

На правах рукописи



**ЮШКОВА ЛЮДМИЛА ВАЛЕРЬЕВНА**

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ  
ТОВАРОВ НА ОСНОВЕ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ: ТЕОРИЯ,  
МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА**

Специальность – 08.00.05

Экономика и управление народным хозяйством  
(экономика, организация и управление предприятиями  
отраслями, комплексами: сфера услуг)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
доктора экономических наук

Красноярск, 2019

Работа выполнена в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Сибирский федеральный университет»

**Научный консультант:** доктор экономических наук, доцент  
Суслова Юлия Юрьевна

**Официальные оппоненты:**

**Тонышева Любовь Леонидовна**, доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет», кафедра менеджмента в отраслях топливно - энергетического комплекса, профессор

**Серебрякова Надежда Александровна**, доктор экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет инженерных технологий», кафедра теории экономики и учетной политики, профессор

**Переверзева Татьяна Алексеевна**, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет имени Петра Великого», Высшая школа сервиса и торговли, профессор

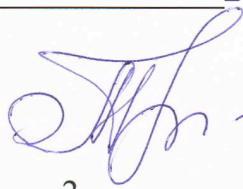
**Ведущая организация:** Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Институт проблем рынка Российской академии наук» (ИПР РАН)

Защита диссертации состоится 19 апреля 2019 г. в 10.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.099.20 при ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет» по адресу: 660075, г. Красноярск, ул. Л. Прушинской, д. 2, ауд. 4-14.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет» и на сайте организации <http://www.sfu-kras.ru>.

Автореферат разослан \_\_\_\_\_ 2019 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



Аида Талятовна Петрова

## **I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность темы диссертационного исследования.** Рынок продовольственных товаров, представляя собой важный сектор сферы услуг, имеет серьезное значение для всей структуры экономики, обеспечивает устойчивую значительную долю валового внутреннего продукта, выполняет весомую функцию воспроизводства человеческого капитала и катализатора выхода экономики из кризиса, сосредотачивая на себе вместе с родственными отраслями заметную часть экономического роста.

Формирование и развитие российского рынка продовольственных товаров в последние два десятилетия происходило с активным участием иностранного капитала в форме прямых инвестиций в пищевую промышленность и розничную торговлю, что не могло не сказаться как на структуре самого рынка продовольственных товаров, так и на равенстве условий участия внутренних экономических агентов в конкурентной борьбе за потребителя. Проявление такой тенденции на российском рынке продовольственных товаров, с одной стороны, более интенсивно, чем в остальных секторах сферы услуг и прочих отраслей экономики, сопровождается усилением сложности конкурентных приемов, используемых экономическими агентами, а с другой - связано с гарантированным обеспечением высоких стандартов качества жизни граждан, консолидацией социально - экономической политики на вопросах повышения международной конкурентоспособности российской экономики, чем объясняется актуальность глубокого и всестороннего исследования рынков продовольственных товаров.

Современное формирование и развитие рынка продовольственных товаров происходит на фоне процессов жесткого структурирования торговли территорий, усугубляющегося динамизмом всех экономических процессов, высокой зависимостью от целого ряда родственных отраслей, в связи с чем конкурентные отношения выступают не только результатом особенностей, но и одновременно «точкой» роста развития рынка продовольственных товаров.

Принципиальное изменение места и роли рынка продовольственных товаров в системе общественного воспроизводства требует новых подходов к исследованию его развития с акцентом на значимости конкурентных отношений в использовании производственного и потребительского потенциала рынка, в достижении сбалансированного роста экономики. Специфическая интегрирующая роль рынка продовольственных товаров в современных условиях развития экономики сферы услуг определила базовые условия для усиления конкурентных процессов, изменения форматов конкурентной борьбы с акцентами на инструменты паритетных коопераций с потребителем, усилила значимость и привлекательность рынка в качестве области экономических интересов как для хозяйствующих субъектов, так и общественных организаций, органов государственной власти.

Углубление теории и методологии, совершенствование бизнес - практики рынков продовольственных товаров вызывает необходимость серьезного и скрупулезного исследования влияния конкурентных отношений на повышение результативности развития рынка продовольственных товаров. Существующие

научно - методологические подходы ориентированы в целом на исследование рынков услуг и не в полной мере отражают специфику влияния конкурентных условий на формирование и развитие рынков продовольственных товаров, что значительно снижает результативность применяемых регулятивных инструментов для решения социально - экономических задач, привлечения и удержания инвестиций, обеспечения национальной безопасности, защиты качества жизни потребителя. Между тем, конкуренция не только влияет на развитие рынка как сложной социально - экономической системы, но и сама подвергается серьезным трансформациям, которые требуют углубленного исследования с позиции выявления связей между способами применения современных конкурентных инструментов и механизмов, а также закономерностей формирования и развития рынка продовольственных товаров. В этой связи существует потребность в разработке новых аналитических моделей исследования рынка продовольственных товаров с целью управления развитием конкурентных отношений.

Возможные негативные последствия принимаемых стратегических решений по регулированию рынка продовольственных товаров на федеральном и региональном уровнях, принятые без учета степени влияния конкурентных отношений, могут оказаться более ощутимыми при формировании социально-экономических ориентиров. В условиях участившихся финансовых кризисов, высокой динамичности, интеграционности развития, инвестиционной привлекательности рынка продовольственных товаров как ресурса обеспечения производства и потребления, гаранта продовольственного суверенитета России требуют необходимости углубленного исследования конкурентные отношения, обеспечивающие системность и согласованность сценариев развития рынков продовольственных товаров, устойчивость экономического прогресса. В связи с этим состояние, тенденции, характер формирования и развития рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений представляют глубокий интерес для экономической науки и практики.

**Степень научной разработанности проблемы.** Научные позиции автора по теме диссертации сформировались посредством изучения, анализа и переосмысления теоретических и методологических работ зарубежных и отечественных исследователей в области теории экономики сферы услуг и конкуренции на отраслевых, региональных и общенациональных рынках услуг с учетом взаимоувязанности и реализации экономических интересов всех участников.

Вопросы специфики функционирования сферы услуг, сформировавшие авторское видение теории развития рынка продовольственных товаров на основе конкуренции, представлены в работах П. Андерхилла, Л. Берри, М. Битнера, К. Грэнрооса, Дж. Грима, В. Зейтама, К. Кларка, Е. Лангарда, Ю. Лехтинена, Р. Мердика, А. Парасурамана, Р. Рассела, Д. Ратмела, Б. Рендера, Т. Страндвика, Г. Стиглера, А. Дж. Б. Фишера, К. Хаксевера, П. Эйглие, а в акценте на региональный и отраслевой аспекты развития рынков продовольственных товаров – в научных трудах В.И. Беляева, Т.Д. Бурменко, Д.Н. Верзилина, А.А. Данилова, В.А. Ившина,

Т.В. Кирилловой, А.Н. Петрова, В.А. Плотникова, Д.Г. Родионова, Н.А. Серебряковой, А.Н. Соломатина, О.В. Чкаловой.

В обосновании научной теории формирования и развития рынка продовольственных товаров автор опирался на труды зарубежных экономистов: С. Бойзера, Б. Вейнгаста, Дж. Вернона, У.К. Вискуси, А. Гилберта, Дж. Кларка, Дж. Кейнса, П. Кругмана, А. Маршалла, Дж.С. Милля, Ф. Найта, В. Ойкена, Д. Рикардо, Дж. Робинсон, Д. Росса, А. Смита, Р. Тайлера, Ж. Тироля, Дж. Харрингтона, Й. Шумпетера, Ф. Шерера.

Содержание отдельных структурных элементов исследования рынка продовольственных товаров рассмотрено в фокусе работ Е.Г. Анимицы, С.Ю. Глазьева, А.С. Новоселова, Н.Я. Петракова, М.А. Эскиндарова (экономическое развитие отраслей экономик), С.Г. Светунькова, Л.А. Жигуна, А.А. Жука, Л.Ю. Филобоковой, Т.Г. Философовой (вопросы конкурентной среды и конкурентоспособности субъектов экономики), С.А. Дятлова, Т.В. Кирилловой, И.В. Филимоненко (инновационная составляющая), Е.В. Васильевой, В.П. Федько (инфраструктурная составляющая), А.С. Тулупова, А.А. Пороховского, С.П. Позднейвой (вопросы эффективности функционирования рынков), Т.В. Усковой, С.С. Фирсенко (тематика продовольственной безопасности в экономике).

Морфогенез проблем конкурентоспособности рынка продовольственных товаров основан на критическом анализе и осмыслении автором научных трудов как иностранных: И. Ансоффа, Дж. Бейна, Дж. Лаффонта, Е. Мейсона, Е. Рейнерта, Е. Рубина, Д. Росса, М. Портера, Дж. Стиглера, Б. Фишера, Ф. Хайека, Ф. Шерера, так и отечественных ученых - экономистов: Азоева Г.Л., Барабанова А.С., Беляковой Г.Я., Воронова А.А., Гельвановского М.И., Данилова И.П., Калужновой Н.Я., Нуреева Р.М., Радаева В.В., Розановой Н.М., Рубина Ю.Б., Унтуры Г.А., Шаститко А.Е., Юданова А.Ю.

Несмотря на весомый вклад зарубежных и отечественных ученых в разработку теории и методологии развития рынка в представленных работах не до конца учтены особенности проблем трансформации конкурентных отношений, недостаточно полно определена специфика конкурентного взаимодействия экономических агентов рынков продовольственных товаров, отсутствует комплексный и полный исследовательский инструментарий оценки элементов конкурентных отношений, который стало бы возможно использовать в дифференцированных информационных условиях. Необходимо отметить существующий дефицит методического осмысления практик регулирования конкурентных отношений на рынках продовольственных товаров, отвечающий современным стратегическим задачам социально - экономического развития российской экономики. Указанные обстоятельства определили актуальность данного исследования, его цели и задачи.

**Целью диссертационного исследования** является научное обоснование теоретических и методологических основ формирования и развития рынка продовольственных товаров с учётом исследования особенностей его

функционирования в условиях возрастающей роли конкурентных отношений в воспроизводственных процессах.

Реализация поставленной цели обусловила необходимость решения следующих задач:

- уточнить и дополнить положения теории неоклассической экономической теории выделением элементов и особенностей конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров для выбора рыночных и государственных механизмов регулирования;

- дополнить методологию формирования и развития рынка продовольственных товаров учетом особенностей состояния конкуренции, обусловленной трансформацией структуры локальных рынков и углублением конкурентных взаимосвязей;

- расширить методологию исследования конкурентных отношений диагностикой конкурентной среды в выявленных тенденциях и особенностях развития рынка продовольственных товаров;

- дополнить методические подходы исследования оценки результативности функционирования рынка продовольственных товаров в ракурсе конкурентных отношений;

- разработать методику оценки конкурентного статуса рынка продовольственных товаров как основы формирования рыночных и государственных механизмов его инвестиционной привлекательности;

- выделить механизмы регулирования конкурентных отношений с обоснованием способов применения государственных и рыночных регуляторов для формирования и развития рынка продовольственных товаров;

- определить интеграционные эффекты конкурентных взаимодействий экономических агентов с позиции оценки конкурентного статуса рынка продовольственных товаров.

**Предмет исследования** – организационно - управленческие отношения между экономическими агентами, складывающиеся в процессе формирования и развития рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений.

**Объект исследования** - рынок продовольственных товаров как сложная регулируемая социально - экономическая система.

**Область исследования.** Содержание диссертации соответствует п. 1.6.118. «Формирование и развитие отраслевых, региональных и общенациональных рынков услуг», п. 1.6.122. «Соотношение рыночных и государственных регуляторов в развитии отраслей и комплексов сферы услуг» специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг)» Паспорта научных специальностей (экономические науки).

**Теоретическая и методологическая основа диссертационного исследования.** Теоретическую основу диссертационного исследования формируют фундаментальные положения и концепции капиталистической парадигмы и неоклассической экономической теории, представленные научными трудами

зарубежных и отечественных ученых в области теории развития сферы услуг, поведенческо - динамической теории конкуренции, территориальной организации рынка продовольственных товаров и торговли.

В процессе исследования рынка продовольственных товаров с позиции конкурентных отношений применены общенаучные методы исследования: диалектический, дедукции, экономический анализ и синтез, экспертные, статистические методы структурного и динамического анализа, экономико - математического моделирования.

**Информационная база исследования.** Диссертационная работа основывается на законодательных и нормативных документах РФ, материалах Федеральной службы государственной статистики, исследованиях российских и зарубежных ученых, материалах исследований УФАС РФ, материалов федеральных и региональных социально - экономических программ, публикациях в научной и периодической печати, данных сети Интернет, разработках, проведенных ФГАОУ ВО СФУ, в которых автор принимал непосредственное участие, собственных исследованиях и расчетах автора.

Теоретической основой выбора индикаторов, влияющих на устойчивость экономических агентов рынка продовольственных товаров, стали показатели глобальной конкурентоспособности, рекомендованные Всемирным экономическим форумом в Давосе (WEF) и Министерством экономического развития РФ.

Для анализа цифровых данных использован статистический пакет IBM SPSS Statistics 20.0, а также приложение Microsoft Office Excel.

**Достоверность и обоснованность** основных положений, результатов исследования, выводов и рекомендаций диссертации подтверждается использованием фундаментальных научных трудов зарубежных и отечественных ученых, корректным применением всего спектра общенаучных и специальных методов исследований, репрезентативностью данных выборочных обследований, обстоятельной аргументацией разработанных предложений, результатами апробации.

**Научная гипотеза исследования** базируется на необходимости исследования изменения сущности конкурентных отношений, обусловленной структурной трансформацией рынка продовольственных товаров, ростом сетевых форм интеграции, оказывающих влияние на уровень конкуренции и механизмы взаимосвязей, поведенческие роли экономических агентов, направленных на регулирование процессов формирования и развития рынка с учетом тенденций мировой экономики.

**Наиболее существенные научные результаты**, полученные лично автором и обладающие элементами научной новизны:

1. Уточнена и дополнена неоклассическая экономическая теория систематизацией элементов конкурентных отношений, их особенностей на стадиях формирования и развития рынка продовольственных товаров в соответствии с форматами «соперничества», «сотрудничества», «со-конкуренции», которые, в свою очередь, позволили обосновать необходимость выделения конкурентного статуса в

качестве ориентира развития рынка продовольственных товаров с аргументацией рыночных и государственных механизмов регулирования.

2. Расширена методология формирования и развития рынка продовольственных товаров разработанной концепцией исследования элементов конкурентных отношений, синтезом когнитивного (статусно - поведенческие реакции экономических агентов) и научно-технологического (информационные компетенции) подходов, обоснованием роли рынка как коллектива экономических агентов в призме трансформации и усиления конкурентных отношений.

3. Углублена методология исследования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров в части аспекта оценки конкурентной среды обоснованием ее основополагающей роли в создании условий конкуренции на рынке, пояснением принципов и подходов к исследованию конкурентной среды в три этапа: анализа контуров рынка (условий взаимодействий экономических агентов), диагностики структуры рынка (соотношения числа экономических агентов и форматов их взаимоотношений) и его потенциала (адвокатирования конкурентного статуса).

4. Дополнены методические подходы к исследованию результативности функционирования рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений систематизацией методик конкурентоспособности территорий, регионов и предприятий, на основе чего сформированы группы показателей конкурентоспособности рынка продовольственных товаров («эффективного функционирования рынка продовольственных товаров», «интенсивности конкуренции на рынке продовольственных товаров», «инновационной и инвестиционной эффективности рынка продовольственных товаров», «продовольственной независимости рынка»), что сделало возможным на иной основе выполнить ранжирование рынков продовольственных товаров территорий.

5. Разработана и научно обоснована методика рейтинговой оценки конкурентного статуса рынков продовольственных товаров, позволившая учитывать в интегральном показателе конкурентного статуса все форматы и элементы конкурентных отношений: конкурентной среды, конкурентоспособности, конкурентного положения и создающая, тем самым, базу для формирования рыночных и государственных механизмов инвестиционной привлекательности рынка.

6. Предложены механизмы регулирования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров (организационные, экономические, информационные, инфраструктурные, правовые, экологические, репутационные), учитывающие оптимальное соотношение рыночных и государственных инструментов по задачам регулирования стабильности функционирования рынка, емкости и наполнения рынка, стимулирования местного производства продовольственных товаров, эффективного развития рынка продовольственных товаров в условиях коллективной репутационной ответственности экономических агентов.

7. Сформирована матрица межорганизационных связей экономических агентов (региональных органов власти, бизнес - структур, населения) в разрезе



направлений конкурентных отношений (активизации конкурентной среды, усиления конкурентоспособности и конкурентного положения, формирования конкурентного статуса), позволяющая определить интеграционные эффекты от их взаимодействия на рынке продовольственных товаров.

**Научная новизна результатов диссертационного исследования** заключается в развитии теоретических и методологических подходов, формирующих базис развития рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений, что определяет эволюцию теории институциональной экономики и составляет приращение научного знания:

1. Систематизированные элементы конкурентных отношений: конкурентная среда, конкурентоспособность, конкурентное положение, конкурентный статус позволили раскрыть их влияние на формирование и развитие рынка продовольственных товаров за счет приобретения экономическими агентами рынка в новых условиях со-конкуренции репутационных свойств и поведенческих реакций, что представило возможность идентифицировать цели, задачи, стратегии, программы результативности и возможные риски функционирования рынка продовольственных товаров как сложной социально - экономической системы, оптимизировать рыночные и государственные механизмы регулирования.

2. Расширенная методология формирования и развития рынка продовольственных товаров в части концептуального синтеза когнитивного и научно-технологического методологических подходов исходит из положений о роли рынка как участника конкурентной борьбы. Это позволило, обеспечив теоретическую организацию научного знания о конкурентном статусе, логику природы и характера взаимосвязи предмета и объекта исследования с подходами, принципами и методами исследования, сформировать и представить векторы эффективного развития рынков продовольственных товаров, действующих в условиях конкуренции, и механизма их регулирования через выявленные закономерности.

3. Дополненная диагностикой конкурентной среды методология исследования конкурентных отношений рынка продовольственных товаров отличается порядком этапов, консолидацией количественных и качественных параметров оценки конкурентной среды, обосновывает повышение достоверности информационно - аналитической основы формирования механизмов регулирования рынков продовольственных товаров с выделением катализирующей роли конкуренции.

4. Обобщенные методические подходы к измерению результативности функционирования рынков продовольственных товаров позволили предложить четыре группы параметров конкурентоспособности рынков и провести их ранжирование. Выполненные процедуры ранжирования рынков продовольственных товаров сделали возможным, в отличие от применяющихся сегодня методик оценки результативности функционирования рынков, учесть текущую конкурентную дифференциацию экономических агентов рынков и интерпретировать ее в траекториях развития рынков продовольственных товаров.

5. Разработанная на основе интеграции определения условий конкурентной среды, оценки конкурентоспособности рынка, конкурентного положения методика исследования конкурентного статуса рынка продовольственных товаров учитывает взаимозависимость индикаторов конкурентного статуса и параметров функционирования рынков, контролируя которые можно регулировать направления развития рынков продовольственных товаров.

6. Предложенные механизмы регулирования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров отличаются от существующих матричным подходом к детализации инструментов и приоритетом коллективной репутации в регулировании конкурентных отношений на нем, позволяют количественно обосновывать стратегии развития рынка продовольственных товаров и детализировать направления эффективного конкурентного поведения его участников на основе выделения условий реализации, сочетания государственных и рыночных инструментов развития конкурентных отношений.

7. Сформированная матрица интеграционных эффектов развития взаимодействий экономических агентов рынка продовольственных товаров содержательно уточняет их согласованные действия по характеру отношений, поведенческим стереотипам, функциональному и коммуникационному аспектам, дает возможность повысить качество, гибкость саморегулирования экономических агентов, а также адресность регулирующего воздействия государства и обосновать оперативные управленческие решения рассчитанными базовыми индикаторами для достижения заявленного в стратегическом развитии локальных рынков продовольственных товаров ориентира.

**Теоретическое значение диссертационной работы** состоит в развитии теории конкуренции сферы услуг в части управления рынками продовольственных товаров как факторами устойчивого развития экономики территорий. Представленные в работе теоретические положения исследования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров позволяют ставить и решать новые научные задачи в области регулирования эффективным конкурентным поведением экономических агентов на более высоком системном уровне. Положения диссертационной работы открывают новые возможности для научного поиска адекватных решений практических задач в области регулирования экономики сферы услуг.

**Практическая значимость результатов исследования.** Основные выводы и рекомендации диссертации могут применяться органами государственной власти субъектов РФ при разработке концепций развития рынков продовольственных товаров, методов регулирования социально - значимых сфер экономики, а также хозяйствующими субъектами рынков продовольственных товаров при формировании конкурентных стратегий. Применение предложенных методик будет способствовать активизации сотрудничества научно - экономической и предпринимательской сфер управления торговли.

Теоретические положения и практические выводы диссертационного исследования нашли отражение в разработке авторских курсов «Методология

конкурентного анализа», «Конкуренция на товарных рынках», формировании содержания дисциплин «Маркетинговые исследования», которые используются в учебном процессе торгово - экономического института СФУ.

**Апробация и внедрение результатов исследования.** Результаты исследования реализованы при разработке научно - исследовательских тем: «Маркетинговые исследования в формировании регионального рынка продовольственных товаров» (раздел «Формирование рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений»), выполненной по заказу администрации Красноярского края (на основе Закона Красноярского края от 05.06.2001, № 14 - 1327); «Формирование системы продовольственной безопасности региона» (инициативная научно - исследовательская тема, рег. № 02201252621 в ФГНУ «Центр информационных технологий и систем органов исполнительной власти», исх. № 10/12 от 17.01.2012); «Организация и управление услугами в инновационной экономике» (инициативная научно - исследовательская тема в 2011-2013 гг., рег. № 01201155565 в ФГНУ «Центр информационных технологий и систем органов исполнительной власти»); «Исследование проблем развития местного производства товаров массового потребления и торговля ими в условиях переходного периода вхождения России в ВТО» (инициативная тема в 2013 - 2017 гг., рег. № 01201356431 в ФГНУ «Центр информационных технологий и систем органов исполнительной власти», код ВНИИЦ 02033380303).

Основные положения диссертационной работы докладывались и обсуждались в 1999 - 2018 гг. на конференциях, семинарах и совещаниях разного уровня, в том числе: международных научно-практических конференциях «Экономические реформы в России» (Санкт-Петербург, 1999, 2000 гг.) и «Экономика, экология и общество России в XXI столетии» (Санкт-Петербург, 2001, 2002 гг.); всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Достижения науки и техники - развитию сибирских регионов» (Красноярск, 1999, 2001 гг.); краевом научно - практическом семинаре «Концепция развития внутренней торговли товарами народного потребления: задачи, пути решения» (Красноярск, 2000 г.); межрегиональных научно -практических конференциях «Сфера потребительских услуг: актуальные проблемы и перспективы развития» (Красноярск, 2004 - 2013 гг.) и «Теория и практика коммерческой деятельности» (Красноярск, 2010 - 2018 гг.); краевом совещании в формате научно - практического круглого стола «Цены на продовольствие: конкуренция или спекуляция?» (Красноярск, 2011 г.); II Международной научной конференции «Сибирский плацдарм: проблемы и задачи экономического развития Сибири и Красноярского края» в рамках КЭФ - 2016; XIII международной научно - практической конференции «21 century: fundamental science and technology» (North Charleston, USA, 2017), 31 международной научной конференции «31st IBIMA International conference» (Italy, 2018), 2nd Forum on Innovative Technologies and Management for Sustainability и 7th International Scientific Conference Changes in Social and Business Environment - CISABE' 2018 (Lithuania, 2018).

Результаты исследования нашли практическое применение в деятельности Красноярского Управления Федеральной антимонопольной службы, ООО «Метро кеш энд Керри», ООО Фирма «Лагуна М» г. Красноярск и учебном процессе торгово - экономического института Сибирского федерального университета.

**Научные публикации.** По теме диссертационного исследования опубликовано работ общим объемом 96,83 п. л. (авторские - 77,29 п. л.), из них 4 монографии объемом 59,44 п. л. (авторские - 44,7 п. л.), учебное пособие объемом 17,09 п. л., 37 научных статей объемом 20,3 п. л. (авторские - 15,5 п. л.), из них 19 статей объемом 11,55 п. л. (авторские - 9,6 п. л.) в рецензируемых научных журналах и изданиях.

**Логика, объем и структура диссертации.** Работа состоит из введения, пяти глав, заключения, библиографического списка, включающего наименований, приложений, содержит страниц основного текста, таблиц, рисунков.

**Во введении** обоснована актуальность диссертационного исследования, изложены его цели и задачи, приведена характеристика объекта и предмета исследования, обозначены научная новизна диссертационного исследования, теоретическая и практическая значимость результатов исследования.

**В первой главе «Теория формирования и развития рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений»** сформулированы особенности функционирования субъектов сферы услуг и рынка продовольственных товаров как ее неотъемлемой части в базисе конкурентных отношений, в частности, определены трансформационные качества характеристик услуг; исследованы эволюционные этапы формирования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров Российской Федерации, в рамках чего доказано смещение акцентов конкурентной борьбы экономических агентов рынка продовольственных товаров с прямолинейных, преимущественно ценовых методов в пользу неценовых, репутационных и информационных практик, что в свою очередь позволило систематизировать элементы конкурентных отношений и обосновать актуальность дефиниции «конкурентный статус рынка продовольственных товаров» для измерения их результативности.

**Во второй главе «Методология исследования элементов конкурентных отношений в процессе формирования и развития рынка продовольственных товаров»** обоснована концепция методологии исследования элементов конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров с конкретизацией научно - методологических подходов, принципов и методов к оценке результативности функционирования рынка, обоснована роль конкурентной среды в рамках методологии исследования элементов конкурентных отношений.

**В третьей главе «Методическое обоснование исследования элементов конкурентных отношений рынка продовольственных товаров»** представлена взаимосвязь конкурентного статуса и конкурентной среды рынка продовольственных товаров, обоснована основополагающая роль анализа конкурентной среды в общей методике исследования конкурентных отношений на

рынке продовольственных товаров, разработана методика исследования конкурентной среды рынка с системой параметров ее оценки.

**В четвертой главе «Тенденции формирования и развития рынка продовольственных товаров Красноярского края на основе конкурентных отношений»** представлены результаты апробации методик исследования конкурентной среды, конкурентоспособности, конкурентного положения и конкурентного статуса рынка продовольственных товаров Красноярского края с выделением ряда проблем функционирования рынка продовольственных товаров и обоснованием необходимости последующей выработки регулирующего инструментария.

**В пятой главе «Регулирование конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров»** предложены механизмы регулирования рынка продовольственных товаров по значимым направлениям условий конкуренции, уровня конкурентоспособности рынка продовольственных товаров, конкурентного положения рынка продовольственных товаров и его конкурентного статуса на основе сочетания государственно - рыночных регулирующих инструментов, определены эффекты интеграционного взаимодействия экономических агентов рынка продовольственных товаров.

**В заключении** обобщены итоги проведенного исследования, подтверждены гипотезы и сформулированы выводы диссертационного исследования.

**Содержание диссертационного исследования:**

**Введение**

**Глава 1. Теория формирования и развития рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений**

1.1. Особенности функционирования рынка продовольственных товаров как субъекта сферы услуг в условиях конкуренции

1.2. Эволюция конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров России

1.3. Сущностные представления о системе конкурентных отношений в разрезе конкурентного статуса рынка продовольственных товаров

**Глава 2. Методология исследования элементов конкурентных отношений в процессе формирования и развития рынка продовольственных товаров**

2.1. Концепция исследования элементов конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров

2.2. Роль конкурентной среды рынка продовольственных товаров в исследовании конкурентных отношений

2.3. Принципы и подходы к оценке результативности функционирования рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений

**Глава 3. Методическое обоснование исследования элементов конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров**

3.1. Методика исследования конкурентного статуса рынка продовольственных товаров

3.2. Параметры и система показателей оценки конкурентной среды рынка

продовольственных товаров

3.3. Методический инструментарий диагностики конкурентной среды рынка продовольственных товаров

#### **Глава 4. Тенденции формирования и развития рынка продовольственных товаров Красноярского края на основе конкурентных отношений**

4.1. Факторы развития конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров Красноярского края

4.2. Состояние конкурентной среды на рынке продовольственных товаров Красноярского края

4.3. Исследование конкурентного статуса рынка продовольственных товаров Красноярского края в СФО

#### **Глава 5. Регулирование конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров**

5.1. Механизмы и инструменты регулирования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров

5.2. Приоритетные направления развития конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров

5.3. Интеграционные эффекты конкурентных взаимодействий экономических агентов на рынке продовольственных товаров Красноярского края

**Заключение**

**Список использованных источников**

**Приложения**

## **II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ**

**1. Уточнена и дополнена неоклассическая экономическая теория систематизацией элементов конкурентных отношений, их особенностей на стадиях формирования и развития рынка продовольственных товаров в соответствии с форматами «соперничества», «сотрудничества», «со-конкуренции», которые, в свою очередь, позволили обосновать необходимость выделения конкурентного статуса в качестве ориентира развития рынка продовольственных товаров с аргументацией рыночных и государственных механизмов регулирования.**

Принимая в качестве основополагающей ключевую идею неоклассической экономической теории о стремлении экономических агентов к максимизации уровня своего благосостояния, возможного только при свободной конкуренции и равновесном положении рынка, в диссертации определены и систематизированы элементы конкурентных отношений, что предопределяет особенности формирования и развития рынков продовольственных товаров (рисунок 1).

Авторское видение системы конкурентных отношений представляется охватом сферы производства и товарного обращения особенностями отношений на этапах формирования и развития рынка продовольственных товаров, учитывает

форматы конкурентных отношений в виде соперничества, сотрудничества и со-конкуренции, что обосновывает поведение каждого участника конкурентных отношений и проявляется в устойчивых причинно - следственных связях этих участников.

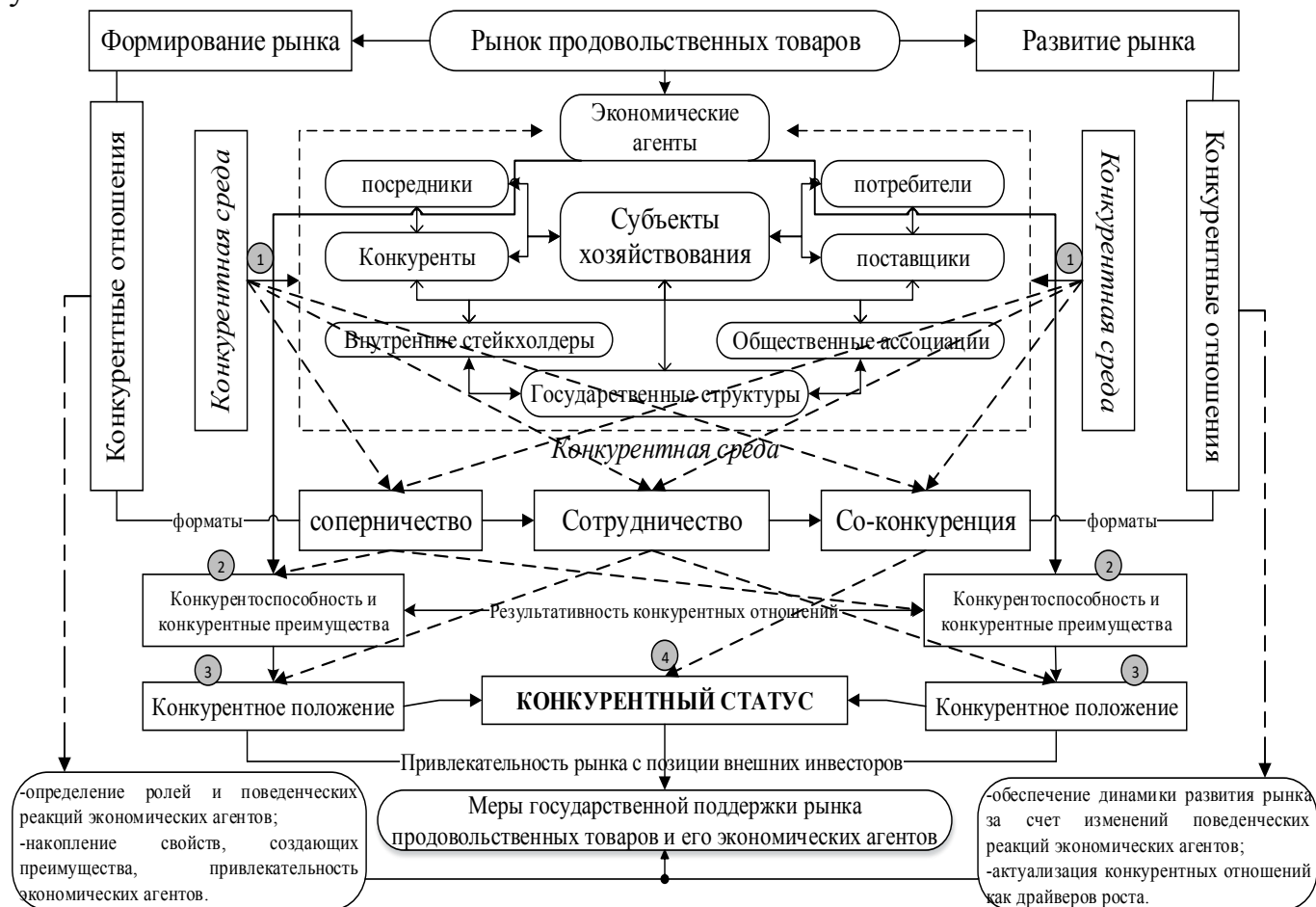


Рисунок 1- Система конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров

Каждый элемент конкурентных отношений, находясь во взаимодействии с остальными элементами, играет определенную роль и имеет разное значение для формирования рынка продовольственных товаров и его развития. Конкурентная среда в стадии формирования рынка продовольственных товаров отвечает за создание условий и начало конкурентных отношений, зарождения и становления соперничества и последующего сотрудничества экономических агентов. В стадии развития рынка продовольственных товаров конкурентная среда ответственна за его жесткую структуризацию, за арсенал применяемых методов конкурентной борьбы, степень открытости границ рынка или конфигурацию барьерных ограничений доступа экономических агентов, уровень его концентрации или интенсивность конкуренции на нем, информационную прозрачность исследуемого рынка.

Базисом конкурентоспособности экономического агента являются его конкурентные преимущества, в то же время роль конкурентных преимуществ состоит в расширении возможностей повышения конкурентоспособности экономик, соответствующей такому формату конкурентных отношений, как соперничество,

где конкурентоспособность экономического агента – результат успешной реализации конкурентных преимуществ и причина поиска их новых источников.

Конкурентное положение как элемент системы конкурентных отношений ответственно за привлекательность рынка для инвесторов во внешней по отношению к рынку среде, подоплёкой которых является сотрудничество. Оно формируется в процессе конкурентных отношений экономических агентов и опосредованно извне поддерживает потенциал их конкурентоспособности, выполняя на стадии формирования рынка роль индикатора его привлекательности для внешних инвесторов, а на этапах развития рынка стимулирует рост внутренней емкости и товарные экспансии во внешнюю среду.

Автором выявлено, что для современных, существенно динамичных в своем развитии рынков в большей степени характерны агрегированные действия их хозяйствующих субъектов с преобладанием со-конкуренции как между ними, так и с внешними инвесторами, превалирующими становятся групповые стимулы и интересы экономических агентов. Конкурентные отношения на рынке продовольственных товаров в таких условиях приобретают принципиально новые свойства и качества, оказывающие серьезные воздействия на тесноту взаимоотношений и взаимодействий экономических агентов, что в свою очередь обосновывает необходимость исследования элементов конкурентных отношений и рассмотрения таких отношений с позиции комплексного синтетического показателя, объединяющего в диагностике все форматы и элементы конкурентных отношений: конкурентного статуса рынка продовольственных товаров.

Ретроспективный анализ становления рынков продовольственных товаров в России и исследование их особенностей развития в рамках как слабого конкурентного существования, так и в условиях конкурентных отношений позволил автору обосновать позиции рынка продовольственных товаров как участника конкурентной борьбы и включить в научный оборот дефиницию «конкурентный статус рынка продовольственных товаров» в качестве меры оценки результативности конкурентных отношений.

*Конкурентный статус рынка продовольственных товаров* - есть совокупность его устойчивых, прочных параметров успешности положения рынка во временном интервале, подтверждаемая с одной стороны успешностью ведения им конкурентной борьбы, а с другой - доверительной репутацией и положительной реакцией конкурентной среды.

В диссертации доказано, что экономическая природа дефиниции «конкурентный статус рынка продовольственных товаров» близка к понятию конкурентоспособности рынка, причем последняя является его определяющим базисом, основой, однако не ограничивается только ею. Считаем, что не уместно ставить знак равенства между этими двумя категориями, поскольку конкурентоспособность не несет в себе поведенческих стереотипов и ожиданий конкурентной среды, не свидетельствует о коллективной социальной этичности бизнеса и ответственности экономического агента за своих потребителей, а служит только свидетельством меры успешности экономического субъекта в конкурентной



борьбе. Перечисленные выше характеристики социальной ответственности и этичности бизнеса образуют сущностное понятие статусности рынка продовольственных товаров как меры результативности его формирования и развития на основе конкурентных отношений (рисунок 2).

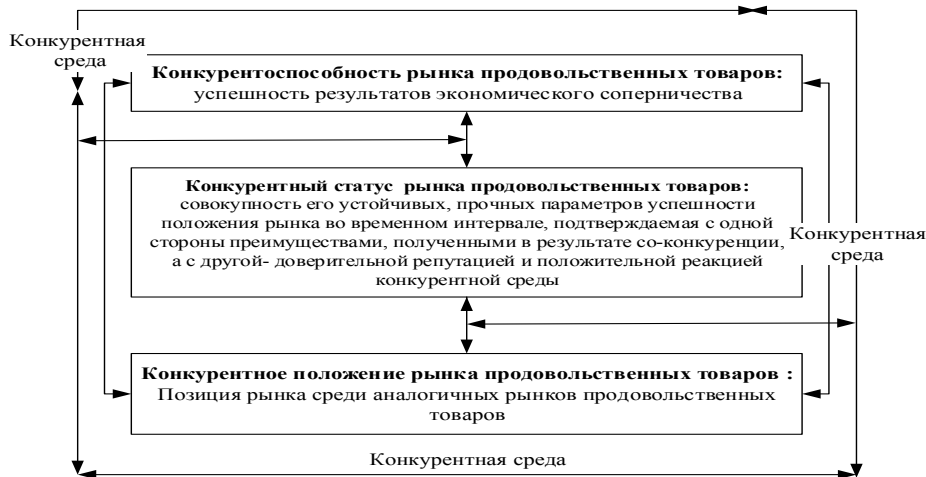


Рисунок 2 - Система элементов конкурентного статуса рынка продовольственных товаров и их взаимодействие

Конкурентное положение и конкурентоспособность в равной степени выступают семантическим ядром предлагаемой дефиниции, поскольку основное предназначение первого - показать позицию экономической единицы среди аналогичных единиц, а второй - количественно измерить эффективность функционирования экономической единицы.

Таким образом, в диссертации доказано, что конкурентный статус рынка продовольственных товаров является результатом отражения долговременных устойчивых эффективных конкурентных отношений, направленных на рациональное использование конкурентных преимуществ рынка продовольственных товаров на благо потребителя, выражающий меру ответственности за потребителя.

**2.Расширена методология формирования и развития рынка продовольственных товаров разработанной концепцией исследования элементов конкурентных отношений, синтезом когнитивного (статусно - поведенческие реакции экономических агентов) и научно-технологического (информационные компетенции) подходов, обоснованием роли рынка как коллектива экономических агентов в призме трансформации и усиления конкурентных отношений.**

Особенность методологии формирования и развития рынка продовольственных товаров обусловлена ролью рынка в конкурентных отношениях за счет приобретения им новых качеств и свойств, способных повлиять на уровень и качество жизни граждан и сбалансированное развитие экономики в целом. Расширение методологии формирования и развития рынка продовольственных товаров связано с выбором концепции исследования элементов конкурентных отношений (рисунок 3).



Рисунок 3 - Концепция исследования элементов конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров

Основополагающими детерминантами методологического подхода, исходя из определения предметно - объектных связей исследования, являются концепции позитивизма, релятивизма и методологического плюрализма, которые несут в себе идеи открытости процесса познания и интеграции различного рода информации, что полностью соответствует целям предприняемого нами исследования. Синтез дифференцированного и интегрального научно-методологических подходов наиболее приемлем для целей исследования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров, поскольку позволяет, взаимодополняя диалектически

равновесное состояние системы исследования, устанавливая новые ракурсы и связи между отдельными ее элементами, показателями, этапами, что способствует углублению и эволюции научного знания о формировании и развитии рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений. Знаниевый (когнитивный) и научно - технологический подходы апеллируют к наличию причинно - следственных связей в характеристиках статусно - поведенческих реакций экономических агентов и роли информационных компетенций в становлении и развитии конкурентных отношений.

Концепции позитивизма, релятивизма и методологического плюрализма обосновывают авторскую позицию в методологии исследования элементов конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров, исходя из ключевой идеи о необходимости обеспечения государством расширенного воспроизводства потенциала экономического агента: с одной стороны, рынку продовольственных товаров в современных условиях со-конкуренции присущи функции квазифирмы, а с другой - он выступает как важная отрасль экономики, для привлечения в которую инвестиций требуется развитие конкурентных отношений, что выражается в конкурентном статусе рынка продовольственных товаров (рисунок 4).

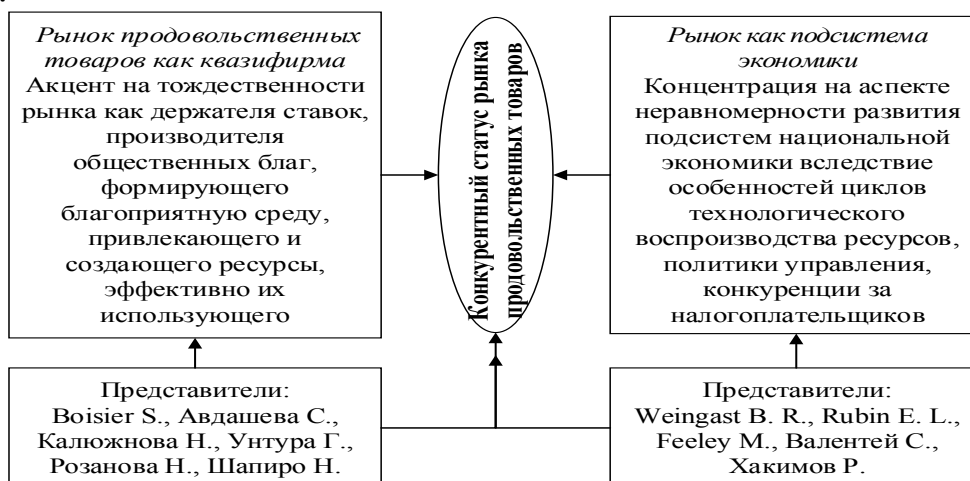


Рисунок 4 - Рынок продовольственных товаров в призме конкурентных отношений в экономической науке и теории

В диссертации доказано, что оба подхода могут и должны рассматриваться вместе, поскольку рынок продовольственных товаров есть целостная сложная система со своими факторами, условиями, ограничениями развития, при рассмотрении методологии исследования которых нет места примитивизму.

Принципы и подходы к исследованию результативности функционирования рынка продовольственных товаров дополнены содержательно спецификой сферы услуг, интегрирующей ролью рынка в экономике и развиты в формате методического инструментария оценки элементов конкурентных отношений: конкурентной среды, конкурентоспособности, конкурентного положения и статуса рынка продовольственных товаров.

Заключительным этапом предлагаемой методологии является ее реализация в систематизации инструментов и механизмов регулирования рынка

продовольственных товаров посредством обоснования взаимодействий между конкурентоспособностью экономических агентов сферы услуг и возможностью занимать им определенный статус.

Таким образом, предложенные разработки позволяют решать новые более сложные управленческие задачи по регулированию рынка продовольственных товаров и конкурентных отношений на нем на более высоком системном уровне.

**3. Углублена методология исследования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров в части аспекта оценки конкурентной среды обоснованием ее основополагающей роли в создании условий конкуренции на рынке, пояснением принципов и подходов к исследованию конкурентной среды в три этапа: анализа контуров рынка (условий взаимодействий экономических агентов), диагностики структуры рынка (соотношения числа экономических агентов и форматов их взаимоотношений) и его потенциала (адвокатирования конкурентного статуса).**

Конкурентная среда определяет условия результативности действий и функционирование экономических агентов на рынке продовольственных товаров, проявляемое в их конкурентоспособности, а также обосновывает возможности создания и препятствия реализации конкурентных преимуществ как рынка, так и его экономических агентов, вследствие чего конкурентная среда является основополагающим условием конкурентных отношений, через который происходит воздействие на остальные элементы. Специфичность роли конкурентной среды обосновывает необходимость уточнения автором дефиниции «конкурентная среда рынка продовольственных товаров» в части консолидирующего подхода к рассмотрению категории, где основной акцент сделан на полную взаимозависимость условий, количества экономических агентов и их взаимодействий, от определенного благоприятного сочетания которых зависит результат конкурентных отношений: формирование конкурентного статуса рынка продовольственных товаров (рисунок 5).



Рисунок 5 - Составляющие дефиниции «конкурентная среда рынка продовольственных товаров»

Конкурентная среда рынка продовольственных товаров – это условия, в которых действует совокупность субъектов, предлагающих либо приобретающих специфическую или близкую по составу продукцию, а также их взаимоотношения в фиксированный период времени по поводу соперничества за наилучшее приложение капитала.

С учетом этих особенностей предлагаем для оценки конкурентной среды рынка продовольственных товаров использовать комплексную методику, базирующуюся на применении первичной и вторичной информации и учитывающую три блока анализа: исследование контуров рынка для обоснования условий конкурентной борьбы среди хозяйствующих субъектов, анализ структуры рынка в целях выявления соотношения участников рынка и их взаимодействий, а также оценку потенциала рынка в процессе его непосредственного влияния на конкурентный статус рынка продовольственных товаров (рисунок 6).

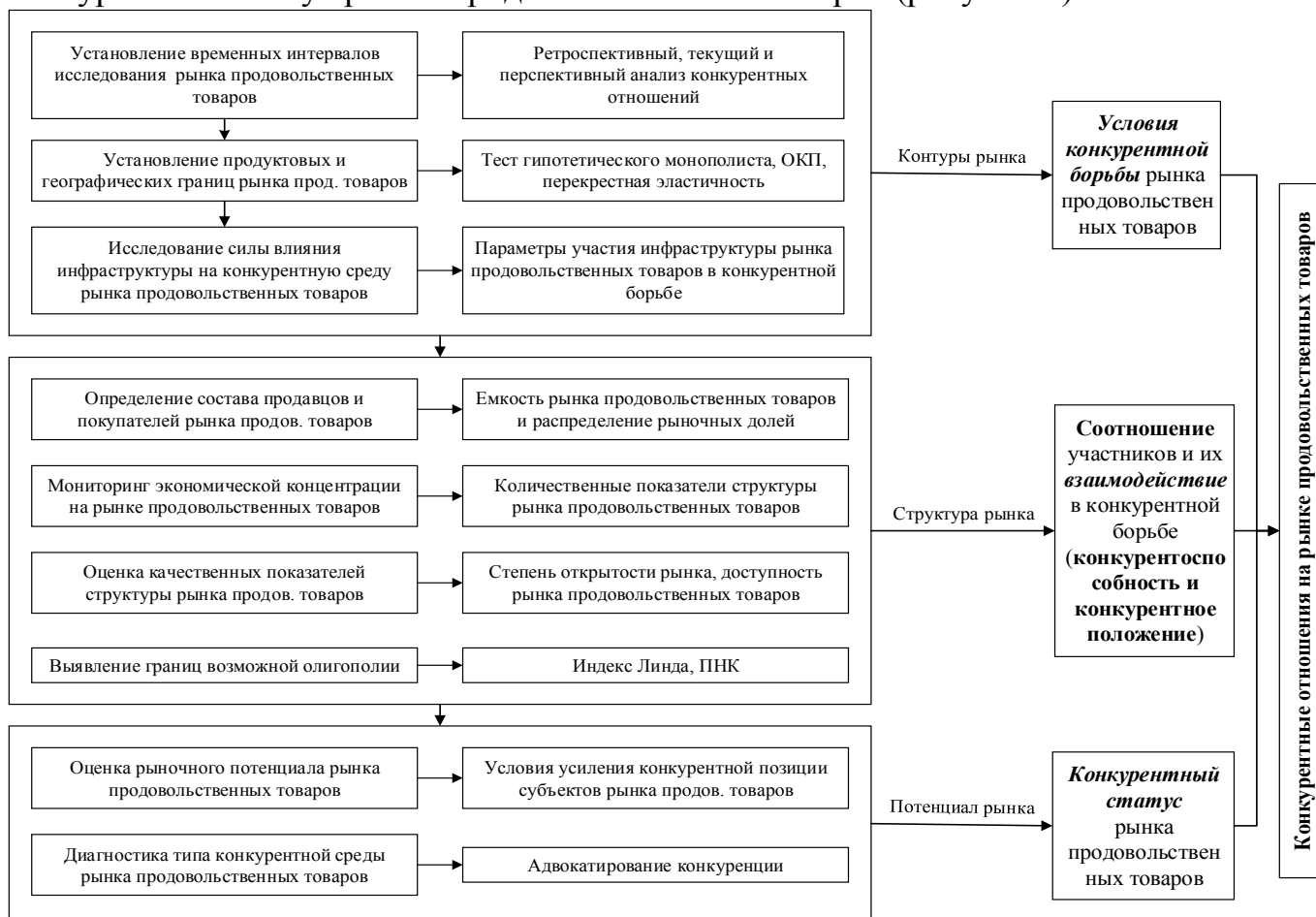


Рисунок 6 - Методика исследования конкурентной среды рынка продовольственных товаров

Основное назначение первого блока предлагаемой методики - в соответствии с принципами сопоставимости и релевантности помочь исследователю определиться с конкурентами или рамками исследуемого объекта. К таким контурам автор относит установление временных, продуктовых и географических границ рынка продовольственных товаров и изучение влияния силы инфраструктуры как

условий формирования будущей конкурентной среды рынка продовольственных товаров.

В рамках второго блока предложен расчет структурных показателей и оценки экономической концентрации на рынке продовольственных товаров исходя из его емкости, соотношения рыночных долей экономических агентов и их склонности к кооперированию (границ возможной олигополии), а также степени открытости рынка с уточнением всех видов барьеров входа - выхода.

Блок оценки потенциала развития конкуренции включает два этапа, связанных с уточнением возможностей усиления конкурентной позиции экономических агентов рынка продовольственных товаров и их превентивное регулирование согласно установленного типа конкурентной среды рынка.

Проведенные нами исследования конкурентной среды в 2010 - 2016 гг. позволили диагностировать, что рынок продовольственных товаров Красноярского края является рынком рабочей конкуренции с открытыми границами и способствует развитию полноценных конкурентных отношений между его хозяйствующими субъектами:

- Продуктовые границы рынка продовольственных товаров Красноярского края установлены в пределах традиционных групп продовольственных товаров.

- Географическими границами рынка продовольственных товаров Красноярского края будем считать его локализацию в контурах центральной и южной части региона с преимущественным сосредоточением в городских поселениях.

- Основными участниками рынка продовольственных товаров являются производители, переработчики сельскохозяйственного сырья, предприятия пищевой промышленности и торговые организации, оказывающие услуги по реализации, транспортировке, хранению, сортировке, упаковке, предпродажной подготовке и послепродажному обслуживанию продовольственных товаров. Качество состава участников рынка позволяет говорить об интегрированном характере конкурентных взаимодействий местных продавцов с инорегиональными поставщиками, действующими через торговые сети.

- В силу специфики рынка продовольственных товаров покупателями в доминирующем числе случаев выступают физические лица, что позволяет с большой долей уверенности говорить об отсутствии олигопсонических и монопсонических настроениях исследуемого рынка.

- На протяжении всего исследуемого периода времени показатели экономической концентрации остаются стабильно умеренно высокими, что свидетельствует об устойчивости сложившихся конкурентных отношений основных участников рынка продовольственных товаров, при этом даже вход-выход некоторых хозяйствующих субъектов не оказывает существенного влияния на расстановку конкурентных сил.

- Наиболее существенное воздействие на исследуемый рынок оказывают экономические, организационные барьеры и ограничения рынка по спросу, при том что наличие таких барьеров существенно корректирует результаты общей

диагностики типа конкурентной среды в сторону повышения уровня концентрации в пользу монополистической конкуренции.

- О потенциале к олигопольному развитию можно говорить только в отношении некоторых субрынков, например, рынков хлеба в силу специфики привязки мест производства и потребления продукции.

Таким образом, конкурентная среда рынка продовольственных товаров Красноярского края, при практически не меняющихся с 2012 года по количеству крупных и средних поставщиков основных групп продовольственных товаров и общей емкости рынка продовольственных товаров, сформирована как локальная динамичная среда с потенциально открытыми границами.

**4. Дополнены методические подходы к исследованию результативности функционирования рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений систематизацией методик конкурентоспособности территорий, регионов и предприятий, на основе чего сформированы группы показателей конкурентоспособности рынка продовольственных товаров («эффективного функционирования рынка продовольственных товаров», «интенсивности конкуренции на рынке продовольственных товаров», «инновационной и инвестиционной эффективности рынка продовольственных товаров», «продовольственной независимости рынка»), что сделало возможным на иной основе выполнить ранжирование рынков продовольственных товаров территорий.**

Исследование формирования и развития рынка продовольственных товаров в основной своей части связано с оценкой результативности функционирования его экономических агентов в условиях конкурентных отношений. Для этих целей в диссертации проведен обобщающий анализ, а также последующая систематизация методик конкурентоспособности территорий, регионов и предприятий, имеющих похожую с рынком как с совокупностью действий его экономических агентов содержание подходов и сформирована система показателей конкурентоспособности рынка продовольственных товаров (таблица 1).

Таблица 1 - Система показателей оценки конкурентоспособности рынка продовольственных товаров

Показатель	Область регулирующих решений
Показатели эффективности функционирования рынка продовольственных товаров (ЭПР):	
1. Коэффициент доли валового внутреннего продукта, созданного в сфере торговли продовольственными товарами ( $D_{pt}$ ), ед.	По регулированию доли участия рынка продовольственных товаров в создании рыночной стоимости товаров и услуг региональной экономики за счет повышения эффективности факторов производства, регулирование пропорциональности рынка
2. Производство валового регионального продукта, созданного в сфере торговли на 1 человека, занятого в экономике сферы торговли региона, ( $K_z$ ) млн. руб./человек	По повышению роли участия трудовых ресурсов в развитии конкурентного статуса рынка продовольственных товаров, эффективности использования трудовых ресурсов

3. Производство валового регионального продукта, созданного в сфере торговли, на 1 рубль стоимости основных фондов торговли, ( $K_{of}$ ), руб.	По созданию условий более эффективного использования основных фондов в сфере торговли продовольственными товарами
4. Коэффициент рентабельности реализованной продукции рынком продовольственных товаров, ( $Re$ ), ед.	Относительно регулирования общей эффективности функционирования рынка за счет минимизации затрат при увеличении прибыльности предприятий рынка продовольственных товаров
5. Оборот розничной торговли продовольственными товарами на душу населения региона, ( $RT$ ), руб.	По формированию условий доступности товаров и услуг населению региона, регулирование спроса населения на продовольственные товары
Показатели интенсивности конкуренции на рынке продовольственных товаров (ИК):	
6. Коэффициент доли участия торговых сетей в обороте розничной торговли продовольственными товарами, ( $D_{ic}$ ), ед.	Относительно создания условий участия конкурентов в формировании рынка продовольственных товаров (развитием конкурентной среды)
7. Коэффициент изменения рынка продовольственных товаров, ( $U_{izm}$ ), ед.	По управлению изменением размеров рынка продовольственных товаров (объемов продаж на рынке)
8. Коэффициент концентрации рынка продовольственных товаров, ( $K_{konz}$ ), млн. руб. на 1 предприятие торговли	По внутренним источникам роста конкурентоспособности рынка продовольственных товаров
Показатели инновационной и инвестиционной эффективности рынка (ИИР):	
9. Доля инвестиций в основной капитал сферы торговли продовольственными товарами, ( $D_{inpt}$ ), ед.	В части привлечения инвестиций в сферу торговли продовольственными товарами
10. Коэффициент доли организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации сферы торговли продовольствием в общем числе организаций, ( $D_{mot}$ ), ед.	Касаемо мер по увеличению конкурентоспособности за счет инновационной активности субъектов рынка
Показатели продовольственной независимости рынка (ПНР):	
11. Коэффициент степени открытости рынка, ( $K_{or}$ ), ед.	В части мер по усилению конкурентного положения рынка продовольственных товаров в макрорегионе, барьеров входа-выхода на рынке продовольственных товаров, стимулирование экспорта продовольственных товаров в соседние регионы и государства
12. Коэффициент зависимости рынка продовольственных товаров от импортной (ввозимой) продукции, ( $I_{zav}$ ), ед.	Относительно обеспечения независимости рынка продовольственных товаров от ввозимого сырья и готовой продукции
13. Коэффициент самообеспечения рынка продуктами питания при нормативном уровне потребления, ( $Kc$ ), ед.	По показателям продовольственной безопасности рынка



Специфика экономики рынка продовольственных товаров позволила обосновать, что его конкурентоспособность будет зависеть от четырех групп параметров: эффективности функционирования рынка продовольственных товаров, интенсивности конкуренции или экономической концентрации на рынке продовольственных товаров, инвестиционной привлекательности и продовольственной независимости.

Включение в группы параметрических коэффициентов обобщенного блока «Эффективность функционирования рынка продовольственных товаров» определено потребностью выявления наиболее результативно действующего рынка продовольственных товаров по выполнению своей основной задачи - рационального формирования и распределения продовольственных ресурсов первичной и вторичной переработки, обеспечивающего взаимодействие производителей и потребителей в установлении объемов и структуры производства, а также достижение и поддержание необходимых качества и цены продукции.

От интенсивности конкурентной борьбы внутри рынка продовольственных товаров зависит количество представленных на нем продавцов и качество их взаимодействия с потребителем, поэтому чем сильнее развита конкуренция продавцов, тем более конкурентоспособен рынок продовольственных товаров, при этом монополизированные рынки находятся в заведомо проигрышной ситуации с точки зрения открытости их границ и, следовательно, привлекательности для новых участников.

Инвестиционная и инновационная привлекательность учитывает возможность рынка продовольственных товаров динамично развиваться, актуализируя конкурентные преимущества его хозяйствующих субъектов, выпускать конкурентоспособную продукцию, отвечающую самым требовательным запросам потребителя, и оказывать услуги по поддержанию комфортного с точки зрения удобства для жизни, пространства.

Четвертая группа параметров «Продовольственная независимость рынка» необходима в оценке конкурентоспособности рынка продовольственных товаров с точки зрения его особенностей по формированию продовольственных ресурсов для их физической и экономической доступности потребителю.

Все показатели являются основой для агрегирования их в группы параметров конкурентоспособности рынка продовольственных товаров. Выбор показателей обоснован как теоретическим анализом, так и возможностями государственного статистического учета.

Процедура ранжирования рынков продовольственных товаров включает в себя этапы:

1. Расчет единичных коэффициентов конкурентоспособности рынка из таблицы 2, с последующим приведением (нормированием) этих показателей к одной базе сопоставления.

2. Взвешенное агрегирование нормированных единичных показателей конкурентоспособности рынка продовольственных товаров в групповые коэффициенты согласно представленной системы уравнений:

$$\begin{cases} \text{ЭПР}_n^m = \beta_{11} \times k_1^m + \beta_{12} \times k_2^m + \beta_{13} \times k_3^m + \beta_{14} \times k_4^m + \beta_{15} \times k_5^m \\ \text{ИК}_n^m = \beta_{21} \times k_6^m + \beta_{22} \times k_7^m + \beta_{23} \times k_8^m \\ \text{ИИР}_n^m = \beta_{31} \times k_9^m + \beta_{32} \times k_{10}^m \\ \text{ПНР}_n^m = \beta_{41} \times k_{11}^m + \beta_{42} \times k_{12}^m + \beta_{43} \times k_{13}^m \end{cases} \quad (1),$$

где  $\text{ЭПР}_n^m, \text{ИК}_n^m, \text{ИИР}_n^m, \text{ПНР}_n^m$  - групповые показатели эффективности функционирования рынка продовольственных товаров (ЭПР), интенсивности конкуренции (ИК), инновационной и инвестиционной эффективности рынка (ИИР), продовольственной независимости рынка (ПНР)  $m$  региона в  $n$  году;

$k_\mu^m$  - приведенный единичный показатель конкурентоспособности рынка по  $m$  региону;

$\gamma$  - номер блока показателей;

$\vartheta$  - номер показателя в блоке;

$\beta_{\gamma\vartheta}$  - коэффициент значимости единичных показателей конкурентоспособности рынка продовольственных товаров.

3. Формирование итогового показателя конкурентоспособности рынка продовольственных товаров, который также включает процедуру агрегирования групповых коэффициентов из системы уравнений (ф. 1) и имеет вид:

$$\text{КПР}_n^m = \alpha_1 \times \text{ЭПР}_n^m + \alpha_2 \times \text{ИК}_n^m + \alpha_3 \times \text{ИИР}_n^m + \alpha_4 \times \text{ПНР}_n^m, \quad (2) \text{ где}$$

$\text{КПР}_n^m$  - показатель конкурентоспособности рынка продовольственных товаров  $m$  региона в  $n$  году;

$\alpha_{1,2,3,4}$  - коэффициенты значимости групповых показателей в коэффициенте конкурентоспособности рынка продовольственных товаров.

Предложенная система показателей апробирована в диссертации ранжированием индексов конкурентоспособности рынков продовольственных товаров в Сибирском Федеральном округе. В течение всего анализируемого периода (2010 - 2016 гг.) максимальную конкурентоспособность стабильно показывает рынок продовольственных товаров Новосибирской области, уступая только в 2016 году Алтайскому краю (рисунок 7).

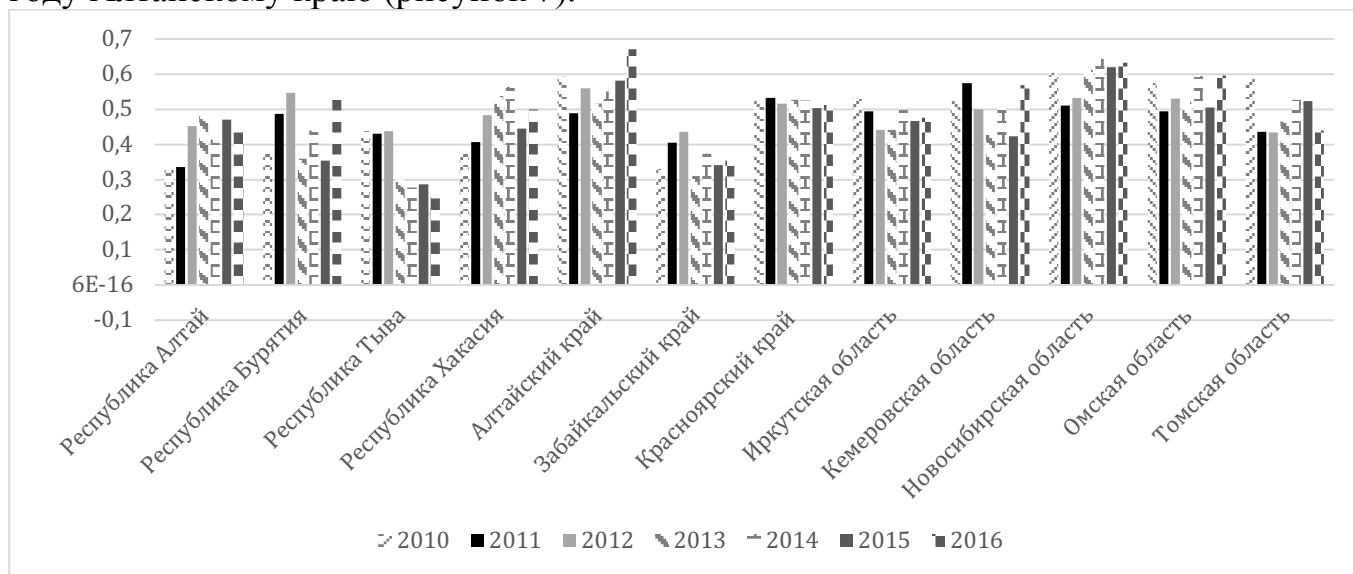


Рисунок 7 - Динамика показателей конкурентоспособности рынков продовольственных товаров регионов Сибирского федерального округа в 2010 - 2016 гг.

Основная причина успешности ведения конкурентной борьбы рынком продовольственных товаров Новосибирской области заключается в высоких значениях параметров блока «Эффективность функционирования рынка продовольственных товаров», инновационной активности ее сферы торговли и высоком уровне степени открытости рынка для конкурентной борьбы даже при значительной экономической концентрации. Явным аутсайдером является рынок продовольственных товаров республики Тыва, остальные рынки занимают прочное положение в середине рейтинга. Динамический компонент рейтингов конкурентоспособности рынков продовольственных товаров регионов СФО позволил констатировать слабую вариативность показателей конкурентоспособности и охарактеризовать отдачу регулирующих воздействий региональных органов управления локальными рынками как неудовлетворительную, требующую концептуального пересмотра подходов к организации функционирования рынков.

Таким образом, авторская методика оценки конкурентоспособности продовольственных товаров позволяет на иной основе выполнять ранжирование рынков, что увеличивает возможности регулирования условий их устойчивого развития и формирования конкурентных преимуществ экономики.

**5. Разработана и научно обоснована методика рейтинговой оценки конкурентного статуса рынков продовольственных товаров, позволившая учитывать в интегральном показателе конкурентного статуса все форматы и элементы конкурентных отношений: конкурентной среды, конкурентоспособности, конкурентного положения и создающая, тем самым, базу для формирования рыночных и государственных механизмов инвестиционной привлекательности рынка.**

Предложенный методический подход к исследованию конкурентного статуса рынка продовольственных товаров имеет три блока оценки (рисунок 8). Особенностью этого подхода является консолидация всех элементов конкурентных отношений в результирующем показателе конкурентного статуса с механизмами и инструментами регулирования конкурентных отношений.

Начальным этапом методики предлагается исследование институциональных предпосылок развития всех элементов конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров с выделением векторов влияния на его статус: стимулирующие высокий уровень конкурентного статуса или сдерживающие, не способствующие его развитию.

Следующий укрупненный блок методики предполагает анализ условий реализации конкурентных отношений в форматах конкурентной среды, а центральной композицией методики является оценка конкурентоспособности рынков продовольственных товаров и ранжирование их по этому показателю. Основным параметром конкурентного положения рынка продовольственных товаров является величина его участия в обороте розничной торговли по продовольственным товарам укрупненного региона и динамика этого показателя во

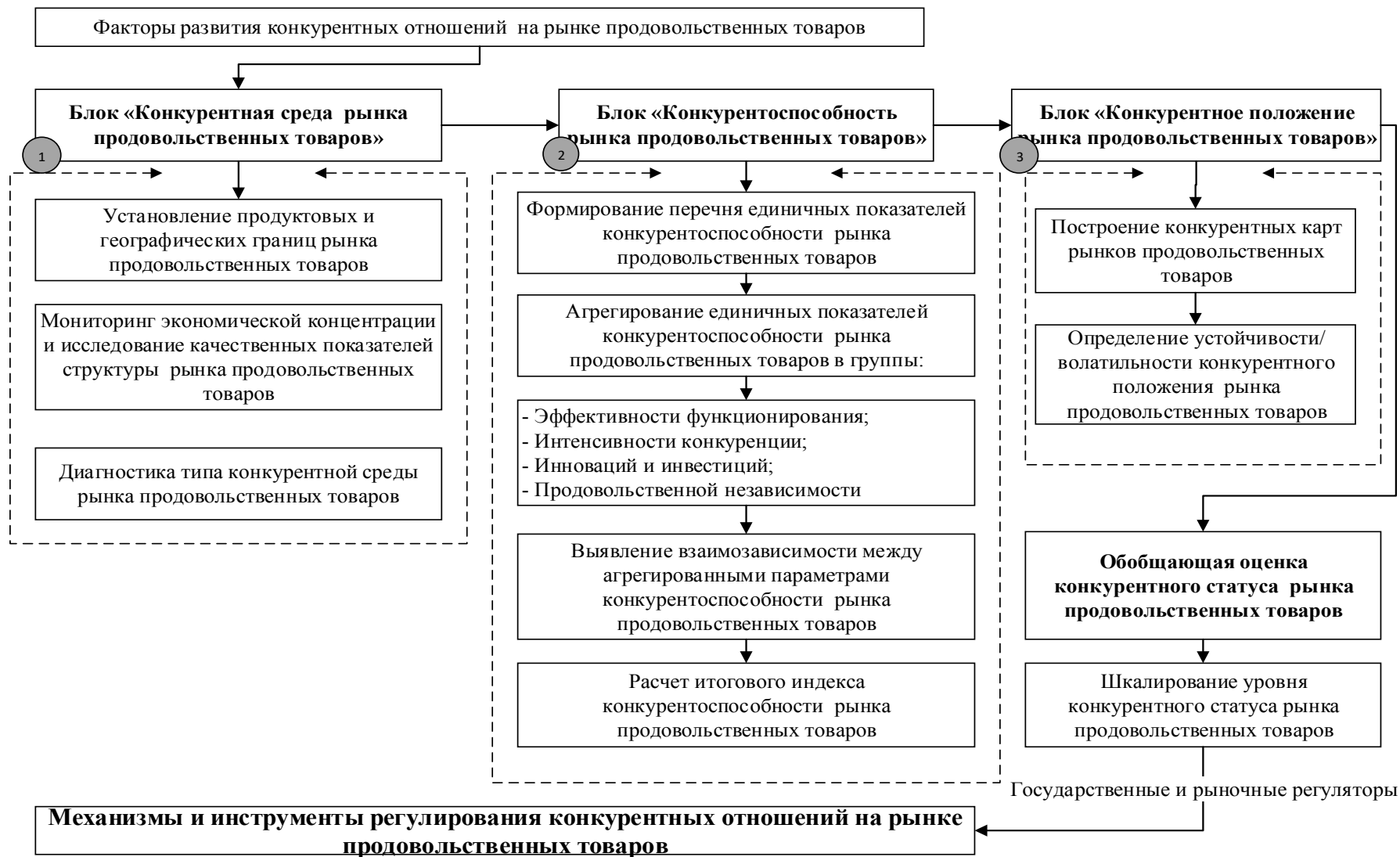


Рисунок 8 - Научно - методическая модель исследования конкурентного статуса рынка продовольственных товаров, составлено автором

времени, поэтому для обоснования конкурентного положения рынка продовольственных товаров целесообразно применение метода конкурентных карт.

Завершающий этап оценки конкурентного статуса рынка продовольственных товаров связан тесным образом с понятием устойчивости рынка, который, в свою очередь, позволяет сформировать представление о способности рынка сохранять достигнутое конкурентное положение и сглаживать его колебания в заданных конъюнктурных параметрах. Логика этапов предлагаемой методики представляет собой поэтапное агрегирование всех элементов конкурентных отношений в результирующий их показатель конкурентного статуса рынка продовольственных товаров.

Итоговый уровень конкурентного статуса рынка продовольственных товаров представляет собой консолидацию всех вышеприведенных оценочных индикаторов по каждому из этапов исследования, но без лишней формализации диагностики формирования и развития рынка продовольственных товаров, которая может быть результатом количественных оценок. Для комментариев итогового уровня конкурентного статуса рынка продовольственных товаров предлагается использование сводного коэффициента, консолидирующего коэффициенты конкурентоспособности рынка продовольственных товаров, его конкурентного положения:

$$КСР = \sqrt{КПР \times К_{уст}} \quad (3), \text{ где}$$

КСР - показатель конкурентного статуса рынка;

КПР - коэффициент конкурентоспособности рынка;

$К_{уст}$  - коэффициент устойчивости конкурентного положения рынка продовольственных товаров.

Апробация предложенного индекса показала, что в течение всего анализируемого периода (2010 - 2016 гг.) рынок продовольственных товаров Красноярского края находится на 3-м месте, уступая Новосибирской области и Алтайскому краю (рисунок 9)

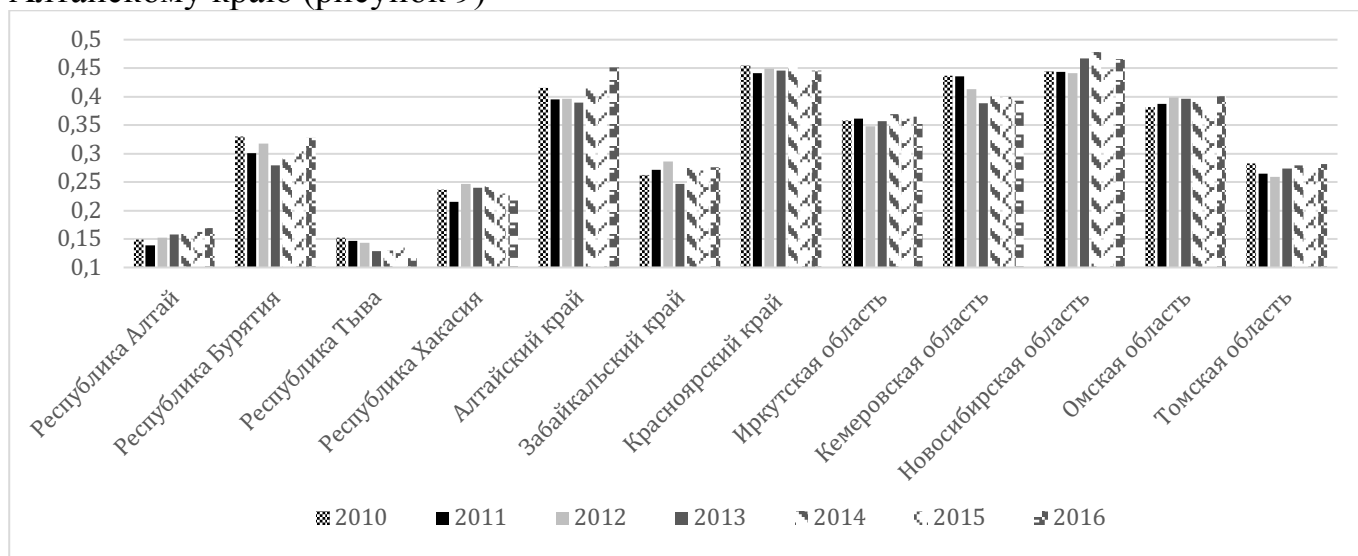


Рисунок 9 - Динамика рейтингов конкурентных статусов рынков продовольственных товаров СФО в 2010 - 2016 гг.

Наихудшие показатели – у рынков продовольственных товаров республик Тыва и Алтай. Итоговые показатели в целом коррелируют с расчетами индексов конкурентоспособности рынков продовольственных товаров, однако устойчивость конкурентного положения позволила улучшить результативность функционирования исследуемых рынков, например, по Красноярскому краю, который с шестой строчки рейтинга поднялся на третью, что свидетельствует о более высокой согласованности конкурентных действий совокупности экономических агентов рынка Красноярского края и наличии у лидеров макрорегиона хорошей коллективной репутации. Однако лидеры и аутсайдеры рейтингов в целом на протяжении исследуемого периода совпали полностью.

Таким образом, можно сделать вывод о большем влиянии конкурентного положения и его стабильности на показатель статусности рынков продовольственных товаров, что обосновывает ориентацию экономических агентов на внешние рынки, и внимание внешних инвесторов к проблемам рынков, их желание вести бизнес на таких территориях. Показатель конкурентного статуса рынка в комплексе учитывает и внутреннюю конкурентоспособность, и конкурентное положение, в связи с чем необходимо отметить его целесообразность в качестве базисного критерия для обоснования драйверов роста результативности рынков.

**6. Предложены механизмы регулирования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров (организационные, экономические, информационные, инфраструктурные, правовые, экологические, репутационные), учитывающие оптимальное соотношение рыночных и государственных инструментов по задачам регулирования стабильности функционирования рынка, емкости и наполнения рынка, стимулирования местного производства продовольственных товаров, эффективного развития рынка продовольственных товаров в условиях коллективной репутационной ответственности экономических агентов.**

Основу формирования и устойчивого сбалансированного развития рынка продовольственных товаров как сложной экономической системы составляют организационно - управленческие, экономические, правовые, социальные отношения и связи между их детерминантами, которые упорядочиваются в рамках целенаправленного процесса регулирования и принимают определенные формы механизмов с акцентом на сочетание рыночных рычагов и государственных инструментов воздействия на устойчивость воспроизводственных процессов, происходящих на рынке.

Исследование элементов конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров Красноярского края позволило сформировать концептуальную модель регулирования конкурентных отношений на нем, отличающуюся матричным подходом к сочетанию государственных и рыночных инструментов и обосновать применение механизмов регулирования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров (рисунок 10).

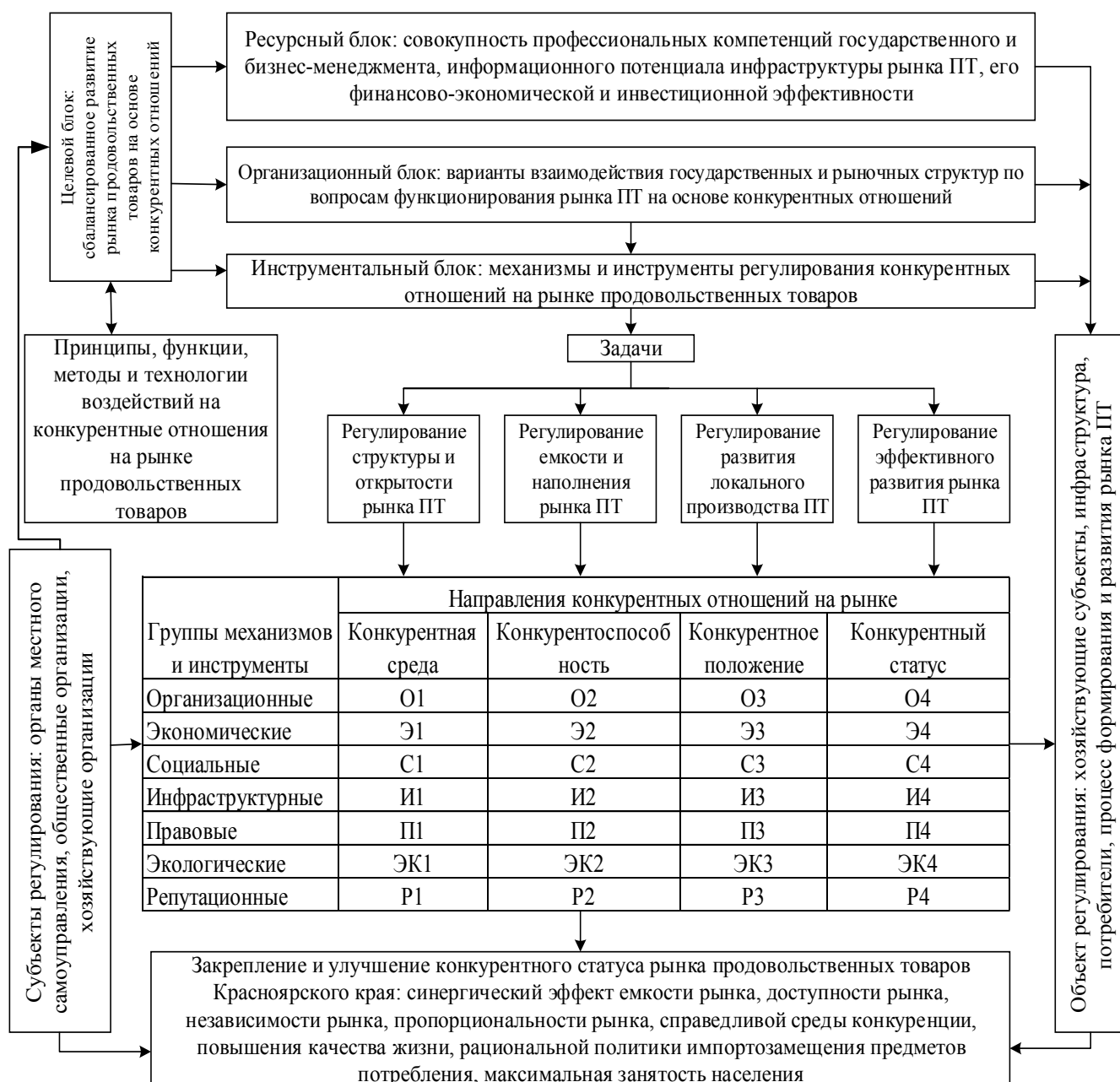


Рисунок 10 - Концептуальная модель регулирования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров\*

\*прим. автора: буквами О1 - О4, Э1 - Э4, С1 - С4, И1 - И4, П1 - П4, ЭК1 - ЭК4, Р1 - Р4 обозначены в матрице наборы инструментов

Дифференциация задач регулирования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров в концептуальной модели позволяет нам разграничить действие инструментов по направлениям конкурентных отношений, механизмам и инструментам влияния.

*Организационные механизмы* отвечают за организацию внутренних взаимосвязей и взаимодействий объектов регулирования в процессе и реализуются в предлагаемой нами концептуальной модели через систему правил и норм, ограничений по защите открытости и привлекательности рынка продовольственных

товаров (направление конкурентной среды) через процедуры регистрации бизнес-структур, организационные барьеры; гарантий потребителю качества и безопасности, доступности продовольственных товаров (направление конкурентоспособности) инструментами лицензирования и сертифицирования, контроля бизнеса; обеспечению благоприятного режима функционирования рынка продовольственных товаров Красноярского края в макрорегиональном масштабе посредством целевых программ развития рынка (направление конкурентной позиции) и созданию условий коопераций и коллабораций предпринимательских структур (направление конкурентного статуса).

*Экономические механизмы* имеют наиболее действенное прямое регулирующее значение и связаны преимущественно с использованием финансовых, ценовых, налоговых, кредитных дискриминаций. В регулировании конкурентоспособности рынка продовольственных товаров преобладают финансовая помощь, налоговые льготы, стимулирование технического перевооружения, ценовая политика, позволяющие в свою очередь варьировать качеством продовольственных товаров и предоставления торговых услуг, ростом эффективности их производства. В то же время воздействие на конкурентную позицию рынка - в основном прерогатива эмбарго, пошлин, ограничений, кредитных потолков или их отсутствие для стимулирования перемещения капитала и инвестиций между территориальными рынками. Для формирования благоприятного конкурентного статуса рынка продовольственных товаров преимущественно используются инструменты софинансирования бизнес - проектов, экономическое планирование и прогнозирование, позволяющие сформировать такой уровень конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров, который определяет возможности хозяйствующих субъектов в насыщении, товарном предложении и обеспечить тем самым сбалансированное развитие рынка и территории.

*Социальные механизмы* ориентированы на рост благосостояния населения в целом в том числе социальным обеспечением незанятого населения с целью сокращения социальной дифференциации и неравенства категорий граждан, применением компенсационной политики. Для конкурентной среды здесь наиболее уместно регулирование обеспеченностью торговыми услугами и предприятиями торговли определенной специализации, которые прямо влияют на открытость рынка и экономическую концентрацию на нем. Досуговая и культурная интеграция являются стимулом межрегиональных миграций населения и также способствует укреплению конкурентной позиции рынка. Важная роль в этой группе механизмов отводится обеспечению платежеспособности спроса населения, что проявляется в субсидировании потребительской корзины, минимальных потребительских бюджетов и помогает формированию конкурентного статуса рынка продовольственных товаров как социально-ориентированной территории.

*Инфраструктурные механизмы* регулирования конкурентных отношений представлены широким набором инструментов информационной поддержки



бизнеса для обеспечения равных условий конкуренции хозяйствующих субъектов, институциональной поддержкой прозрачности рынка продовольственных товаров.

*Правовые механизмы* обеспечивают юридические условия и нормы регулирования:

- конкурентной среды, где преобладают антимонопольные ограничители в виде законодательной базы;

- политики патентной чистоты, стандарты качества, процедуры регистрации товарных знаков и марок для обеспечения конкурентоспособности продукции;

- квот и нормотворческих барьеров по ввозу-вывозу продукции, пропорций импортозамещения продовольственных товаров - для защиты и/или стимулирования межрыночных взаимодействий;

- регламентов, юридической помощи, повышения правовой грамотности населения, консультирования - это гарантии формирования общественного мнения о справедливых конкурентных отношениях на рынке продовольственных товаров.

*Экологические механизмы* имеют особое значение для функционирования рынка продовольственных товаров и проявляют себя через в большинстве случаев системами государственных регуляторов: ограничительных и штрафных мер, экостандартов, экологической паспортизацией. Одним из условий развития конкурентных отношений является группа инструментов сберегающих инноваций и технического перевооружения предприятий, позволяющих стимулировать применение ресурсосберегающих технологий, рециркуляцию и повторное использование товаров в качестве сырья для последующего производства. В отношении этой группы механизмов исключительно важным видится нам роль сферы торговли, связующей с одной стороны экологические нормы и правила в производстве, а с другой – спрос на экологические технологии и продукты, которая способна осуществлять регулирующее воздействие на разумность и пропорциональность потребления.

*Репутационные механизмы* наиболее близки к обеспечению результативности конкурентных отношений- конкурентному статусу рынка продовольственных товаров и представлены инструментами обеспечения всеми участниками рынка своих контрактных обязательств. Репутационный механизм на уровне конкурентной среды создает условия для обмена информацией и тем самым способствует усилению равноправной конкуренции, помогает преодолению этнокультурных и атрибутивных барьеров чем вовлекает дополнительно платежеспособный спрос, позволяет контролировать поведение во взаимоотношениях хозяйствующих субъектов между собой, потребителями, государством, стейкхолдерами, отвечает за соблюдение балансов интересов и является тем самым важным рыночным регулятором. И наконец, репутационные механизмы в противовес оппортунизму предпринимателей наиболее эффективны в стабильной среде с неменяющимися правилами и нормами взаимодействий, поэтому способствуют достижению стабильности функционирования рынка продовольственных товаров.

В исследовании предложено авторское видение мер регулирующего воздействия, которые направлены на:

- создание благоприятных условий формирования конкурентного статуса рынка продовольственных товаров Красноярского края (конкурентной среды);
- достижение высокого уровня конкурентоспособности рынком продовольственных товаров региона;
- локализацию рынком продовольственных товаров Красноярского края в наиболее выгодной конкурентной позиции в макрорегионе СФО, носящей устойчивый характер;
- гарантирование имиджа добросовестного партнера с позиции создания благоприятного бизнес - климата в регионе, территории благополучия, безопасности и комфортности для жизни и, тем самым, обеспечения конкурентного статуса рынка продовольственных товаров Красноярского края (рисунок 11).

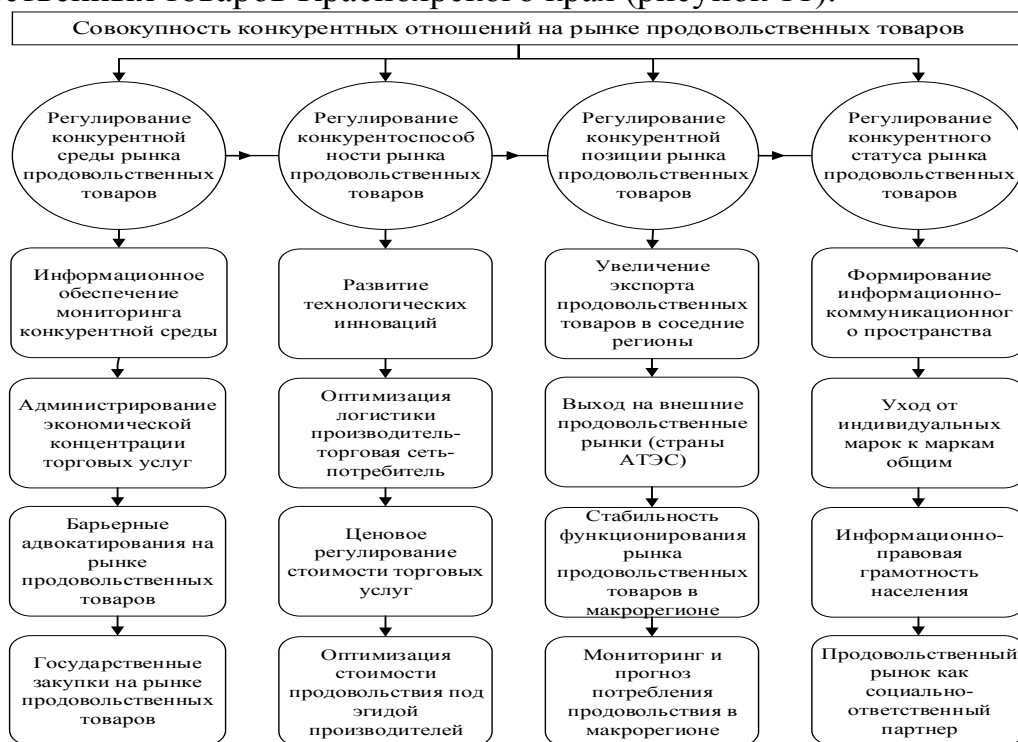


Рисунок 11 - Приоритетные направления регулирования конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров Красноярского края

**7. Сформирована матрица межорганизационных связей экономических агентов (региональных органов власти, бизнес - структур, населения) в разрезе направлений конкурентных отношений (активизации конкурентной среды, усиления конкурентоспособности и конкурентного положения, формирования конкурентного статуса), позволяющая определить интеграционные эффекты от их взаимодействия на рынке продовольственных товаров.**

В диссертационном исследовании разработана матрица межорганизационных связей экономических агентов рынка продовольственных товаров, направленная на совершенствование конкурентных отношений государственных региональных структур, предпринимательских структур и общества в лице потребителя (таблица 2), позволившая оценить интеграционные эффекты принимаемых управленческих решений.

Таблица 2 - Матрица интеграционных эффектов развития взаимодействий экономических агентов рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений

Стейкхолдеры рынка ПТ	Направления конкурентных отношений экономических агентов			Формирование конкурентного статуса
	Активизация конкурентной среды на рынке ПТ	Усиление		
		Конкурентоспособности рынка	Конкурентного положения рынка	
Региональные органы власти	<p>1.Создание условий для взаимодействия экономических агентов</p> <p>2.Координация работ по проектам и программам функционирования рынков продовольственных товаров.</p> <p>3.Барьерные регулирования рынков продовольственных товаров.</p> <p>4.Обеспечение информационной прозрачности рынка ПТ</p>	<p>1.Изменение структуры экономики рынка продовольственных товаров.</p> <p>2. Стимулирование предприятий с активной политикой инновационного развития.</p> <p>3.Развитие инфраструктуры рынка продовольственных товаров.</p> <p>4.Социальная ориентация экономики рынка продовольственных товаров</p>	<p>1.Управление внешним спросом на продукцию и услуги локальных рынков.</p> <p>2.Прямое и косвенное регулирование барьеров на рынках продовольственных товаров.</p> <p>3.Развитие межрегиональных технических стандартов качества товаров и услуг.</p> <p>4.Проекты модернизации рынка продовольственных товаров с детализацией по социально-экономическим и экологическим направлениям</p>	<p>1.Меры государственной поддержки рынка и его экономических агентов.</p> <p>2.Портфель целевых программ и программ развития рынков ПТ.</p> <p>3.Организация тендерных и конкурсных работ на рынке.</p> <p>4.Прогнозы социально-экономического развития рынков продовольственных товаров</p>
Бизнес - структуры	<p>1.Развитие кооперационно-сетевых партнерских взаимодействий участников рынка продовольственных товаров.</p> <p>2.Развитие партнерского согласованного поведения участников рынка ПТ.</p> <p>3.Повышение инвестиционной привлекательности рынков продовольственных товаров.</p>	<p>1.Повышение конкурентоспособности продукции и услуг.</p> <p>2.Ужесточение стандартов качества продовольственных товаров и предоставления услуг.</p> <p>3.Усиление экологических эффектов в процессе производства ПТ и предоставления соответствующих услуг.</p>	<p>1. Расширение рынков сбыта. Создание единого макрорегионального рынка ПТ.</p> <p>2.Развитие взаимовыгодного сотрудничества локальных рынков продовольственных товаров.</p> <p>3.Усиление процессов регионального разделения труда.</p> <p>4. Расширение логистических и сервисных взаимодействий бизнес-структур разных территорий на рынках ПТ</p>	<p>1.Формирование имиджа рынка продовольственных товаров.</p> <p>2.Поддержка коллективной репутации рынка ПТ.</p> <p>3.Развитие долгосрочных партнерских отношений между участниками одного канала товародвижения.</p> <p>4.Организация информационных обменов</p>

## Окончание таблицы 2

	4.Реализация информационной прозрачности рынка продовольственных товаров	4.Цифровизация процессов товародвижения		между экономическими агентами
Население (общество)	1.Условия приобретения продукции местных производителей и качество торговых услуг. 2.Усиление процессов потребительского протекционизма. 3.Участие в процедурах сертификации локальной продукции. 4.Достижение информационной прозрачности рынка продовольственных товаров	1.Достижение уровня продовольственной безопасности на рынке. 2.Повышение требований к качеству продовольственных товаров, качеству предоставления торговых услуг. 3.Изменение структуры спроса на продовольственные товары, реакций на маркетинговые стимулы со стороны бизнеса. 4. Рост доли внутреннего спроса на продовольственные товары и услуги, контролируемого местными производителями	1.Изменение структуры потребления за счет лучших локальных продовольственных брендов. 2.Трансформация положительных поведенческих реакций потребителей. 3.Изменение структуры внешнего спроса. 4.Усиление роли digital-каналов в коммуникациях с потребителями	1.Повышение качества жизни населения. 2.Удовлетворенность спроса на локальные продовольственные товары и торговые услуги. 3.Совершенствование контроля качества продукции, сертификация услуг. 4.Формирование культуры потребления продовольственных товаров и связанных с ними услуг

\*Эффекты: 1.контекстуальные  
2. поведенческие  
3.технические  
4.информационные

Центральным звеном предлагаемой матрицы является совокупность экономических агентов рынка продовольственных товаров, которые в процессе своих конкурентных отношений формируют такое управленческое качество как конкурентоориентированность, необходимое в достижении конкурентного статуса рынка и проявляемое в виде особого типа экономического мышления, реализуемого в виде намерений к саморазвитию и коллективной ответственности всех участников рынка за результаты своей деятельности.

Практическим интеграционным результатом таких взаимодействий со стороны государства является адресная поддержка хозяйствующих субъектов, со стороны населения – стремление к рациональному использованию ресурсов, а с позиций бизнес - структур и предпринимателей - повышение стандартов, уровня и качества жизни населения, ориентир на продовольственную независимость рынка продовольственных товаров.

Матрица адаптирована к условиям формирования и развития рынков продовольственных товаров Сибирского Федерального округа: на основе решения обратной оптимизационной задачи в диссертации осуществлено экономическое обоснование предложенных интеграционных эффектов взаимодействий экономических агентов. Анализ чувствительности компонентов конкурентного статуса рынка продовольственных товаров показал, что для достижения устойчивости конкурентного положения на уровне не ниже 0,67 показатель конкурентоспособности должен попадать в интервал от 0,75 и выше. Оценка величин интеграционных эффектов от взаимодействий экономических агентов рынка продовольственных товаров произведена в соответствии с целевой функцией следующего вида:

$$\text{КПР} = \alpha_1 \times \text{ЭПР} + \alpha_2 \times \text{ИК} + \alpha_3 \times \text{ИИР} + \alpha_4 \times \text{ПНР} \geq 0,75 \quad (4)$$

и должна соответствовать системе ограничений:

$$\begin{cases} 0 \leq \alpha_i \leq 1 \\ 0 \leq \text{ЭПР} \leq 1 \\ 0 \leq \text{ИК} \leq 1 \\ 0 \leq \text{ИИР} \leq 1 \\ 0 \leq \text{ПНР} \leq 1 \end{cases}$$

При соблюдении таких условий в процессе обратной оптимизации единичных показателей конкурентоспособности рынка с последующим переходом от нормированных значений в фактические в практике регулирования рынков на основе конкурентных отношений получены оптимальные величины, которые позволяют принимать управленческие решения по всем элементам конкурентных отношений на входе попадания локальных рынков территорий СФО в заранее заданных критериях шкалы И. Ансоффа.

### **III. Основные результаты исследования**

1. Современный этап развития рынка продовольственных товаров наиболее выпукло выявил проблемы в конкурентных отношениях между экономическими агентами сферы услуг, адаптацию и увеличение набора применяемых ими инструментов конкурентной борьбы, рост степени изобретательности в использовании неценовых методов конкуренции с преобладанием конкуренции

обслуживанием в условиях общества сервиса. Такие аспекты взаимодействия актуализируют принципиально иной подход в исследовании конкурентных отношений и сформировали необходимость введения интегрирующего, результативного показателя - конкурентного статуса рынка продовольственных товаров.

2. Углублена методология формирования и развития рынка продовольственных товаров, обусловленная трансформацией структуры и усилением конкурентных взаимосвязей экономических агентов рынка концепцией исследования конкурентных отношений на основе синтеза знаниевого (когнитивного), научно-технологического, дифференцированного и интегрального научно-методологических подходов, обоснования роли рынка в призме конкурентных отношений, методического инструментария оценки элементов конкурентных отношений на рынке продовольственных товаров.

3. Определена основополагающая роль и место категории «конкурентная среда рынка продовольственных товаров» в методологии исследования конкурентных отношений с выделением ее сущностных характеристик: совокупности числа экономических агентов, условий их функционирования и взаимоотношений.

4. Обоснован методический инструментарий оценки конкурентного статуса рынка продовольственных товаров, позволяющий учитывать все форматы и элементы конкурентных отношений, разработан интегральный показатель конкурентного статуса рынка продовольственных товаров на основе агрегирования показателей конкурентоспособности рынка, учитывающего результативность конкурентной борьбы и внешнюю сторону взаимодействий экономических агентов - конкурентное положение рынка продовольственных товаров и его устойчивость. Методика исследования конкурентного статуса апробирована на рынках продовольственных товаров Сибирского федерального округа с детализацией механизмов и инструментов регулирования по рынку Красноярского края

5. Систематизация механизмов и инструментов регулирования конкурентных отношений повлекла определение системы эффектов от конкурентного взаимодействия экономических интересов государства, бизнеса и населения с обоснованием целей их интеграционного стратегического поведения в общей логике формирования и развития рынка продовольственных товаров на основе конкурентных отношений. Такой подход позволил не только учесть интересы экономических агентов - участников конкурентных отношений, но и обосновать новые ориентиры сбалансированного развития рынка продовольственных товаров.

#### **IV. ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

##### **Статьи в ведущих рецензируемых научных журналах, включенных в перечень ВАК РФ**

1. Юшкова, Л.В. Конкурентные отношения экономических агентов в инновационном развитии рынка продовольственных товаров Красноярского края / Л.В. Юшкова // