

339.137.2: 338.012

The article presents the results of comparative analysis of different approaches to entry-exit barriers investigation and evaluation, as well as identifies barriers and classification methods to overcome them in a globalizing world.

**Key words:** globalization, trade entry and exit barriers, strategic barriers, non-strategic barriers.

.., 2011

Современные украинские предприятия вынуждены все более внимательно относиться к своим зарубежным конкурентам, как при проникновении на их рынки, так и при сдерживании их входа на рынки Украины. Угроза появления конкурентов зависит от существующих барьеров для вступления на отраслевой рынок. Наличие отраслевых барьеров входа определяет динамику экономического роста и благосостояния населения. Снижение уровня барьеров или их предотвращение становится элементом конкурентной политики государства и рассматривается как одна из важнейших политических задач [2].

В связи с этим, анализ условий входа новых предприятий в отрасль с учетом ее специфики, особенностей развития и путей преодоления барьеров является актуальной экономической проблемой.

**Целью статьи** является анализ различных теоретико-методологических подходов к исследованию определения, классификации, оценки значимости отраслевых барьеров входа и выхода, способов их преодоления в современных условиях развития глобализации мировой экономики.

**Изложение основного материала.** В зарубежной и отечественной экономической литературе ученые уделяют большое внимание анализу величины входных барьеров в отрасль, что породило множество противоречащих друг другу подходов и концепций к определению отраслевых входных барьеров.

Впервые термин «барьеры входа» был введен представителем неоклассического направления Д.Бэйном в работе «Barriers to New Competition». Д.Бэйн определял барьеры как условия входа, при которых действующая фирма может устанавливать цену выше минимума средних издержек производства и реализации без привлечения в данную отрасль новых фирм.

Дальнейшее развитие термин «барьеры входа-выхода», а также анализ причин и характеристик барьеров нашли отражение в работах представителя Чикагской школы Ж. Стиглера, нормативного подхода Ф. Вайцекера и Г. Демсеца, контрактного подхода Р. Коуза, А. Алчиана, О. Уильямсона, подхода с точки зрения преимуществ интернализации М. Кэссона, Р. Кейвза и с позиции укоренившихся фирм Р. Гильберга, в работах более позднего периода Д. Одреша, Ж. Мата, А. Барке, Т.То, П. Героски, К. Харриган, Ф. Каракайя, М. Штайла, С. Кроуза, Дж. Йип, М. Либермана а также в работах отечественных ученых С.Б. Авдашевой, А.И. Артемьева, А.З. Астаповича, А.В. Белянина, С.В. Валдайцева, А. Вурос, С.М. Кадочникова, Н.В. Пахомовой, В.М. Полтевича, Н.М. Розановой, А.Г. Слуцкого, С.Ф. Сутырина, А.Е. Шаститко, К.В. Юдаевой и других авторов.

У Д.Стиглера барьеры входа – это издержки производства, с которыми сталкиваются новые фирмы, но которые не несут уже действующие в отрасли фирмы.

Такие авторы, как Р. Коуз, А. Алчиан, О. Уильямсон определяют барьеры как факторы, обуславливающие высокий уровень трансакционных издержек оперирования фирмы в отрасли.

Г.Демсец впервые выявил, что любые барьеры входа представляют различия, асимметрии в возможностях, которыми обладают фирмы-инсайдеры и аутсайдеры («*different opportunities facing insiders and outsiders*») [3].

Согласно концепции М. Кэссона, Р. Кейвза барьеры входа – это идентичность факторов рыночной структуры, объясняющих существование мультинациональных корпораций (МНК) и отраслевых барьеров входа [4].

В научной литературе по теории отраслевых рынков традиционным является деление барьеров входа на нестратегические (экзогенные) и стратегические (эндогенные)[5].

Стратегические барьеры, создаваемые стратегическим поведением предприятия, действующего в отрасли (стратегическое ценообразование, ограничивающее вход потенциальных конкурентов в отрасль, стратегическая политика в области расходов на исследования и инновации, вертикальная и конгломератная интеграция фирм, дифференциация продукта и т.д.).

Нестратегические (структурные) барьеры, выступающие для любых хозяйствующих субъектов как внешняя данность и связанные с объективными условиями функционирования отрасли (технология производства, предпочтения потребителей, динамика спроса, иностранная конкуренция и т.д.).

