**Штапова, Ирина Сергеевна. Влияние структуры отраслевого рынка на формирование стратегии промышленного предприятия : теория, методология, инструментарий : диссертация ... доктора экономических наук : 08.00.05 / Штапова Ирина Сергеевна; [Место защиты: Рост. гос. эконом. ун-т "РИНХ"].- Ростов-на-Дону, 2010.- 392 с.: ил. РГБ ОД, 71 11-8/116**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ**

**УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)**

**На правах рукописи**

05201000747



Штапова Ирина Сергеевна

**ВЛИЯНИЕ СТРУКТУРЫ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА НА ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

**08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами —**

**промышленность)»**

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук

Научный консультант: д.э.н., профессор В.М. Джуха

Ростов-на-Дону 2010

*b*

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[ВВЕДЕНИЕ 4](#bookmark1)

[ГЛАВА 1. ГЕНЕЗИС СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ 19](#bookmark4)

1. [Становление теории отраслевых рынков 19](#bookmark5)
2. [Когнитивная модель отраслевого и товарного рынка 36](#bookmark6)
3. [Расширение типов товарных рынков как общая закономерность развития экономических отношений 50](#bookmark7)
4. [Формирование переходных типов отраслевых рыночных структур 67](#bookmark11)

[ГЛАВА 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР В ПРОМЫШЛЕННОСТИ 91](#bookmark14)

1. [Особенности формирования информационной базы для проведения исследований отраслевых рыночных структур 91](#bookmark15)
2. [Методологические подходы к оценке структуры отраслевого и товарного рынка 99](#bookmark17)

[*2.2.1 Проблема выбора показателя размера фирмы* 99](#bookmark19)

1. *Развитие методики определения показателя рыночной концентрации* 106
2. *Взаимосвязь количественных и качественных характеристик структуры отраслевого рынка* 122
3. [Оценка рыночного потенциала промышленных предприятий в рамках существующей отраслевой структуры 136](#bookmark41)

ГЛАВА 3. ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОСТОЯЛИ И РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА НА ПРИМЕРЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ 150

* 1. [Отрасль и промышленность в системе экономических отношений 150](#bookmark49)
  2. Состояние и тенденции развития промышленности Ставропольского края 178
  3. [Характеристика производства строительных материалов в Ставропольском крае 194](#bookmark62)
  4. [Анализ структуры отраслевого рынка строительных материалов 209](#bookmark67)

[**ГЛАВА 4. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК РЕЗУЛЬТАТ ВОЗДЕЙСТВИЯ ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ 224**](#bookmark69)

* + 1. [**Генезис основных этапов и подходов стратегического управления 224**](#bookmark71)
    2. **Методология разработки стратегической матрицы «состояний среды» 233**
    3. [**Обоснование сущности позиций стратегической матрицы и выбора стратегических альтернатив 249**](#bookmark76)
    4. [**Реализация механизма формирования стратегии промышленных предприятий 259**](#bookmark80)

[**ЗАКЛЮЧЕНИЕ 273**](#bookmark86)

[**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 287**](#bookmark87)

[**ПРИЛОЖЕНИЯ 311**](#bookmark88)

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность темы исследования** обусловлена возникшим в послед­ние годы повышенным интересом во многих странах мира, включая Россию, к проблемам формирования и эффективного функционирования отраслевых рыночных структур. Динамичное развитие рыночных отношений обусловли­вает необходимость комплексного всестороннего изучения связей между от­дельными предприятиями внутри отраслевых структур, между структурой рынка и его результативностью. Проведение данных исследований на макро­уровне позволяет осуществлять эффективную промышленную и антимоно­польную политику внутри страны, выявлять приоритетные направления в участии в мировой торговле, решать целый ряд других проблем, направлен­ных на рационализацию структуры национальной экономики и выбор страте­гических направлений ее развития.

Повышенный интерес вызывают закономерности формирования и функционирования отраслей, рынков и отдельных предприятий, типы пове­дения предприятий и лежащие в их основе побудительные мотивы на раз­личных типах рынков, отражение этого поведения, как на товарном и отрас­левом рынке, так и на экономике страны в целом.

Для России этот круг вопросов еще более актуален в сравнении с дру­гими странами, поскольку на путь развития рыночных отношений она пере­шла не так давно и в настоящее время все еще происходит процесс становле­ния нормативной базы по антимонопольной политике, меняются подходы к классификации отраслей и отдельных видов экономической деятельности. Происходящие изменения обусловлены, прежде всего, интеграционными процессами на уровне макроэкономики, вовлечением России в общемировую хозяйственную систему.

На уровне функционирования отдельных предприятий в рамках отрас­левого рынка весьма значимыми являются проблемы идентификации товар­ных рынков, анализ факторов, определяющих их структуру, оценка уровня концентрации, исследование барьеров входа на рынок и выхода с него. В ре­зультате такого рода аналитических исследований предприятие как субъект рынка может адекватно оценить внешнюю среду, выявить распределение сил в конкурентной борьбе и выработать основные направления по созданию и развитию конкурентных преимуществ. При этом специфика структуры кон­кретного отраслевого либо товарного рынка является важным фактором раз­работки стратегической политики предприятия, разработки его миссии, це­лей и задач.

В то же время структура современных типов рынков достаточно мо­бильна и нередко характеризуется высокой степенью неопределенности, по­этому классические модели и подходы к ее анализу должны постоянно со­вершенствоваться. Это требует продолжения исследования подходов к оцен­ке, функционированию и развитию отраслевых структур, а также определе­ния вектора их стратегического развития в условиях социально- экономических и институциональных преобразований в стране.

**Степень разработанности проблемы.** Исследование проблем оценки структур современных отраслевых и товарных рынков достаточно разнопла- ново и представляет обширную область экономического анализа как по чис­лу теоретических, так и эмпирических исследований.

В рамках изучения отраслевых рынков традиционно выделяют две ос­новных школы - Гарвардскую и Чикагскую. Представители первого направле­ния стоят у истоков зарождения этой науки и основное внимание при изучении рынка уделяют основным условиям, определяющим структуру рынка в рамках парадигмы *ШгиШге-согкЯаМ-рег/огтапсе»* (структура - поведение - результат). Такой подход нашел отражение и развитие в работах ряда зарубежных авторов: Дж. Бейна, А. Маршалла, Э. Мейсона, Дж. Робинсон, Г. Хоттелинга, Э. Чембер- лина и целого ряда др.

Представители Чикагской школы в большей степени акцентируют вни­мание на исследовании проблемы экономического выбора, нежели на характе­ристике отраслей. Однако результаты их исследований позволяют рассматри­вать отдельных участников отраслевых рынков с позиции принятия ими опти­мизационных решений: А.Алчиан, С.Вайцзекер, Р.Гильберг, А.Диксит, Р.Кейвз, Р.Коуз, М.Кэссон, М.Спенс, Дж.Стиглер, О.Уильямсон, Р.Шмалензи и др.

Современная экономика отраслевых рынков характеризуется сближением обоих подходов, что нашло отражение в работах более позднего периода Адельмана М., Баумоля В., Бертрана Дж., Курно А., Дэйвиса А., Демсеца Г., Эджуорта Ф., Фамы А., Холла М., Тайдмена Н., Ханы Л., Харта П., Хиршмана

1. , Меклинга В., Йонга Г., Квока Дж., Панзара Дж., Сойера М., Шмалензи Р., Сраффы П., Штакельберга, Тейля Г., Ванломмеля Э. и др.

Значительный вклад в адаптацию западных методик к российской дейст­вительности, а также их существенное дополнение и развитие внесли отечест­венные экономисты С.Б. Авдашева, А.Д.Вурос, Н.М. Розанова, Ю.В.Тарануха,

1. С.Третьяк и другие.

Поскольку в работе затрагивалась тема стратегического управления и планирования, то были проанализированы работы классиков экономической теории и известных ученых, посвященные этому направлению: И.Ансоффа, К.Боумена, Ф. Вирсемы, П.Дойля, П. Друкера, Г. Минцберга, А.Дж. Стриклен- да, А. Томпсона, М.Трейси и др., а также отечественных авторов: O.A. Вихан- ского, B.C. Ефремова, О.П. Коробейникова, B.C. Кузнецова, П.П. Логинова, Н.П. Масленниковой, И.В. Мишуровой, С.А. Попова, B.C. Соловьева, H.H. Тре­нева, Э.А.Уткина, P.A. Фатхутдинова и др.

Тем не менее, уровень научной разработки проблемы оценки структуры отраслевых рынков в условиях институциональной трансформации хозяйствен­ной жизни, степень изучения их внутренних экономических связей, механизма формирования и функционирования представляются далеко не исчерпывающи­ми и не приобрели завершенной стадии. Дискуссионность, недостаточный уро­вень познания и противоречивость подходов предопределили выбор темы ис­следования, его цели и основные задачи.

**Цель и задачи исследования.** Цель диссертационной работы состоит в теоретико-методологическом обосновании концептуальных подходов к оценке структуры отраслевых и товарных рынков и выявлению на этой осно­ве направлений дальнейшего развития отдельных промышленных предпри­ятий с учетом особенностей стратегического управления.

Алгоритм достижения поставленной цели предусматривает последова­тельное решение обширного диапазона задач, агрегированного в четыре бло­ка:

* 1. Формирование подходов к определению сущности отраслевого и то­варного рынка и его типизации:
* анализ основных предпосылок и этапов зарождения экономики отрас­левых рынков;
* определение особенностей экономической природы отраслевых и то­варных рынков и разработка когнитивных схем их представления на основе сложившихся взаимосвязей основных элементов рынка;
* выявление и теоретическое обоснование особенностей отраслевых рынков с целью всесторонней их типизации;
* разработка и теоретическое обоснование авторских позиций по типо­логии отраслевых рынков с учетом ряда основных критериев, применяемых для характеристики рынков с позиции конкуренции.
  1. Разработка механизма исследования отраслевых рыночных структур в промышленности: х
* характеристика особенностей формирования информационной базы, используемой для проведения анализа отраслевых рыночных структур;
* разработка алгоритма нахождения показателя размера фирм, учиты­вающего ресурсные и рыночные характеристики предприятия;
* анализ существующих методик количественной оценки структуры от­раслевых рынков и разработка нового показателя рыночной концентрации.

1. Эмпирический анализ состояния и развития отраслевого рынка:

* теоретико-методологический анализ сущности отрасли в современной системе хозяйствования с целью выявления ее отличительных особенностей как совокупности видов экономической деятельности;
* характеристика современных подходов к классификации отраслей и ее расширение;
* характеристика состояния и тенденций развития промышленности Ставропольского края;
* анализ основных тенденций развития отрасли строительных материа­лов Ставропольского края;
* апробация авторских методик при анализе структуры отраслевого рын­ка.

4. Выработка подходов к оценке стратегического поведения промыш­ленного предприятия как результата воздействия отраслевых рыночных структур:

* теоретико-методологический анализ подходов к построению страте­гических матриц и разработка авторской методики их построения с учетом особенностей состояния и типов развития отраслевой структуры;
* разработка альтернативных направлений стратегических решений для отдельных промышленных предприятий с учетом занимаемой ими позиции на рынке и особенностей функционирования отраслевого рынка;
* модификация предложенной методики построения стратегической матрицы с целью ее применения для «портфельного» анализа основных ви­дов экономической деятельности промышленных предприятий;
* апробация авторских методик позиционирования и обоснование стра­тегических решений *для* отдельных промышленных предприятий Ставро­польского края.

**Объектом исследования** являются отраслевые и товарные рынки, осо­бенности их функционирования и развития и промышленные предприятия как основные участники отраслевых рыночных структур.

**Предметом исследования** выступает совокупность теоретических, ме­тодологических, методических и практических вопросов, связанных с оцен­кой структуры отраслевого рынка и стратегией развития промышленного предприятия в зависимости от результатов этой оценки.

**Теоретико-методологическая основа исследования.** Общеметодоло­гические принципы исследования базируются на использовании научных ме­тодов познания, диалектики развития отраслевых рынков в условиях рыноч­ной трансформации экономики России и определения направления их дви­жения в изменяющихся институциональных и социальных условиях ее функ­ционирования.

В работе используются концептуальные положения системного подхо­да и когнитивной методологии к исследованию качественной и количествен­ной структуры отраслевых рынков, а также ее воздействия на процесс разра­ботки стратегических решений.

В концепции диссертационного исследования объективно на конструк­тивной основе использованы достижения экономической науки и практики, обобщен зарубежный и отечественный опыт разработки инструментарно- методических средств, используемых для оценки структуры отраслевых рынков и стратегического планирования.

**Инструментарно-методический аппарат.** В работе доказательная ба­за полученных результатов формировалась и осуществлялась посредством использования общенаучных методов познания экономических явлений, та­ких как: абстрагирование, логический и сравнительный анализ, синтез, а также экономико-математические методы и модели. Использовались таблич­ные и графические методы исследования. Каждый из них применялся адек­ватно его функциональным возможностям, что позволило обеспечить аргу­ментированность и достоверность обобщений, выводов и положений диссер­тационной работы.

**Информационно-эмпирическая база исследования** сформирована на основе законодательных и нормативных документов Российской Федерации (официальных данных федеральных и региональных органов государствен­ной статистики, органов Федеральной Антимонопольной Службы и ее струк­турных подразделений), опубликованных в ежегодных справочниках, а также находящихся на электронных носителях этих организаций в сети Internet.

Информационно-аналитической основой диссертационной работы по­служили: монографическая литература результатов исследования зарубеж­ных и отечественных ученых, общеэкономических и специальных изданий, материалы международных, всероссийских, региональных, межвузовских и внутриуниверситетских научных, научно-методических и научно- практических конференций, симпозиумов, семинаров, а также аналитические обобщения, разработки проблем оценки структуры отраслевых рынков, про­веденные автором.

Диссертационная работа выполнена в рамках Паспорта специальности ВАК 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством, раздела 15 Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплек­сами; п. 15.4. Инструменты внутрифирменного и стратегического планиро­вания на промышленных предприятиях, в отраслях и комплексах, п. 15.9. Инструменты функционирования товарных рынков с ограниченной и разви­той конкуренцией в условиях глобализации мировой экономики и свободной торговли.

**Концепция диссертационного исследования** состоит в теоретических положениях и научной позиции автора, согласно которым развитие отрасле­вого рынка, совокупность его качественных и количественных характеристик оказывают существенное влияние на процессы стратегического управления. При этом состояние отраслевого и товарного рынков может быть представ­лено с позиции циклов развития социально-экономической среды их функ­ционирования (низкодифференцированного, конкуренции, роста, упадка),

и

что проявляется в жизненном цикле любого объекта. Эти состояния могут рассматриваться как поля стратегической матрицы, что дает возможность учесть динамику и особенности развития как отдельных промышленных предприятий, так и отраслевого рынка. Такой методологический подход по­зволяет выявить особенности функционирования отдельных промышленных предприятий в рамках отраслевого рынка и использовать эти выводы в даль­нейшем в процессе позиционирования предприятия и разработки альтерна­тивных стратегических решений по повышению рыночной власти, созданию и реализации конкурентных преимуществ.

Теоретическое и прикладное направления в исследовании позволяют позитивно решать методические проблемы формирования, механизма функ­ционирования и оценки отраслевых рынков: в рамках отдельного предпри­ятия — для корректировки стратегической политики; в рамках региона - для выявления перспективных и проблемных предприятий; в рамках государст­венной отраслевой политики - для оценки угрозы монополизации рынка и усиления рыночной позиции отдельных предприятий.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Содержание понятия «отраслевого рынка» может быть охарактери­зовано особенностями взаимодействия таких структурных элементов как то­варный рынок, спрос, предложение, рыночная инфраструктура, ресурсы, ви­ды экономической деятельности. Наиболее полно отразить существующие взаимосвязи между этими характеристиками, а также визуально их изобра­зить позволяет построение когнитивной модели, выступающей как объект- заменитель изучаемой предметной области. С целью лучшего восприятия изучаемой категории отраслевого рынка, он может быть представлен в виде двух составляющих — рыночной, включающей спрос и рыночную инфра­структуру, и производственной, в которую вошли такие элементы, как виды экономической деятельности и предложение продукции на отдельных товар­ных рынках.

1. Происходящие процессы интеграции российской системы в общеев­ропейскую систему сбора и предоставления отраслевой информации по ви­дам деятельности неизбежно приводят к изменению экономического содер­жания понятия «отрасль». Отрасль как сложная экономическая категория бу­дет представлять собой совокупность предприятий, осуществляющих один или несколько схожих по ряду признаков видов экономической деятельности. При этом продукция отраслей формирует предложение отраслевого рынка, а продукция предприятий, входящих в отрасль в рамках осуществляемых видов экономической деятельности, может рассматриваться как предложение на то­варном рынке.
2. Существующая типология отраслевых и товарных рынков достаточ­но разнообразна, в то же время основным критерием выделения типов отрас­левых рыночных структур принято считать уровень конкуренции на рынке. При этом выделяются четыре основных типа рынка (монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, совершенная конкуренция). Однако в «чистом» виде указанные типы рынков практически не встречаются, что обу­словливает возможность существования переходных типов рыночных струк­тур, сочетающих в себе в разной степени ключевые характеристики основ­ных типов рынка.
3. При оценке уровня рыночной концентрации используют показатель доли хозяйствующих субъектов на рынке, определяемый на основе выбран­ного показателя размера фирм. Однозначного подхода к определению по­следнего не существует (это могут быть активы предприятия, численность работников, объемы перевозок и т.п.). В то же время показатель размера фирм должен учитывать как рыночное положение промышленного предпри­ятия, выраженное через объем реализованной продукции, так и ряд других показателей, характеризующих наличие основных ресурсов предприятия и его производственную мощность, что позволит более объективно отразить характер распределения рыночных долей между участниками рынка.
4. Для характеристики структуры отраслевых и товарных рынков ис­пользуются показатели рыночной концентрации, большинство из которых далеко не в полной мере выполняют основные классические предпосылки, предъявляемые к такого рода показателям. Индекс рыночной концентрации должен основываться на построении кривой концентрации, что позволяет учесть такие характеристики отраслевого рынка как доля предприятий, их число, степень неравенства фирм, а также оценить вклад каждого промыш­ленного предприятия в совокупную рыночную концентрацию отдельного то­варного рынка.
5. Рыночный потенциал промышленного предприятия показывает по­тенциальную возможность отдельного хозяйствующего субъекта оказывать существенное влияние на условия обращения товара на отдельном рынке и затруднять доступ на рынок другим участникам. Такие действия возможны лишь при наличии рыночной власти, обусловленной значительной рыночной долей предприятия. Тогда рост рыночной доли может рассматриваться как рост рыночного потенциала. Поскольку рыночная доля может быть пред­ставлена через показатели наличия и эффективности использования ресур­сов, то экстенсивные и интенсивные факторы ее формирования будут влиять и на изменение рыночного потенциала промышленного предприятия.
6. Структура отраслевого рынка оказывает существенное влияние на разработку стратегии каждого участника рынка. При этом отраслевой рынок может быть представлен с позиции развития и типов состояния, присущих любой социально-экономической системе. В этом случае типы состояний системы будут рассматриваться как поля стратегической матрицы позицио­нирования промышленных предприятий, а показатели, отражающие структу­ру отраслевого рынка и положение предприятия на нем - как исходные пара­метры для построения стратегической матрицы.
7. Позиционирование промышленного предприятия на поле стратеги­ческой матрицы позволяет не только охарактеризовать его положение отно­сительно других участников рынка, но и дает возможность составить набор альтернативных стратегических решений, включающих совокупность оборо­нительных и наступательных стратегий, стратегий конкуренции и диверси­фикации, стратегий, учитывающих ситуацию на рынке и положение пред­приятий на нем.

9. Построение «портфельной» матрицы позволяет позиционировать от­дельные бизнес-единицы или виды продукции промышленного предприятия и разрабатывать инвестиционные решения в области формирования бизнес- портфеля предприятия. При этом типы состояний товарного рынка будут об­разовывать поля «портфельной» матрицы, а в качестве параметров ее по­строения будут выступать показатели структуры товарного рынка, рента­бельности отдельного вида продукции и его доли в суммарном объеме вы­пуска продукции предприятием.

**Научная новизна диссертационного исследования** заключается в развитии теоретико-методологического обоснования экономического содер­жания, структуры и методических подходов, характеризующих структуру со­временных отраслевых и товарных рынков, которая оказывает влияние на выбор стратегических альтернатив поведения отдельных промышленных предприятий.

Конкретные результаты исследования, обладающие научной новизной, следующие:

* 1. Теоретически обоснована авторская трактовка категории «отрас­левой рынок», содержанием которой является отражение особенностей взаи­модействия таких структурных элементов отраслевого рынка, как товарный рынок, виды экономической деятельности, рыночная инфраструктура, ресур­сы, спрос, предложение, что позволяет рассматривать отраслевой рынок как взаимодействие двух его основных сфер - производственной и рыночной.
  2. Определены трансформационные изменения экономического со­держания понятий «отрасль» и «промышленность», вызванные происходя­щими процессами интеграции российской системы в общеевропейскую сис­тему сбора и предоставления отраслевой информации, что позволило учесть особенности развития отраслевых структур в российской экономике (в част­ности, объединение определенных видов экономической деятельности в классы будет соответствовать традиционному понятию «отрасль», а в под­классы — подотрасль; продукция отраслей будет формировать предложение отраслевого рынка, а отдельных видов экономической деятельности - товар­ного рынка).
  3. Выявлены возможные переходные состояния типа рынка между монополией, монополистической конкуренцией и олигополией на основе ис­пользования теории нечетких множеств, что дало возможность определить вероятные сочетания ключевых характеристик отраслевых рынков (рыночная доля, взаимозаменяемость товаров, взаимозависимость продавцов, условия входа и контроль над ценами) с целью выявления соответствующего нового подтипа рынка.
  4. Предложена методика определения показателя размера фирм, ис­пользуемого для определения рыночной доли предприятия, позволяющая учесть в виде интегрированной доли ресурсы промышленного предприятия (наличие основных и оборотных фондов, трудовых ресурсов и др.), произ­водственную мощность и объем реализованной предприятием продукции, что дает возможность более объективно оценивать характер распределения рыночных долей между промышленными предприятиями и объединять под­ходы к определению показателя размера фирм, используемые при осуществ­лении антимонопольной политики.
  5. Разработана методика определения, альтернативного существую­щим, показателя рыночной концентрации, учитывающего ряд количествен­ных характеристик структуры отраслевого рынка (долю фирм, их число, среднюю долю, степень неравенства, фирм в соответствии с их вкладом в формирование совокупной рыночной концентрации), использование которо­го позволяет учесть большинство условий, предъявляемых к классическим коэффициентам рыночной концентрации, и избежать недостатков, присущих другим показателям оценки уровня концентрации рынков (в частности, по­лучение верных результатов расчетов при анализе таких типов рынка, как со­вершенная конкуренция и монополия).
  6. Обоснована методика определения рыночного потенциала пред­приятия, включающая анализ положения хозяйствующего субъекта на товар­ном рынке (сравнение рыночных долей, выраженных через показатели нали­чия и использования ресурсов) и анализ уровня эффективности его деятель­ности в сравнении со среднеотраслевыми значениями (определение экстен­сивных и интенсивных факторов формирования рыночной доли), что позво­ляет определять резервы увеличения рыночной доли, и, соответственно, уси­ления рыночной власти промышленного предприятия.
  7. Представлена новая стратегическая матрица, учитывающая коли­чественные (рыночная доля предприятия, уровень концентрации отраслево­го рынка) и качественные (рентабельность активов предприятия, темп роста рынка) показатели как промышленных предприятий, так и отраслевого рын­ка, позволяющая рассматривать позиционирование и развитие промышлен­ного предприятия в контексте основных состояний развития социально- экономических системы (рост, упадок, конкуренция, низкодифференциро- ванное состояние) и типов ее развития (прогресс, регресс, изогресс).
  8. Сформирован набор альтернативных стратегических решений, учитывающих эффективность функционирования предприятия, стадию раз­вития отраслевого рынка, уровень рыночной концентрации и фактическую рыночную долю субъекта рынка в процессе определения возможных направ­лений удержания и развития конкурентных преимуществ отдельного про­мышленного предприятия.
  9. Выработана новая методика построения «портфельной» матрицы, согласно которой позиционирование отдельных видов экономической дея­тельности предприятия происходит с учетом его внутренних характеристик (рентабельность продукции, доля продукции в суммарном выпуске предпри­ятия) и характеристик структуры товарного рынка с целью разработки инве­стиционных решений в области формирования бизнес-портфеля предприятия с учетом занимаемой позиции отдельного вида производства (вида экономи­ческой деятельности).

**Теоретическая и практическая значимость исследования.** Теорети­ко-методологические и методические положения, предложенные в работе, существенно дополняют и расширяют сложившуюся систему оценки струк­туры отраслевых рынков и стратегического планирования. Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в разработке подходов к классификации отраслевых рынков, обосновании направлений оценки кон­курентной среды отраслевых и товарных рынков, а также разработке страте­гической матрицы и выбора альтернативных стратегических решений на ее основе.

Исходя из этого, положения и результаты исследования могут быть ис­пользованы:

* институтами государственной власти в определении перспективных и проблемных промышленных предприятий, а также хозяйствующих субъек­тов, определяющих тип технологического уклада региона;

- отдельными промышленными предприятиями для оценки состояния отраслевого рынка и уточнения на этой основе своих конкурентных позиций, а также для позиционирования отдельных видов экономической деятельно­сти;

* в практической деятельности Федеральной Антимонопольной службы и ее органов для оценки конкурентной среды на отраслевых и товарных рын­ках;
* в качестве научно-исследовательского материала и информационного источника при изучении проблем анализа и характеристики отраслевых структур и вопросов стратегического планирования, выполнении грантов различного уровня, а также в учебном процессе при разработке программ, учебных планов, методического обеспечения и преподавания целого ряда экономических дисциплин: «Экономика отраслевых рынков», «Стратегиче­ское планирование», «Менеджмент», «Экономика отрасли».

**Апробация результатов исследования.** Основные научные положения и результаты диссертационного исследования докладывались на международ­ных, российских и региональных научных, научно-практических и научно- методических конференциях.

