 01.07.2013).

Рукопись статьи поступила в редколлегию 24.07.2013 г.

© Юсупова А.Т., 2013