В зависимости от источника возникновения барьеров выделяют следующие виды нестратегических барьеров входа в отрасль: административные и институциональные – ограничения на

ведение определенных видов деятельности (выдача лицензий на ведение бизнеса в той или иной отрасли; введение внешнеторговых барьеров, исключающих иностранную конкуренцию, сертификация, нормы контроля, регламенты ввоза и вывоза ресурсов, и т.п.) со стороны государственных органов, преодоление которых требует от хозяйствующих субъектов временных и финансовых затрат.

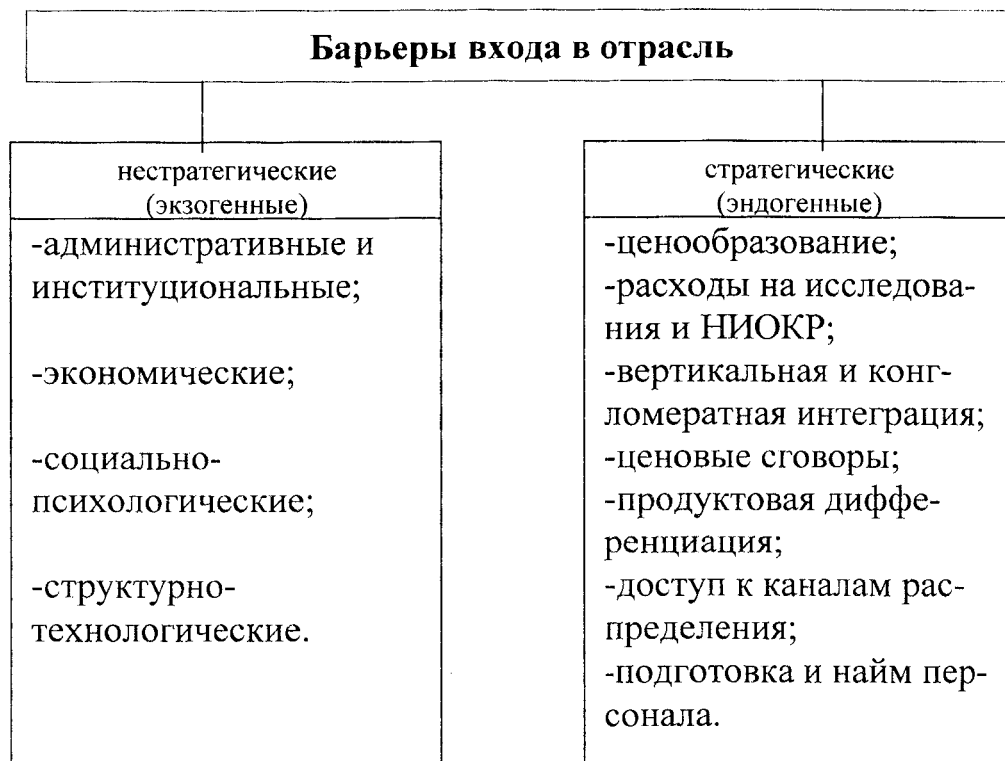


Рис. 1. Виды входных барьеров в отрасль.

Административные барьеры в настоящее время являются важным рычагом регулирования экономики, способствующие увеличению доходной части бюджета государства. Однако, в долгосрочной перспективе, данные барьеры становятся фактором сдерживания экономической активности, в том числе, из-за заложенного в них коррупционного потенциала.

- экономические барьеры – ограничения на ведение определенных видов деятельности, связанные с емкостью отраслевых рынков, объемом первоначальных инвестиций, необходимыми для входа на рынок, состоянием рыночной инфраструктуры, абсолютными и относительными преимуществами предприятий-лидеров в уровне затрат.

- социально-психологические барьеры вхождения в отрасль возникают в силу исторических традиций, менталитета, структуры производства, специфики социально-экономических отношений.

- структурно-технологические барьеры - определяются свойствами и параметрами используемых в соответствующих отраслях технологий производства для достижения значительной экономии на масштабах. Экономия на масштабах определяется сокращением удельных затрат на производство единицы продукта при росте абсолютных объемов производства за определенный период. Экономия на масштабе является барьером вхождения, заставляя новичка начинать свою деятельность либо с больших объемов, рискуя получить сильную реакцию действующих фирм, либо с малых объемов при неблагоприятном уровне издержек, что нежелательно в любом варианте.

К стратегическим отраслевым барьерам входа относятся:

- стратегическое ценообразование, ограничивающее вход потенциальных конкурентов в отрасль.

- стратегическая политика в области расходов на исследования и инновации. Наличие инноваций ограничивает вхождение новых участников на рынок и обеспечивает получение более высокого уровня прибыли за счет предоставления эксклюзивных прав на производство и сбыт продукции.

- вертикальная и конгломератная интеграция фирм.

Горизонтальная интеграция представляет собой объединение конкурирующих рыночных субъектов, а вертикальная – объединение рыночных субъектов, находящихся на разных стадиях производства. Если большинство существующих конкурентов интегрированы, то новому конкуренту также необходимо входить в отрасль интегрированным, иначе он окажется в невыгодном положении по затратам и столкнется с угрозой возможного закрытия производства или рынков для своей продукции. Потери в такой ситуации обусловлены тем, что в условиях вертикальной интеграции растет объем внутреннего, внерыночного оборота, а независимая фирма сталкивается с трудностью установления сопоставимых цен и может оказаться «зажатой», если интегрированные конкуренты предлагают ей другие условия по сравнению с собственными подразделениями. Требование интеграции может оказаться для нового конкурента слишком рискованным с точки зрения ответных действий и явиться источником других барьеров для вхождения в отрасль.

- наличия ценовых соглашений (сговоров) между действующими участниками рынка. В данной ситуации антимонопольные органы могут препятствовать созданию стратегических барьеров, рассматривая такие действия как злоупотребление доминирующим положением предприятий на рынке.

- дифференциация продукта является барьером вхождения в отрасль за счет приверженности потребителей к определенным торговым маркам, в результате чего новые конкуренты вынуждены тратить значительные средства на формирование программы лояльности (реклама, создание имиджа, сервисная политика, придание продукту новых качественных отличий, значительное снижение цен и т.д.).

- доступ к каналам распределения. Барьер для вхождения в отрасль, возникающий в связи с необходимостью для нового конкурента обеспечить сбыт своего продукта. Ограничение доступа к каналам распределения затрудняет или делает невозможным для новых участников рынка обеспечить их товаром конечных потребителей.

- опыт — найм профессиональных сотрудников. Опыт служит источником снижения удельных затрат в сфере маркетинга, сбыта, в производстве или отдельных производственных операциях и т.д. Снижение затрат объясняется тем, что сотрудники совершенствуют свои навыки и повышают производительность, растет эффективность планирования производства, использования оборудования, методов измерения и контроля, разрабатываются специализированные оборудование и процессы, изменения в конструкции изделий облегчают их изготовление.

Вход на рынок может быть разделен на два этапа: потенциальный вход - период первоначальных продаж товара и реальный - закрепление на рынке и безубыточное производство. Временной интервал между потенциальным и реальным входом будет характеризовать величину отраслевых входных барьеров. Чем больше интервал, тем труднее предприятию войти на рынок, и следовательно выше барьеры входа.

Помимо барьеров входа существуют барьеры выхода, под которыми понимаются экономические, стратегические и психологические факторы, препятствующие предприятию без существенных потерь уйти из отрасли и способствующие тому, что на рынке остается много конкурентов.

Барьеры выхода связаны с наличием в отрасли значительных необратимых издержек, которые делают невозможным уход фирмы из отрасли без потерь. Барьеры выхода связаны с затратами при переходе предприятия на новый рынок либо с прекращением бизнеса. Чем выше барьеры выхода, тем больше оснований остаться на рынке, прилагая усилия для улучшения экономического положения. Выходные барьеры могут быть реальными или воображаемыми, экономическими или иллюзорными.

Основными источниками барьеров для выхода являются следующие:

- затраты, связанные с увольнением работников. Затраты на выплату выходных пособий работникам могут быть значительными – в несколько раз превосходить ежегодные убытки от продолжения бизнеса.

- специализированные активы. Высокая специализация активов для бизнеса или местоположения предприятия предполагает их низкую ликвидационную стоимость, или высокие затраты на передачу другому собственнику, или конверсию.

- реальные единовременные затраты. Наиболее серьезными затратами, связанные с уходом из бизнеса, являются долгосрочные контракты на аренду собственности, которая не может быть

- [6]
1. .. -2050: ? //
  2. Burke A. E., . Can reduced entry barriers worsen market performance? A model of employee entry // International Journal of Industrial Organization. 2001. Vol. 19, No 5. P. 695-704.
  3. Demsetz H. Barriers To Entry // The American Economic Review. 1982. V.72. 1. March. P. 48.
  4. C.A. // , 2006, 3/4.
  5. . II. . . 1998. . 49.
  6. [www.elitarium.ru](http://www.elitarium.ru)