Исследования, представленные в диссертации, разработанные модели и методы прошли апробацию и использованы в практической деятельности ря­да промышленных предприятий и муниципальных образований Ставрополь­ского края в части оценки конкурентной среды и разработки стратегических решений.

Полученные результаты исследования нашли отражение в монографи­ческих работах, применяются при подготовке специалистов и магистров по программам ВПО Министерства образования и науки Российской Федерации в Ростовском государственном экономическом университете (РИНХ), Южно­Российском государственном техническом университете (НПИ), Северо­Кавказском государственном техническом университете.

По теме диссертационного исследования опубликованы 39 печатных ра­бот общим объемом 54,6 авторских печатных листа, в том числе 3 монографии, 8 статей в периодических изданиях, рекомендованных ВАК Минообрнауки Российской Федерации.

**Логическая структура и объем диссертационной работы.** Цели и за­дачи диссертационной работы определили логическую ее последовательность и объем. Диссертация включает введение, четыре главы, содержащих 15 пара­графов, заключение, библиографический список из 280 источников, 23 прило­жения, проиллюстрирована 54 таблицами, 23 рисунками.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интерес к аспектам поведения предприятий внутри существующей от­раслевой структуры появился достаточно давно и в западной теории был представлен двумя основными направлениями, пропагандируемыми предста­вителями гарвардской и чикагской школ. В рамках первого направления ос­новное внимание уделяется факторам формирования структуры рынка в кон­тексте исследования их взаимосвязей как «структура-поведение-результат». Второе направление в большей степени исследует проблему экономического выбора, с которой сталкиваются производители и потребители, и рассматри­вает закономерности принятия оптимизационных решений, а не характери­стику отраслей. В настоящее время происходит сближение обоих подходов и появления множества различных течений в исследовании отраслевых рын­ков.

Для отечественной экономики становление этой науки только начина­ется, поскольку период ее зарождения в прошлом веке был прерван измене­нием формы хозяйствования в России и протекал как развитие социалистиче­ской экономики. В течение целого ряда десятилетий для централизованной экономики России была присуща отраслевая структура промышленности, ха­рактеризующаяся наличием определенного числа базовых отраслей с высо­ким уровнем технологической специализации и межотраслевого продукто­вого обмена, высокой степенью иерархии построения систем управление и, в большинстве случаев, отсутствием диверсификации и вертикальной интегра­ции.

Переходное состояние российской экономики обусловливает появле­ние повышенного теоретического и практического интереса к аспектам пове­дения рыночных структур, методик к их оценке и использованию получен­ных результатов для целей стратегического планирования.

В ходе анализа исследуемой проблематики было выявлено и предло­жено следующее:

1. Определение авторского подхода к понятию «отраслевого рынка». С этой целью в работе была использована когнитивная методология. Из всего многообразия экономических элементов, формирующих структуру рынка как такового, было выбрано пять основных характеристик. При этом исходили из того, что сущностное содержание любого объекта, как правило, характеризу­ется 3-7 основными качественными характеристиками.

Для более глубокого с точки зрения существующих взаимных связей и визуального представления отраслевого рынка было использовано построе­ние пентаграммы, которая является весьма информационным графическим представлением изучаемой предметной области, кроме того, она весьма со­держательна и используется для интерпретации сложных систем. Пента­грамма в рамках исследований выступает как некий объект-заменитель изу­чаемого объекта отраслевого рынка. В качестве основных системообразую­щих элементов были использованы такие экономические категории, как спрос, предложение, ресурсы, рыночная инфраструктура и виды экономиче­ской деятельности. При этом первая пара компонентов традиционно исполь­зуется для описания понятия «рынок» и содержит необходимые противоре­чия; ресурсы являются базовым элементом, необходимый для осуществления функционирования всей системы, институты рыночной инфраструктуры по­зволяют осуществлять эффективное взаимодействие спроса и предложения. Вид экономической деятельности будет характерен именно для отраслевого рынка.

Составленная пентаграмма была преобразована в категориальный ма­ятник, являющийся также когнитивным средством. С целью лучшего воспри­ятия изучаемой категории отраслевого рынка, он был представлен в виде двух составляющих - рыночной, включающей спрос и рыночную инфра­структуру, и производственной, в которую вошли такие элементы, как «виды экономической деятельности» и «предложение». В результате было сформи­ровано определение отраслевого рынка, как сложной экономической катего­рии, представляющей собой совокупность рыночных субъектов, осуществ­ляющих рыночные отношения по перераспределению некого продукта (спрос и предложение) при непосредственном или косвенном участии других элементов рыночной инфраструктуры.

Следует отметить, что любой отраслевой рынок может рассматриваться как некая совокупность отдельных товарных рынков, продукция которых по классификационным признакам относится к определенному виду экономиче­ской деятельности. Соответственно, подходы к определению рынка, методи­ки его оценки и развития будут аналогичны для товарного и отраслевого рынка с тем лишь отличием, что при товарном рынке будет анализироваться один вид экономической деятельности, а при отраслевом - несколько видов, схожих с точки зрения используемой технологии, ресурсов и выхода готовой продукции.

2. Обоснование положения о существовании переходных типов рыноч­ных структур между монополией и олигополией, между монополистической конкуренцией и олигополией.

Отраслевой рынок характеризуется рядом признаков, которые позво­ляют проводить его типизацию. В ходе изучения соответствующих источни­ков было выявлено и обобщено 26 основных классификационных признаков и 91 соответствующий им тип рынка. Естественно, что в практической жизни и даже в целях различного рода исследований указанные характеристики и типы используются далеко не всегда. В исследовании отраслевых рынков чаще применяется их классификация в зависимости от степени конкуренции на рынке. При этом традиционно выделяют четыре основных типа: монопо­лию, олигополию, монополистическую конкуренцию и чистую (совершен­ную) конкуренцию.

В «чистом» виде указанные типы рынков не встречаются, существуют некие промежуточные формы между ними. Основные подтипы, которые вы­деляются при исследовании рынков, как правило, основного критерия выде­ления используют число покупателей. Однако большинство моделей, исполь­зуемых для описания рыночной структуры, рассматривают их в основном со стороны фирм как основных участников рынка. Поэтому в целях типизации рынков были использованы такие критерии, как рыночная доля, взаимозаме­няемость товаров, взаимозависимость продавцов, условия входа и контроль над ценами. Указанные характеристики, в основном, не имеют четких коли­чественных значений, что обусловило применение теории «нечетких мно­жеств» в целях дальнейшего анализа. Соотнеся указанные характеристики с существующими типами рынка, были построены функции принадлежности множеств типов рынка и в результате найдены их объединения, которые мо­гут трактоваться как некие переходные состояния между существующими типами рынков: от монополистической конкуренции к олигополии, от олиго­полии к монополии. При этом выделенные состояния могут характеризовать­ся определенным набором рассмотренных критериев, т.е. сочетать в себе в различных пропорциях основные характерные черты «чистых» типов рынка.

3. Обоснование авторской методики определения показателя размера предприятия, использующегося для оценки структуры отраслевого и товар­ного рынка.

Количественная оценка структуры рынка предполагает выявление ос­новных производителей, определения их рыночной доли и оценку уровня рыночной концентрации. Для нахождения рыночной доли, как правило, ис­пользуется показатель размера фирмы, основанный на объеме реализации продукции. Однако присутствуют и другие подходы, например, по активам, численности занятых и др. С целью их объединения предложен подход, ос­нованный на методике балльных оценок, позволяющий учесть как объем реализации, так и другие факторы, относящиеся к деятельности предприятия и обеспечивающие ее эффективность. В этом случае показателем размера фирмы будет некая интегрированная доля, учитывающая удельный вес каж­дого предприятия в основных ресурсах, а также в объеме реализации. Полу­ченный показатель будет более точен и объективен, поскольку при его расче­те учитывается целый ряд характеристик, содержащих имеющиеся ресурсы предприятия, его потенциальные возможности и конечный рыночный ре­зультат.

4. Авторская методика определения показателя рыночной концентра­ции.

С целью анализа оценки уровня концентрации рынка определяются ос­новные показатели, позволяющие сделать предварительную оценку степени монополизации рынка, равномерности (или неравномерности) присутствия на нем хозяйствующих субъектов. Таких показателей достаточно много, од­нако чаще используются такие, как индекс концентрации, индекс относи­тельной концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс Холла- Тайдмена, индексы Джини и Линда, дисперсия логарифмов рыночных долей, индекс энтропии.

В качестве альтернативного показателя рыночной концентрации пред­ложен коэффициент, в основе расчета которого лежит построение кривой концентрации и линии абсолютного равенства. При этом расстояние между ними будет показывать отклонение кумулятивной фактической рыночной доли от кумулятивной доли при равенстве распределения для каждого из предприятий, функционирующих на рынке. В соответствии со значением расстояния предприятия ранжируются, а затем проставленные ранги преоб­разуются в весовые коэффициенты. В результате совокупный коэффициент концентрации может быть найден как сумма произведений рыночной доли и веса каждого предприятия. При таком подходе учитываются абсолютно все условия к классическим коэффициентам концентрации (в основе расчета ле­жит построение кривой концентрации; индекс принимает значения в интер­вале от нуля до единицы; вхождение новых фирм на рынок будет увеличи­вать число проставляемых рангов и их сумму и, соответственно, снижать уровень концентрации; слияния фирм будут уменьшать число рангов и их сумму, то есть приводить к росту коэффициента концентрации). Кроме того, предложенный индекс обладает целым рядом преимуществ в сравнении с другими аналогичными индексами.

5. Определение рыночного потенциала предприятия на основе выявле­ния экстенсивных и интенсивных факторов формирования его рыночной до­ли.

Выявленная структура отраслевого рынка дает возможность оценить рыночный потенциал хозяйствующих субъектов, что является необходимым этапом для осуществления дальнейших решений по стратегическому плани­рованию. При этом, для оценки потенциала используют три подхода: струк­турный подход, подразумевающий анализ положения хозяйствующего субъ­екта на товарном рынке; анализ степени эффективности его деятельности; анализ зависимости показателей деятельности фирмы от показателей дея­тельности конкурентов.

С целью объединения указанных подходов в работе предложено опре­делять уровень рыночного потенциала с позиции факторов формирования его рыночной доли. Последняя может быть представлена через показатели нали­чия и использования ресурсов как отдельной фирмой, так и в целом по ана­лизируемому рынку, что позволит выделить отдельное влияние экстенсив­ных факторов (т.е. объемов ресурсов) и интенсивных факторов (их использо­вания). При этом возможные пути увеличения рыночной доли, т.е. рыночный потенциал предприятия, будут определяться либо преимущественно экстен­сивными факторами его развития (увеличение объемов ресурсов при неиз­менном уровне эффективности их использования; либо преимущественно интенсивными факторами (повышение эффективности использования ресур­сов, до среднеотраслевых значений); либо при одновременном воздействии обоих факторов развития предприятия. Такой подход позволяет определить возможные направления достижения потенциальных рыночных возможно­стей хозяйствующего субъекта.

6. Авторский подход к экономическому содержанию понятия «от­расль».

Происходящие процессы глобализации, интенсивное вовлечение рос­сийской экономики в мировую хозяйственную систему привело к изменению функционирования отраслей, появлению корпоративных структур в эконо­мике, а также к изменению подходов к классификации отраслей на макро­уровне, в частности на смену традиционному «Общесоюзному классифика­тору отраслей народного хозяйства» (ОКОНХ) пришел «Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» (ОКВЭД). Между этими документами существуют значительные отличия, повлекшие за собой изме­нения категориального аппарата и подходов к оценке структуры отрасли. Прежде всего, это вызвано отсутствием в ОКВЭД таких понятий как «от­расль» и «промышленности», принятием в качестве основной единицы груп­пировки не отраслей, а видов деятельности и целым рядом других измене­ний. Однако полностью отойти от таких понятий, как «отрасль», «отраслевая структура», на наш взгляд, кажется нецелесообразным. Эти понятия должны быть сохранены в силу целого ряда причин: в целях государственного стра­тегического планирования; для статистического изучения экономических преобразований; для составления межотраслевых балансов; для изучения ди­намики и структуры промышленности (в широком смысле) и т.д.

В рамках изменившихся подходов к системе отраслевой статистики для определения были использованы общие характеристики, встречающиеся и в ОКОНХ, и в ОКВЭД. При этом отрасль как сложная экономическая катего­рия будет представлять собой совокупность предприятий, осуществляющих один или несколько различных видов экономической деятельности. С точки зрения потребителей, продукция отраслей представляет собой определенного рода товарные группы, которые, в свою очередь, формируют товарные от­раслевые рынки. При выделении отрасли из всей совокупности видов эко­номической деятельности ключевыми экономическими характеристиками будут: экономическое назначение производимой продукции, кадровый по­тенциал, характер воздействия на предмет труда, характер функционирова­ния продукции в производственном процессе, однородность применяемого сырья и общность технологических процессов. На развитие современной от­расли оказывают воздействие значительное число факторов и условий, в ча­стности, научно-инновационный и инвестиционный потенциал, развитость бизнес-инфраструктуры, административные ресурсы федеральных, отрасле­вых и межрегиональных рынков, человеческий капитал.

При этом воздействие внешней среды обусловлено влиянием таких факторов, как политические, нормативно-правовые, экономико- географические, научно-технические, социально-демографические, социаль­но-культурные и экологические.

Предприятия, функционирующие в рамках отрасли, выступают субъек­тами предложения в рамках осуществляемых ими видов экономической дея­тельности. При этом продукция отраслей формирует предложение отраслево­го рынка, а продукция предприятий, входящих в отрасль в рамках осуществ­ляемых видов экономической деятельности может рассматриваться как пред­ложение на товарном рынке, или рынке услуг.

Значительные изменения затронули и такую классическую отрасль ма­териального производства как промышленность. В современном классифика­торе такое понятие просто не встречается. Это обусловило вычленение из существующего ОКВЭД тех видов экономической деятельности, которые традиционно относились к промышленности. В результате современную промышленность будут образовывать шестнадцать основных видов эконо­мической деятельности, два из которых относятся к добывающим производ­ствам *{раздел С)* (топливная промышленность, черная и цветная металлур­гия) и четырнадцать к обрабатывающим *(раздел П)* производствам: произ­водство пищевых продуктов, текстильное и швейное производство, произ­водство обуви, кожи и изделий из нее, обработка древесины и изделий из де­рева, целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность, производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов, химическое производство, производство резиновых и пластмассовых изде­лий, производство прочих неметаллических продуктов, металлургическое производство и производство готовых металлических изделий, производство машин и оборудования, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, производство транспортных средств и оборудо­вания, прочие производства.

7. Обоснование авторского подхода к построению стратегической мат­рицы.

Для разработки стратегической матрицы позиционирования предпри­ятий отраслевого рынка в работе использован подход, основанный на катего­риально-системной методологии. В этом случае с целью выявления качест­венного содержания отраслевого рынка была использована триада основных элементов, в числе которых выступали: объект-качество -отраслевой рынок, подкачество — это те элементы, которые передают основные содержательные характеристики изучаемого объекта, т.е. определенных количественные и ка­чественные характеристики исследуемого отраслевого рынка, интегративное качество - специфическая составляющая объекта исследования, с помощью которой достигается объединение подкачеств в основной объект, ее носите­лями выступают отдельные предприятия, функционирующие на рынке.

Рассмотренная триада элементов развивается по трем направлениям (прогресс, регресс, изогресс), что прослеживается в виде цикличности разви­тия экономики, и характеризуются четырьмя базовыми состояниями (низко - дифференцированным, конкуренции, роста, упадка), что проявляется в жиз­ненном цикле любого объекта.

Указанные состояния легли в основу построения матрицы и были пред­ставлены как поля стратегического планирования, в каждом из которых ука­занные объект, его подкачества и интегративные качества будут надлежащим образом взаимодействовать.

В качестве параметров, лежащих в основе построения матрицы предла­гается использовать две группы показателей (параметров), представляющих подкачества такого объекта исследования как отраслевой рынок. Это показа­тели, отражающие: рыночную результативность деятельности предприятия при сложившейся рыночной структуре - рыночная доля, отображающая фак­тическое рыночное положение фирмы, возможность воздвигать стратегиче­ские барьеры входа, оказывать влияние на другие фирмы и в целом на ры­ночную структуру; и показатель, отражающий результативность всей произ­водственно-хозяйственной деятельности, т.е. рентабельности активов. Другая группа показателей, используемых в предлагаемой модели стратегического планирования, отражает в совокупности рыночную структуру и содержит показатель рыночной концентрации, позволяющий сделать более точный вывод относительно степени конкуренции анализируемого отраслевого рын­ка, и тем роста рынка, отражающий динамику и интенсивность происходя­щих на рынке изменений.

При таком подходе стратегическое поле матрицы будет образовано че­тырьмя осями, две из которых относятся непосредственно к предприятию и определяют положение предприятия на рынке относительно других участни­ков и эффективность его функционирования, две других оси - сложившуюся отраслевую структуру и интенсивность ее развития.

Полученные поля могут быть охарактеризованы следующим образом: Низкодифференцированное состояние отраслевого рынка - достаточно нестабильное состояние, переходное из одного цикла развития в другой, со­ответствует низким значениям как количественных, так и качественных ха­рактеристик отраслевого рынка (нижний левый угол стратегической матри­цы).

Состояние упадка - достаточно высокие значения рыночной доли и концентрации, в то время, как качественные характеристики эффективности деятельности предприятия находятся ниже среднего уровня, а сам рынок также переживает состояние спада объемов реализации.

Конкурентное состояние - рыночные доли основных участников рынка достаточно низки или находятся на среднем уровне, рыночная конкуренция явно присутствует, отраслевой рынок находится в состоянии относительной стабильности или роста, что стимулирует участников рынка к проведению достаточно активных рыночных усилий по завоеванию и укреплению своих рыночных позиций.

Состояние роста - рыночное и производственное состояние исследуе­мого предприятия стабильно и эффективно, рынок растет, а фирма занимает на нем достаточно прочную позицию.

Для определения стратегической позиции предприятия необходимо оп­ределить фактическое значение уровня концентрации исследуемого отрасле­вого рынка и рыночной доли анализируемого предприятия; выбрать зоны, в которые попадают рассчитанные значения показателя темпа роста рынка и рентабельности активов, провести линии, соединяющие параллельные оси в выбранных точках (зонах); найти их точку пересечения, которая и будет оп­ределять позицию анализируемой фирмы на стратегическом поле матрицы.

Исходное поле матрицы в зависимости от уровня градации осей разби­то на 16 квадрантов, причем каждому состоянию отраслевого рынка соответ­ствует 4 квадранта, отражающие возможные различия в положении хозяйст­вующих субъектов в рамках одного и того же состояния.

Возможные направления движения фирмы, как правило, связаны с улучшением или стабилизацией существующей позиции, что подразумевает направленность действий по перемещению в более благоприятный участок поля матрицы, а, соответственно, вправо или вверх. Выбор определенной стратегии в каждом случае может быть представлен с учетом состояния рын­ка, а также особенностей рыночного положения и функционирования от­дельных предприятий, что также нашло отражение в работе.

8. Подход к построению «портфельной» матрицы по отдельным видам экономической деятельности хозяйствующего субъекта и разработка страте­гических решений для полученных областей стратегического позициониро­вания.

Предложенная методика позиционирования может быть преобразована в портфельную матрицу стратегического планирования, целью построения которой является определение позиций отдельных бизнес-единиц или видов продукции фирмы и определения возможных инвестиционных решений. При этом сущность показателей остается прежней, однако в качестве доли учиты­вается доля отдельного товара или вида экономической деятельности в сум­марном выпуске продукции предприятия, а в качестве рентабельности - рен­табельность отдельных видов продукции. Основной целью такого построе­ния является выбор перспективных видов продукции с учетом внутренних факторов эффективности на основе показателей доли и рентабельности и внешних факторов, выражаемых как степень интенсивности развития рынка и уровня его конкуренции. Полученное расположение отдельных видов про­дукции предопределяет возможные направления принятия решения относи­тельно ассортиментного набора для предприятия.

Представленные в работе методики были апробированы на основе дан­ных промышленности строительных материалов Ставропольского края. В качестве объекта исследования выступали предприятия, специализирующие­ся на выпуске кирпича строительного, число основных участников рынка на протяжении всего анализируемого периода остается неизменным (12), как и характер распределения рыночных долей между ними. В число лидеров вхо­дят такие предприятия, как ОАО «Цигель» (г.Зеленокумск), ЗАО «Завод сте­новых материалов и керамзита» (Шпаковский район) и ООО «Завод селикат- ного керпича» (г.Невиномысск). Распределение рыночных долей между ос­тальными участниками рынка достаточно равномерно. При этом доля боль­шинства предприятий формируется преимущественно за счет экстенсивных факторов. Лишь явные лидеры рынка наиболее эффективно используют имеющиеся ресурсы, что и определяет их лидирующее положение

Рассчитанные показатели рыночной концентрации позволили опреде­лить ее уровень, как умеренный, что теоретически может означать переход­ное состояние между монополистическим рынком и рынком олигополии, при этом основной вклад в формирование рыночной концентрации вносят три крупнейших предприятия Ставропольского края, специализирующиеся на выпуске кирпича строительного.

Согласно данным позиционирования анализируемых предприятий, большинство из них находились в позиции низкодифференцированного со­стояния (7). Пять предприятий заняли позицию в конкурентной зоне, из ко­торых явный лидер рынка ОАО «Цигель» (30,4%) в течение двух лет об­ласть роста *(Р1),* а в последнем периоде - зону конкуренции, достаточно близкую к состоянию роста. В соответствии с занятыми предприятиями по­зициями в работе предложен набор стратегических альтернатив для каждого из них.

Апробация методики построения стратегической матрицы нашла отра­жение и в результатах расчетов в целом по анализируемому рынку строи­тельных материалов. Как показали расчеты, большинство предприятий- лидеров анализируемой отрасли находятся в состоянии конкурентного рынка (ОАО «Железобетон» (20,3%), ЗАО «Стройдеталь» (24%), Изобильненский «Завод КПД» (18,1%) ГУП «Кочубеевский механизированный карьер» (10,8%)), одно из предприятий находится в зоне низкодифференцированного состояния (ОАО КПП «Кочубеевский»), одно предприятие занимает пози­цию в состоянии роста (ООО «Промстройинвест» (42, 5%)), а одно - в зоне конкуренции, однако близко к зоне роста (ОАО «Цигель») и два крупнейших лидера по добыче камня (ООО СП «Свободный труд» (51%) и ООО «Заря плюс» (43%)) - в зоне упадка, что объясняется значительным сокращением объемов этой отрасли в текущем периоде.

При этом отдельные товарные рынки, образующие отраслевой рынок строительных материалов, в целом имеют схожую структуру и динамику развития. Так, в рамках каждого ВЭД функционируют 2-3 достаточно круп­ных предприятия, рыночная доля которых колеблется от 10 до 40%; уровень концентрации в большинстве случаев умеренный; отделенные товарные рынки в рамках отраслевого имеют тенденцию к росту; большинство пред­приятий-лидеров находятся в конкурентном состоянии, что обеспечивает до­полнительные импульсы к их развитию.

Подводя итог, отметим следующее: формирование и развитие отдель­ных видов экономической деятельности в рамках отрасли обусловливает от­ветное развитие отраслевого и товарного рынка, поскольку отдельные ВЭД формируют его «ядро». Всестороннее изучение отраслевого и товарного рынка должно рассматриваться не только с точки зрения анализа уровня кон­куренции, но и лежать в основе дальнейшей работы по стратегическому пла­нированию, что позволит учесть характер и динамику рыночных процессов и разработать адекватные стратегии поведения на отраслевом рынке.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон «О защите конкуренции» № 135-ФЭ от 26 июля 2006 г. (в редакции от 8.11.2008) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> свободный. Загл. с экрана.
2. Федеральный закон «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспече­ния обороны страны и безопасности государства» № 57-ФЗ от 29 апреля 2008 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> свободный. Загл. с экрана.
3. Федеральный закон № 45-ФЗ от 23 марта 2007 «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> сво­бодный. Загл. с экрана.
4. Федеральный закон от 21.07.2005 №94-ФЗ «О размещении заказов на по­ставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> свободный. Загл. с экрана.
5. Положение о Федеральной антимонопольной службе (в ред. Постановле­ний Правительства РФ от 27.10.2006 N 628, от 28.11.2006 N 724, от 08.02.2007 N 83, от 28.03.2008 N 217, от 27.10.2008 N 786, от 07.11.2008 N 814, с изм., внесенными Решением Верховного Суда РФ от 30.07.2007 N ГКПИ07-320) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> свободный. Загл. с экрана.
6. Положение об информационной политике Федеральной антимонопольной службы от 6 июля 2008 т. № 510 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> свободный. Загл. с экрана.
7. Постановление Правительства Российской Федерации «Вопросы Феде­ральной антимонопольной службы» от 7 апреля 2004 г. № 189 (в ред. По­становлений Правительства РФ от 30.06.2004 N 331, от 29.05.2006 N 335, от 30.12.2006 N 841, от 28.03.2008 N 222, от 27.10.2008 N 786) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> свободный. Загл. с экрана.
8. Приказ ФАС России от 17.01.2006 №8 «О внесении изменений и дополне­ний в приказ ФАС России от 15.10.2004 № 140 «Об утверждении Правил рассмотрения дел о нарушениях организациями антимонопольного законо­дательства и иных нормативных правовых актов» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> свободный. Загл. с экрана.
9. Приказ ФАС России №213 от 23.09.2005 «Об утверждении Порядка опре­деления доминирующего положения лизинговых организаций на рынке ли­зинговых услуг» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> свободный. Загл. с экрана.
10. Приказ ФАС России №212 от 23.09.2005 «Об утверждении Порядка опре­деления доминирующего положения» [Электронный ресурс]. Режим дос­тупа: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> свободный. Загл. с экрана.
11. Приказ ФАС России «Об утверждении формы представления антимоно­польному органу сведений при обращении с ходатайствами и уведомле­ниями, предусмотренными статьями 27 - 31 ФЗ «О защите конкуренции на товарных рынках» от 25 июня 2008 г. [Электронный ресурс]. Режим досту­па: <http://www.fas.gov.ru/law.shtml> свободный. Загл. с экрана.