На правах рукописи

**Штапова Ирина Сергеевна**

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

**Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность**

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени

доктора экономических наук

**Ростов-на-Дону – 2010**

Работа выполнена в ГОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Научный консультант**: доктор экономических наук, профессор

Джуха Владимир Михайлович

**Официальные оппоненты**: доктор экономических наук, профессор

Боровская Марина Александровна

доктор экономических наук, профессор

Грузинов Владимир Петрович

доктор экономических наук, профессор

Колбачев Евгений Борисович

**Ведущая организация:** Северо-Кавказский государственный технический университет

Защита состоится «27» мая 2010 г., в 11-00 часов, на заседании диссертационного совета Д 212.209.01 в Ростовском государственном экономическом университете (РИНХ) по адресу: 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая 69, ауд. 231.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

Автореферат разослан «26» апреля 2010 г.

**Ученый секретарь**

**диссертационного совета,**

**доктор экономических наук, профессор Губанов А.В.**

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**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 изменении обусловлены, прежде всего, интеграционными процессами на уровне макроэкономики, вовлечением России в общемировую хозяйственную систему.

На уровне функционирования отдельных предприятий в рамках отраслевых рынков весьма значимыми являются проблемы идентификации отраслевого и товарного рынка, анализ факторов, определяющих его структуру, оценка уровня концентрации, исследование отраслевых 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 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 разнопланово 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 «*structure-conduct-performance*» (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. Чемберлина 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 А., 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, В.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, Ф. Вирсемы, П. Друкера, Дж.Б. Квинна, Т. Левита, Г. Минцберга, Р. Петерсона, П. Селезника, А.Дж. Стрикленда, А. Томпсона, М.Трейси, Дж. Чепеля, К. Эндрюса и др., а также отечественных авторов: О.А. Виханского, В.С. Ефремова, О.П. Коробейникова, В.С. Кузнецова, П.П. Логинова, Н.П. Масленниковой, И.В. Мишуровой, В.Ю., С.А. Попова, В.С. Соловьева, Н.Н.Тренева, Э.Ф.Уткина, Р.А. 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.

2. Разработка механизма исследования отраслевых рыночных структур в промышленности:

- 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.

3. Эмпирический анализ состояния и развития отраслевого и товарного рынков:

- 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 рынка может быть представлено с позиции циклов развития социально-экономической среды его функционирования (низкодифференцированного, конкуренции, роста, упадка), 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. 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.

6. 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.

7. 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.

8. Позиционирование промышленного предприятия на поле стратегической матрицы позволяет охарактеризовать его положение относительно других участников рынка 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 и методических подходов, характеризующих структуру современных отраслевых и товарных рынков, который 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, средние доли, 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. Предложена 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 степени 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. Предложена 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-экономической системы (рост, упадок, конкуренция, низкодифференцированное состояние) и типов ее развития.
8. Разработаны альтернативные стратегические решения для каждой позиции стратегической матрицы, учитывающие 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. Предложена 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 бизнеса (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 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), Южно-Российском государственном техническом университете и др., что подтверждается соответствующими документами.

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, пять глав, содержащих 15 параграфов, заключение, библиографический список из 280источников, 23 приложения, проиллюстрирована 54 таблицами, 23 рисунками.

**СТРУКТУРА РАБОТЫ**

Введение

Глава 1. Генезис становления и развития отраслевого рынка в системе экономических отношений: теоретико-методологические основы

1.1 Становление теории отраслевых рынков

1.2 Когнитивная модель отраслевого и товарного рынка

1.3 Расширение типов товарных рынков как общая закономерность развития экономических отношений

1.4 Формирование переходных типов отраслевых рынков

Глава 2. Методологические вопросы исследования отраслевых рыночных структур в промышленности

2.1 Особенности формирования информационной базы для проведения исследований отраслевых рыночных структур

2.2 Методологические подходы к оценке структуры отраслевого и товарного рынка

2.2.1 Проблема выбора показателя размера фирм

2.2.2 Развитие методики определения показателя рыночной концентрации

2.2.3 Взаимосвязь количественных и качественных характеристик структуры отраслевого рынка

2.3 Оценка рыночного потенциала промышленных предприятий в рамках существующей отраслевой структуры

Глава 3. Эмпирический анализ состояния и развития отраслевого и товарного рынка на примере промышленности Ставропольского края

3.1 Отрасль и промышленность в системе экономических отношений

3.2 Состояние и тенденции развития промышленности Ставропольского края

3.3 Характеристика производства строительных материалов в Ставропольском крае

3.4 Анализ структуры отраслевого рынка строительных материалов

Глава 4. Стратегическое поведение промышленных предприятий как результат воздействия отраслевой структуры

4.1 Генезис основных этапов и подходов стратегического управления

4.2 Методология разработки стратегической матрицы «состояний среды»

4.3 Обоснование сущности позиций стратегической матрицы и выбор стратегических альтернатив

4.4 Реализация механизма формирования стратегии промышленного предприятия

Заключение

Библиографический список

Приложения

**ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

***Первая группа проблем,*** рассматриваемых в диссертации, - это определение основных этапов и экономических предпосылок становления теории отраслевых рынков, как в зарубежной, так и в отечественной экономической науке, анализ происходящих тенденций расширения видов отраслевых рынков, формирование современных отраслевых рынков, их функции и типы.

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».

Основными экономическими категориями, используемыми в экономике отраслевых рынков, являются «отрасль», «отраслевой рынок», «товарный рынок». Если определить отрасль как совокупность предприятий, осуществляющих схожие виды экономической деятельности, то отраслевой рынок можно рассматривать как взаимодействие указанных предприятий с остальными рыночными агентами по поводу продажи своих товаров, с учетом сложившейся конъюнктуры и имеющегося рыночного спроса. При этом товарный рынок является более узким понятием, означающим «сферу обращения товара, не имеющего заменителей, либо взаимозаменяемых товаров на территории Российской Федерации или ее части, определяемой исходя из экономической возможности покупателя приобрести товар на соответствующей территории и отсутствия этой возможности за ее пределами»[[1]](#footnote-1). Таким образом, любой отраслевой рынок содержит в своем составе, как правило, несколько товарных рынков, число которых будет соответствовать числу конкретных видов экономической деятельности, относящихся к тому или иному классу «Общероссийского классификатора видов экономической деятельности» (ОКВЭД).

С целью определения подхода к понятию «отраслевого рынка» 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 (рис.1).



*Рисунок 1* - **Представление отраслевого и товарного рынка в виде пентаграммы**[[2]](#footnote-2)

В качестве основных системообразующих элементов применялись 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, необходимым 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 (рис.2).



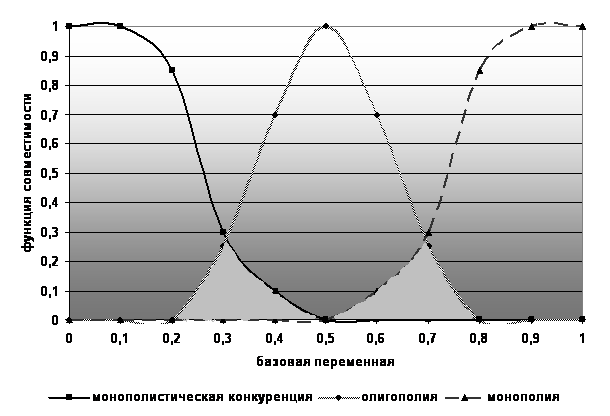
*Рисунок 2* - **Маятниковое представление отраслевого рынка**[[3]](#footnote-3)

Категориальный маятник - это когнитивное средство, подготавливающее процесс понимания категории «отраслевой рынок» с учетом детерминированности и стохастичности состояния объекта. Он подразделяется на две части: одна – рыночная составляющая, включающая спрос и рыночную инфраструктуру, другая - производственная составляющая, в которую входят такие элементы, как «виды экономической деятельности» и «предложение».

Согласно подходам к построению маятниковых структур, на одной горизонтальной плоскости расположены спрос и предложение, которые также объединены в отдельную подсистему при построении маятника. Эти элементы расположены в разных полуплоскостях, что означает наличие между ними определенных противоречий. Так отклонение маятника в сторону спроса приводит к дефициту на отраслевом рынке, отклонение в противоположную сторону - к избытку*,* перепроизводству. Поскольку это маятник, он по сути своей, как и рынок, стремится к равновесному состоянию. Отклонения в ту или иную сторону приводят в движение центробежные силы, приводящие постепенно к уравновешиванию всей системы. Ресурсы выступают элементом, поступающим в систему извне, и являются необходимым и обязательным условием функционирования системы. Дополнительные оси, сводящие воедино рыночную и производственную составляющие в категорию отраслевой рынок, - это производство и потребление. На функционирование и эффективное развитие рыночной и производственной составляющих оказывает воздействие общественный критерий полезности и общественный характер труда, соответственно.

Построение когнитивных схем в виде пентаграммы и маятника позволяет более емко определить экономическую категорию отраслевого рынка. 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. Причем предложение образуют предприятия, осуществляющие определенные виды экономической деятельности в соответствии с ОКВЭД, формирование которых происходит на основе имеющихся ресурсов. Следует отметить, что аналогичный подход вполне примелем и для характеристики товарного рынка. Отличие будет лишь в числе видов экономической деятельности, выделяемых для характеристики рынка.

Отраслевой рынок характеризуется рядом признаков, которые позволяют проводить его типизацию. 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 конкуренцию. В «чистом» виде указанные типы рынков не встречаются, существуют некие промежуточные формы между ними, в частности между рынками несовершенной конкуренции (рис. 3).



*Рисунок 3* - **Функции совместимости значений для типов рынка несовершенной конкуренции**[[4]](#footnote-4)

Основные подтипы, которые выделяются при исследовании рынков, как правило, в качестве 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.

В результате расчетов, было выявлено, что при определении промежуточного типа рынка между олигополией и монополистической конкуренцией его характеристики должны сочетать два признака олигополии и три признака монополистической конкуренции. В этом случае число возможных сочетаний всех характеристик составит десять, и это будут некие подтипы выделенного переходного состояния от монополистической конкуренции к олигополии. По аналогии при обосновании промежуточного типа между монополией и олигополией возможно следующее сочетание критериев: два признака, присущих монополии, два признака, присущих олигополии, и один признак, который может относиться либо к одному, либо к другому типу отраслевого рынка. Следовательно, число возможных подтипов рынка в переходном типе от олигополии к монополии составит двадцать.

Таким образом, можно предположить, что помимо основных типов рынка несовершенной конкуренции в современной экономике возможно функционирование переходных типов, сочетающих в себе в различных пропорциях основные характерные черты «чистых» типов рынка. Это переходное состояние рынка пока мало изучено, но, теоретически, эти типы могут рассматриваться как самостоятельные виды рынков.

***Вторая группа проблем*** включает характеристику существующих подходов к оценке структуры отраслевого и товарного рынка, обоснование авторского подхода к определению показателя размера фирм, уровня рыночной концентрации и рыночного потенциала предприятия.

Комплексный анализ структуры отраслевых рынков предполагает, согласно действующему законодательству, выявление их количественных и качественных характеристик. Основой для проведения такого анализа служит информационная база, сформированная на основе данных государственной статистической отчетности; данных органов ведомственной статистики; сведений, полученных от инвестиционных фондов, банковских структур, налоговых и таможенных органов; данных выборочных опросов покупателей и анкет; сведений товароведческой экспертизы; других источников. При сборе и обработке таких данных возникает объективный ряд трудностей, обусловленных временным характером предоставления информации, разноплановостью подходов к оценке структуры рынка с теоретической и практической точек зрения, неточностью ряда информативных данных и др.

Количественная оценка структуры рынка состоит в выявлении основных производителей, определении их рыночной доли и оценке 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 ранжирования, 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.

Суть методики в следующем:

1. Определяются для каждого предприятия фактические значения объема реализации, стоимости основных производственных фондов, численности персонала, потреблении энергии, среднегодовой стоимости оборотных средств, производственной мощности и т.д. (*aij,*где *i* – номер предприятия, *j* – характеристика). При этом число характеристик (*Kj*) будет зависеть от целей исследования.
2. В соответствии с этими значениями проставляются ранги (*Rj*), причем первый ранг присваивается наименьшему значению показателя в рамках группы характеристик.
3. Предприятия упорядочиваются в соответствии с проставленными рангами.
4. По каждому предприятию находится сумма рангов, как *∑Ri*.
5. Исходя из этой суммы, определяется интегрированный показатель доли как отношение полученной суммы рангов по каждому предприятию (*∑Ri*) к общей сумме рангов в целом по анализируемому рынку (*∑Rij)*, т.е. *di = ∑Ri/∑Rij*

Полученный показатель интегрированной доли будет более точен и объективен, поскольку при его расчете учитывается целый ряд характеристик, содержащих как имеющиеся ресурсы предприятия (например, основные производственные фонды, численность, оборотные средства и т.д.), его потенциальные возможности (например, производственная мощность), так и конечный рыночный результат, представленный как объем реализации конкретного предприятия. Кроме того, появляется возможность объединить существующие подходы к определению показателя размера фирмы.

С целью анализа оценки уровня концентрации рынка, как правило, 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 Херфиндала-Хиршмана, индекс Холла-Тайдмена, индексы Джини и Линда, дисперсия логарифмов рыночных долей, индекс энтропии.

Проблема альтернативных показателей концентрации интересовала многих экономистов. Л. Ханна и Дж. Кей вывели универсальный индекс концентрации, учитывающий все фирмы на рынке, и способный, в зависимости от целей исследования, учитывать те или иные особенности рыночной концентрации. Графически это будет симметричная, строго выпуклая функция, в общем виде представленная в виде формулы:

, (1)

где *R* - показатель рыночной концентрации;

*di* - рыночная доля *i*-ой фирмы;

*α* – некоторый параметр эластичности, который определяет вес, придаваемый крупным фирмам по отношению к мелким.

Один из наиболее используемых показателей в мировой практике оценки уровня концентрации рынка – это индекс Херфиндаля-Хиршмана. Исследования свойств этого индекса можно встретить в работах М.Адельмана[[5]](#footnote-5). Он соотнес показатель с кривой концентрации. В этом случае для получения значения индекса необходимо просуммировать наклоны всех сегментов кривой с соответствующими весами. В качестве веса М. Адельман предлагает использовать долю каждой группы в общем размере отрасли. Если суммирование выполняется для каждой фирмы в отдельности, то индекс равен индексу Херфиндаля.

На наш взгляд, такой подход не вполне корректен, поскольку в качестве веса рыночной доли используется сама рыночная доля. В этом случае значение крупных фирм значительно усиливается, а слабых – еще больше занижается. Вес, придаваемый каждой фирме, должен учитывать как ее вклад в общую суммарную концентрацию отраслевого рынка, так и удаленность данного рынка от линии абсолютного равенства, то есть равномерного распределения рыночных долей. Причем в качестве определенных точек должны рассматриваться не отдельно взятые предприятия (фирмы), а их кумуляты.

Для определения веса воспользуемся кривой концентрации, которая изначально должна лежать в основе всех показателей концентрации. Отложим на ней линию абсолютного равенства распределения рыночных долей, использовав при этом построение по кумулятивным точкам (рис.4).





******

******

******

******

******

























*Рисунок 4* -**Кривая концентрации и линия равного распределения**

**рыночных долей предприятий[[6]](#footnote-6)**

Как видим, точки на кривой *А* отстоят на некотором расстоянии от точек на кривой *Б*. Для нахождения этого расстояния воспользуемся формулой определяющей расстояние между двумя точками на координатной плоскости. Данное расстояние будет показывать отклонение кумулятивной фактической рыночной доли от кумулятивной доли при равенстве распределения для каждого из предприятий, функционирующих на рынке, то есть кумулятивных значений по средней рыночной доли.

Чем больше вклад каждой фирмы в общую рыночную концентрацию, тем в большей степени ее расстояние будет удалено от условного «идеала», то есть линии абсолютного равенства. Поскольку точки, для которых определяется расстояние, имеют одинаковые координаты *х,* то расстояние будет определяться отклонением кумулят одной кривой и другой для каждой из точек, то есть для каждой фирмы. Соответственно, в качестве координаты *уi* будут выступать кумулятивная рыночная доля *i-*го предприятия (*diкум*) и соответствующая этому предприятию кумулятивная среднерыночная доля (). Тогда расстояние между точками (*ρ)*:

*ρ(АБ) = diкум-* (2)

В соответствии с полученным расстоянием проставляем ранги (*Ri*), причем первый ранг присваивается тому предприятию, соответствующее расстояние которого до кривой абсолютного равенства будет минимальным. Остальные ранги проставляются по нарастающей отклонения кумулят. Самый большой ранг, соответственно, будет иметь фирма с наибольшим вкладом в суммарную рыночную концентрацию, что в дальнейшем задает уровень наклона кривой. Определяется сумма рангов по всем фирмам *(∑Ri*) и в соответствии с этим значением определяются веса для каждой фирмы (*ωi*) как отношения ранга фирмы к сумме всех рангов. В результате совокупный коэффициент концентрации (*Кк*) может быть найден как сумма произведений рыночной доли и веса каждого предприятия:

 (3)

где *d*i – доля *i*-ой фирмы;

*ωi* – вес *i*-ой фирмы, определяемый как *ωi*= *Ri* / *∑Ri*

При таком подходе учитываются все условия, предъявляемые 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.

Во-первых, при его расчете учитывается целый ряд показателей: доли фирм, их число, средние доли, а также степень неравенства фирм в соответствии с их вкладом в кривую совокупной концентрации, при этом учитываются все точки на кривой концентрации.

Во-вторых, значения рыночных долей крупных фирм корректируются в зависимости от их вклада в совокупное значение рыночной концентрации.

В-третьих, в отличие от индекса Джини, построенного также на основе графика, появляется возможность избежать нулевого значения индекса концентрации при монополии, так как в этом случае ранг фирмы будет равен единице и, соответственно, коэффициент концентрации однозначно даст необходимое значение единицы, что в расчетах соответствует типу рынка монополии.

В-четвертых, для рынка с равным распределением рыночных долей также удается избежать нулевого значения коэффициента, поскольку в этом случае вес у всех фирм будет одинаковый и, соответственно, равный самой рыночной доле (то есть совпадение с индексом Херфиндаля-Хиршмана).

Предложенный показатель концентрации может использоваться в качестве альтернативного при оценки уровня концентрации на отраслевых рынках.

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 рыночного 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 учетом факторов формирования его рыночной доли. Последняя может быть представлена через показатели наличия и использования ресурсов как у отдельной фирмы, 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.

Использование рыночной доли для характеристики рыночного потенциала учитывает наличие и эффективность использования ресурсов как отдельно взятого предприятия, так и его конкурентов. Кроме того, данный подход позволяет определить возможные направления достижения потенциальных рыночных возможностей хозяйствующего субъекта. И, наконец, в данном случае появляется возможность объединения общепринятого литературного и нормативного подходов к определению рыночного потенциала предприятия.

Результаты оценки структуры отраслевых рынков должны быть положены в основу позиционирования предприятий и разработки стратегических направлений деятельности.

***Третья группа проблем*** содержит исследование и анализ подходов к типологии и классификация современных отраслей, теоретико-методологические основы и особенности развития отрасли и промышленности в современной системе экономических отношений, эмпирический анализ состояния и развития промышленности Ставропольского края в целом и промышленности строительных материалов, в частности.

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 управления и, в большинстве случаев, отсутствием диверсификации и вертикальной интеграции.

Происходящие процессы глобализации, интенсивное вовлечение российской экономики в мировую хозяйственную систему привели 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 «промышленность», 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 и т.д.

В рамках изменившихся подходов к системе отраслевой статистики для определения отрасли 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 схожих видов экономической деятельности (рис.5.)

Предприятия, функционирующие в 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.













******









****

******

******

******



******





















******







*Рисунок 5* - **Когнитивное представление отрасли и товарного рынка**[[7]](#footnote-7)

Представленные в работе методики были апробированы на основе данных промышленности Ставропольского края. Современная отраслевая структура промышленности Ставропольского края характеризуется высокой и разнообразной специализацией, поскольку в ее структуре выделяется восемь специализирующихся производств. Явно доминируют такие отрасли, как пищевая промышленность (22%), химическое производство (21%) и производство и распределение электроэнергии (19%). К специализирующимся отраслям «второго порядка» следует отнести производство и распределение газообразного топлива, сбор, очистка и распределение воды, их доля в 3-4 раза превышают аналогичные доли по России в целом.

Следует отметить, что в течение бескризисного периода развития страны с 1999 по 2007 год экономика Ставропольского края достаточно интенсивно развивалась, о чем свидетельствует тот факт, что почти 50,7% показателей динамики экономического роста края были выше, чем в среднем по России. При этом наиболее устойчиво росли за эти годы реальные доходы населения, розничный товарооборот и ВРП края. В то же время некоторые показатели, в частности прямые иностранные инвестиции, строительные работы и сельскохозяйственное производство, не имеют постоянной динамики развития, их рост сменяется резким падением, затем вновь наблюдается рост и т.д. В результате за анализируемый период из девяти показателей, характеризующих социально-экономическое развитие региона, среднегодовые темпы роста шести имеют значения выше средне российского уровня (ВВП, промышленное и сельскохозяйственное производство, объем платных услуг населению, реальные денежные доходы населения, розничный товарооборот).

Несмотря на финансовый кризис, основные экономические показатели края в 2008 году возросли, о чем свидетельствуют данные таблицы 1. По ряду показателей темп роста оказался даже выше уровня 2007 года (например, объем отгруженных товаров собственного производства, суммарный объем продукции сельского хозяйства, пассажирооборот и др.). Сокращение темпов роста наблюдается лишь грузообороту предприятий транспорта.

*Таблица 1* - **Объем товаров собственного производства, выполненных**

**работ и услуг по отдельным видам экономической деятельности[[8]](#footnote-8)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2005 год | | 2006 год | | 2007 год | | 2008 год | |
| млн. руб. | в % к 2004г. | млн. руб. | в % к 2005г. | млн. руб. | в % к 2006г. | млн. руб. | в % к 2007г. |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **Всего по промышленным видам деятельности, из них** | **92457,1** | **125,6** | **111121,7** | **123,8** | **115514,5** | **127,0** | 126603,9 | 109,6 |
| **Добыча полезных ископаемых** | **4601,2** | **129,8** | **6440,5** | **139,7** | **4544** | **180,0** | 4425,856 | 97,4 |
| **Обрабатывающие производства, в т.ч.** | **50335,1** | **124,4** | **59746,7** | **114,5** | **80039,3** | **128,3** | 92765,55 | 115,9 |
| Производство пищевых продуктов, включая напитки | 16828,6 | 119,3 | 22131,5 | 127,8 | 26930,7 | 124,0 | 28896,64 | 107,3 |
| Текстильное и швейное производство | 495,8 | 96,0 | 841,9 | 119,2 | 1758,2 | 120,3 | 1891,823 | 107,6 |
| Химическое производство | 18379,1 | 147,2 | 17759,5 | 96,1 | 24014 | 135,0 | 26487,44 | 110,3 |
| Производство резиновых и пластмассовых изделий | 585,9 | 153,8 | 1229,8 | 150,1 | 1693,3 | 127,2 | 1747,486 | 103,2 |
| Производство прочих неметаллических минеральных продуктов | 2820,9 | 119,0 | 4031,3 | 140,9 | 6541,3 | 157,1 | 7901,89 | 120,8 |
| Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий | 938,9 | 121,5 | 1596,3 | 148,2 | 2382,6 | 145,6 | 2651,834 | 111,3 |
| Производство машин и оборудования | 1643,8 | 128,9 | 1782,2 | 109,0 | 2496,6 | 119,8 | 2601,457 | 104,2 |
| Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования | 3387,3 | 111,3 | 4457,0 | 108,1 | 5210,5 | 121,6 | 6216,127 | 119,3 |
| Прочие производства, включая производство мебели | 832,2 | 98,1 | 863,1 | 131,8 | 1787,6 | 116,4 | 2965,628 | 165,9 |
| **Производство и распределение электроэнергии, газа и воды** | **37520,8** | **126,7** | **44934,5** | **136,2** | **30931,1** | **118,8** | 30250,62 | 97,8 |

Оценка структуры отраслевого рынка по существующей и предлагаемой методике была проведена на примере данных промышленности строительных материалов Ставропольского края (табл.2).

*Таблица 2* - **Показатели рыночной концентрации (по предприятиям Ставропольского края)[[9]](#footnote-9)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели  рыночной  концентрации | 2005 год | | 2006 год | | 2007 год | | 2008 год | |
| по  рыночной доле | по интегрированной доле | по  рыночной доле | по интегрированной доле | по  рыночной доле | по интегрированной доле | по  рыночной доле | по интегрированной доле |
| Индекс концентрации | 67,676 | 36,100 | 68,127 | 36,120 | 67,50 | 33,900 | 63,48 | 36,90 |
| Индекс Херфиндаля-Хиршмана | 1811,333 | 927,220 | 1851,840 | 950,010 | 1859,76 | 898,840 | 1672,16 | 950,35 |
| Коэффициент относительной концентрации | 1,404 | 2,632 | 1,394 | 2,563 | 1,41 | 2,802 | 1,50 | 2,57 |
| Индекс Джини | 0,546 | 0,204 | 0,562 | 0,230 | 0,57 | 0,166 | 0,53 | 0,23 |
| Дисперсия рыночных долей | 0,008 | 0,001 | 0,008 | 0,001 | 0,01 | 0,001 | 0,01 | 0,001 |
| Дисперсия логарифмов рыночных долей | 0,952 | 0,136 | 1,041 | 0,261 | 1,25 | 0,109 | 0,90 | 0,28 |
| Индекс энтропии | 2,031 | 2,427 | 2,011 | 2,403 | 2,00 | 2,443 | 2,08 | 2,40 |
| Индекс Холла-Тайдмена | 0,751 | 1,689 | 0,702 | 1,618 | 0,68 | 1,794 | 0,79 | 1,62 |
| Инднекс Линда | 0,588 | 0,228 | 0,652 | 0,185 | 0,65 | 0,183 | 0,64 | 0,182 |
| Коэффициент концентрации[[10]](#footnote-10) | 0,100 | 0,086 | 0,123 | 0,087 | 0,10 | 0,086 | 0,097 | 0,088 |

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 селикатного кирпича» (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.

Структура отрасли отражает производственную составляющую формирования экономической системы, рыночная составляющая находит отражение в структуре отраслевых рынков и дальнейшей разработке стратегических решений, что нашло отражение в следующем блоке решаемых задач диссертационного исследования.

***Четвертая группа проблем*** содержит вопросы обоснования особенностей стратегического поведения промышленных предприятий, авторской методики построения стратегической матрицы, набора стратегических альтернатив для каждой позиции и подход к ее преобразованию в «портфельную» матрицу стратегического планирования, а также апробацию предложенной методики.

В общем виде стратегическое управление представляет процесс создания и реализации стратегии организации на основе постоянного контроля и оценки внешних и внутренних изменений в среде функционирования с целью стабилизации или усиления существующего положения и эффективной работы в условиях нестабильности внешней среды. При этом основным инструментом при позиционировании предприятий и выборе стратегических решений являются матрицы (модели) стратегического планирования.

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. определенные 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, как правило, развивается по трем направлениям (прогресс, регресс, изогресс), что прослеживается в виде цикличности развития экономики, и характеризуются четырьмя базовыми состояниями (низкодифференцированным, 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, представляющих подкачества такого объекта исследования как отраслевой рынок (рис.6).



*Рисунок 6* - **Взаимосвязь показателей стратегической матрицы[[11]](#footnote-11)**

Это показатели, отражающие: рыночную результативность деятельности предприятия при сложившейся рыночной структуре - рыночная доля, характеризующая 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 темп 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 (рис.7).

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.



*Рисунок 7* - **Матрица позиционирования промышленных предприятий[[12]](#footnote-12)**

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.

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 (рис.8).



*Рисунок 8* – **Позиционирование предприятия на поле стратегической матрицы[[13]](#footnote-13)**

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 в виде набора альтернативных стратегических решений для каждой области позиционирования (совокупность оборонительных и наступательных стратегий, стратегий конкуренции и диверсификации, стратегий, учитывающих ситуацию на рынке и положение предприятий на нем).

Данная методика позиционирования может быть преобразована в «портфельную матрицу» стратегического планирования, целью построения которой является определение позиций отдельных бизнес-единиц или видов продукции промышленного предприятия 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 (табл. 3). Поскольку расчеты весьма просты, то процедура такого рода позиционирования может проводиться достаточно часто, например, поквартально, с целью корректировки ассортиментной и финансовой политики предприятия.

Предлагаемая стратегическая матрица, на наш взгляд, обладает рядом положительных качеств: 1) основывается на категориально-системной методологии, что позволяет рассматривать позиционирование и развитие предприятия и отдельных его сфер с позиции развития систем; 2) учитывает как характеристики самого предприятия, так и анализируемого отраслевого рынка; 3) предлагаемые характеристики для построения матрицы достаточно легко определяются, не требуют трудоемких расчетов; 4) для построения матрицы используются легко доступные статистические данные, что позволяет повысить оперативность расчетов, т.к. на получение необходимых значений показателей не потребуется большего отрезка времени; 5) объективна; 6) достаточно наглядна и легка в построении.

*Таблица 3* – **Альтернативные стратегические решения по областям**

**«портфельной» матрицы[[14]](#footnote-14)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Область | Позиция вида бизнеса | | Стратегические решения | |
| Низкодифференцированное состояние | | | | |
| Н1 | Зона аутсайдера вида бизнеса | | Свертывание. Инвестиции должны быть остановлены. | |
| Н2 | Свертывание или частичное свертывание. Инвестиции должны быть остановлены или ограничены. | |
| Н3 | Зона риска | | Продолжить с осторожностью, или частичное свертывание | |
| Н4 | Продолжить с осторожностью выборочные инвестиции | |
| Состояние упадка | | | | |
| У1 | Зона риска | | Частичное свертывание с переливом денежной наличности в более перспективные виды | |
| У2 | Зона риска | Генератор денежной наличности | | Частичное свертывание |
| У3 | Конкурентные позиции | Выборочное инвестирование с целью перемещения в У4 |
| У4 | Выборочное инвестирование, повышение рентабельности |
| Конкурентное состояние | | | | |
| К1 | Конкурентные позиции с долей риска | | Острожное инвестирование. Усиление конкурентных преимуществ. Перемещение в область К2 | |
| К2 | Острожное инвестирование. Усиление конкурентных преимуществ, повышение рентабельности | |
| К3 | Конкурентные позиции | | Увеличение объемов производства с целью продвижения в область К4, наращивание рыночной доли. Дополнительное инвестирование | |
| К4 | Увеличение объемов производства, наращивание рыночной доли. Дополнительное инвестирование | |
| Состояние роста | | | | |
| Р1 | Очень сильная конкурентная позиция | | Дополнительное инвестирование. Увеличение доли и рентабельности. Перемещение в область Р2 | |
| Р2 | Лидеры бизнеса | | Дополнительное инвестирование, повышение рентабельности | |
| Р3 | Очень сильная конкурентная позиция | | Значительное увеличение объемов производства, дополнительное инвестирование. Передвижение в область Р4 | |
| Р4 | Лидеры бизнеса | | Увеличение объемов производства, дополнительное инвестирование. Удержание или увеличение доли. | |

Следовательно, изучение основных характеристик отраслевого рынка, представленного как совокупность основных субъектов, т.е. предприятий, осуществляемых различные виды экономической деятельности, позволяет определить не только тип анализируемого рынка, выявить основных по уровню рыночной силы конкурентов, определить факторы, обусловливающие их рыночную долю, но и использовать данные выводы в целях позиционирования предприятия и разработки альтернативных стратегических решений по повышению рыночной власти, созданию и реализации конкурентных преимуществ фирм.

Результаты позиционирования предприятий анализируемого рынка строительных материалов по предложенной методике представлены на рисунке 9:



где, 1,2, … , 12 – номера предприятий

*Рисунок 9* - **Позиционирование предприятий промышленности строительных материалов (выпуск кирпича)[[15]](#footnote-15)**

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 вида экономической деятельности 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 рынка, поскольку отдельные ВЭД формируют его «ядро». Всестороннее изучение отраслевого 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.

***В заключении*** диссертации сформулированы наиболее существенные концептуально-методологические, теоретико-эмпирические, расчетно-аналитические и практико-прикладные результаты, полученные в ходе диссертационного исследования.

По теме диссертационного исследования автором опубликованы следующие работы.

**Монографии:**

1. Штапова, И.С. Обоснование стратегии развития предприятия с учетом формирования его рыночной доли [Текст] / И.С. Штапова. – Георгиевск : ГТИ СевКавГТУ, 2006. - 13,6 п.л.
2. Штапова, И.С. Отраслевой рынок: сущность и особенности функционирования [Текст] / И.С. Штапова. – Ростов-на-Дону : Изд-во СКВНЦ ВШ ЮФУ, 2009.- 15,8 п.л.
3. Штапова, И.С. Стратегические решения фирм: теоретические и практические аспекты [Текст] / И.С. Штапова. – Георгиевск.: РГЭУ «РИНХ», 2009. – 12,2 п.л.

**Статьи в периодических изданиях, рекомендуемых ВАК:**

1. Штапова, И.С. Количественная и качественная оценка рыночных структур [Текст] / И.С. Штапова // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2008.- №1. – 20,0/0,4 п.л.
2. Штапова, И.С. Современные подходы к классификации отраслей [Текст] / И.С. Штапова // Российское предпринимательство. – 2008. - № 12 - выпуск 2. – 11,0/0,3 п.л.
3. Штапова, И.С. Место отрасли в современной системе хозяйствования России [Текст] / И.С. Штапова // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2008. – №3 (20). – 25,9/0,4 п.л.
4. Штапова, И.С. Пентаграмма как модель отраслевого рынка [Текст] / И.С. Штапова // Российское предпринимательство. – 2009. - №2 - выпуск 2. – 10,5/0,2 п.л.
5. Штапова, И.С. Подходы к построению «портфельной» матрицы предприятия [Текст] / И.С. Штапова // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция». – 2009. - №3. – 26,0/0,6 п.л.
6. Штапова, И.С. Понятие отраслевого рынка и его когнитивное представление [Текст] / И.С. Штапова // Экономические науки. – 2009. – №5 (54). – 48,5/0,7 п.л.
7. Штапова, И.С. Методология разработки стратегической матрицы «состояний среды» [Текст] / И.С. Штапова // Экономические науки. – 2009. - №7 (56). – 49,8/0,6 п.л.
8. Штапова, И.С. Методологические подходы к оценке структуры отраслевого рынка [Текст] / И.С. Штапова // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Социально-экономические науки. – 2009. – №3. – 15,3/0,7 п.л.

**Статьи в периодических научных изданиях и в научно-тематических**

**сборниках:**

1. Штапова, И.С. Анализ концентрации производства и определение типа рынка в регионе Кавказских Минеральных Вод [Текст] / И.С. Штапова // Материалы межвузовской научно-практ. конф. – Пятигорск, 2000. – 27,4/0,3 п.л.
2. Штапова, И.С. Принцип мультипликативности и моделирование доли рынка [Текст] / И.С. Штапова, А.В. Курицын // Современные социально-экономические и естественнонаучные проблемы развития Северокавказского региона : материалы регион. межвузовской научно-практ. конф. – Ростов н/Д, 2002. – 8,1/0,3/0,2 п.л.
3. Штапова, И.С. Оценка влияния ресурсов и их использования на формирование рыночной доли предприятия [Текст] / И.С. Штапова, А.В. Курицын // Современные социально-экономические и естественнонаучные проблемы развития Северокавказского региона : материалы регион. межвузовской научно-практ. конф. – Ростов н/Д, 2002. – 8,1/0,4/0,3 п.л.
4. Штапова, И.С. Использование теории размытых множеств для определения типа рыночной структуры [Текст]/ И.С. Штапова, В.М. Джуха, А.В. Курицын / Вестник Академии. – 2002. – №1 (14). – 14,3/0,3/0,2 п.л.
5. Штапова, И.С. Оценка параметра степенной средней при анализе уровня концентрации на рынках [Текст] / И.С. Штапова // Технологии управления. – 2002. – 13,4/0,3 п.л.
6. Штапова, И.С. Взаимосвязь альтернативного показателя концентрации Ханна и Кея и числа-эквивалента [Текст] / И.С. Штапова, В.М. Джуха // Математическое моделирование и информационные технологии в естественных и гуманитарных науках : сборник трудов третьей регион. научной конф. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2003. – 13,9/0,3/0,2 п.л.
7. Штапова, И.С. Позиционирование и выбор стратегии с учетом факторов формирования рыночной доли [Текст] / И.С. Штапова, В.М. Джуха // Вопросы экономики и управления : сборник научных трудов преподавателей и студентов филиалов РГЭУ «РИНХ». – Ростов-на-Дону, 2003. – 7,9/0,6 / 0,4 п.л.
8. Штапова, И.С. Построение конкурентной карты рынка с учетом факторов формирования рыночной доли [Текст] / И.С. Штапова // Современные экономические проблемы функционирования региона: материалы межрегион. научно-практ. конф. профессорско-преподават. состава, молодых ученых и студентов. – Ростов н/Д : РГЭУ «РИНХ», 2005. – 14,2/0,2 п.л.
9. Штапова, И.С. Оценка рыночных структур в практике российского законодательства [Текст] / И.С. Штапова // Актуальные проблемы технических, социально-экономических и гуманитарных наук : сборник научных трудов. Кавминводский институт (филиал) в г. Георгиевске. – Пятигорск: ПГЛУ, 2007. – 9,1/0,4 п.л.
10. Штапова, И.С. Показатели концентрации, используемые для характеристики рынка с доминирующей фирмой [Текст] / И.С. Штапова // Современные социально-экономические и естественнонаучные проблемы развития Северо-Кавказского региона: материалы город. научно-практ. конф. профессорско-преподават. Состава / РГЭУ «РИНХ», филиал в г. Георгиевске. – Ростов н/Д, 2007. – 4,9/0,2 п.л.
11. Штапова, И.С. Рыночная доля как стратегический показатель деятельности фирмы [Текст] / И.С. Штапова // Материалы VII региональной НПК профессорско-преподавательского состава, молодых ученых и студентов. – Ростов н/Д : РГЭУ «РИНХ», 2007. – 11,6/0,3 п.л.
12. Штапова, И.С. Отраслевые структуры в промышленности Ставропольского края [Текст] / И. С. Штапова // Научный поиск: По страницам докторских диссертаций. – Ростов н/Д : РГЭУ «РИНХ», 2007. – Выпуск 6. – 11,4/0,5 п.л.
13. Штапова, И.С. Особенности формирования информационной базы для проведения исследований отраслевых рынков [Текст] / И.С. Штапова // Проблемы развития южного федерального округа : материалы регион. НПК, г. Георгиевск, 21.12.2007 г. – Георгиевск: Георгиевский технологический институт ГОУ ВПО «СевКавГТУ», 2007. – 20,3/0,2 п.л.
14. Штапова, И.С. Использование теории «нечетких множеств» для определения стратегических позиций предприятия [Текст] / И.С. Штапова, Н.П. Жуковская // Современные направления теоретических и прикладных исследований `2008 : сборник научных трудов по материалам междунар. научно-практ. конф. – Т. 8. Экономика. – Одесса : Черноморье, 2008. – 5,7/0,5/0,3 п.л.
15. Штапова, И.С. Проблемы определения границ рынка [Текст] / И.С. Штапова // Экономическое и социальное развитие регионов России : сборник статей IV всерос. научно-практ. конф. – Пенза : РИО ПГСХА, 2008. – 19,1/0,2 п.л.
16. Штапова, И.С. Определение уровня концентрации рынка [Текст]/ И.С. Штапова // Опыт и проблемы социально-экономических преобразований в условиях трансформации общества: регион, город, предприятие: сборник статей VI междун. научно-практ. конф. – Пенза : РИО ПГСХА, 2008. – 15,2/ 0,2 п.л.
17. Штапова, И.С. Рыночная структура и прибыльность [Текст] / И.С. Штапова // Современные проблемы развития рыночной экономики: материалы город. научно-практ. конф. студентов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей. – Ростов н/Д : РГЭУ «РИНХ», 2008. – 20,0/0,2 п.л.
18. Штапова, И.С. Оценка рыночного потенциала хозяйствующего субъекта [Текст] / И.С. Штапова // Инновационное развитие: стратегическое, тактическое и правовые аспекты управления: материалы VIII регион. НПК ППС, молодых ученых и студентов. – Ростов н/Д : РГЭУ «РИНХ», 2007. – 18,4/0,2 п.л.
19. Штапова, И.С. Проблема определения типа рыночных структур в современных условиях [Текст] / И.С. Штапова, Н.С. Василян // Современные проблемы технических, естественных, социально-экономических и гуманитарных наук : материалы межвузов. НПК ППС, аспирантов и студентов. – Новочеркасск : ЮРГТУ (НПИ), 2008. – 17,2/0,3/ 0,2 п.л.
20. Штапова, И.С. Сравнительная характеристика классификаторов отраслей [Текст] / И.С. Штапова // Научные исследования и их практическое применение. Современное состояние и пути развития 2008 : сборник научных трудов по материалам междунар. научно-практ. конф. – Одесса : Черноморье, 2008. – Т. 6. Экономика. – 5,9/0,4 п.л.
21. Штапова, И.С. Отрасль в современной системе хозяйствования [Текст] / И.С. Штапова // Развитие предприятий, отраслей, регионов России: сборник статей всерос. научно-методич. конф. – Пенза : Приволжский Дом знаний, 2008. – 10,6/0,2 п.л.
22. Штапова, И.С. Место промышленности в современном классификаторе отраслей [Текст] / И.С. Штапова // Труды Международного Форума по проблемам науки, техники, образования. – М. : Академия наук о Земле, 2008. – 20,0/0,3 п.л.
23. Штапова, И.С. Сравнительная характеристика показателей рыночной концентрации [Текст] / И.С. Штапова // Научный поиск: По страницам докторских диссертаций. – Ростов н/Д : РГЭУ «РИНХ», 2009. – Выпуск 8. – 7,6/0,8 п.л.
24. Штапова, И.С. Анализ конкурентной среды ЗАО МПК «Георгиевский» [Текст] / И.С. Штапова, Н.А. Пасынко // Актуальные вопросы социально-экономических и естественнонаучных дисциплин: материалы город. научно-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. – Ростов н/Д : РГЭУ «РИНХ», 2009. – 22,4/0,3/ 0,2 п.л.
25. Штапова, И.С. Конкуренция и типы отраслевых структур [Текст] / И.С. Штапова // Вопросы экономических наук. – 2009.- №2 (35). – М. : Издательство «Компания Спутник+». – 21,4/0,6 п.л.
26. Штапова, И.С. Типология современных отраслевых рынков [Текст] / И.С. Штапова // Вопросы экономических наук. – 2009. – №4 (35). – М. : Издательство «Компания Спутник+». – 16,3/1,0 п.л.
27. Штапова, И.С. Анализ структуры рынка строительных материалов Ставропольского края [Текст] / И.С. Штапова // Социально-экономические проблемы развития предприятий и регионов: сборник статей IX междун. научно-практ. конф. – Пенза : Приволжский Дом знаний, 2009. – 11,1/0,2 п.л.
28. Штапова, И.С. Проблемы сбора информации при исследовании отраслевых рыночных структур [Текст] / И.С. Штапова // Проблемы экономики. – 2009. – №4. – М. : Издательство «Компания Спутник+». – 7,9/0,4 п.л.

1. Приказ ФАС РФ от 25.04.2006 №108 ««Об утверждении Порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке» [↑](#footnote-ref-1)
2. Составлен автором [↑](#footnote-ref-2)
3. Составлен автором [↑](#footnote-ref-3)
4. Составлен автором [↑](#footnote-ref-4)
5.  [↑](#footnote-ref-5)
6. Составлен автором [↑](#footnote-ref-6)
7. Составлен автором [↑](#footnote-ref-7)
8. <http://www.stavstat.ru> [↑](#footnote-ref-8)
9. Рассчитано автором [↑](#footnote-ref-9)
10. Предложен автором [↑](#footnote-ref-10)
11. Составлен автором [↑](#footnote-ref-11)
12. Составлен автором [↑](#footnote-ref-12)
13. Составлен автором [↑](#footnote-ref-13)
14. Составлена автором [↑](#footnote-ref-14)
15. Составлен по авторской методике на основе данных <http://www.stavstat.ru> [↑](#footnote-ref-15)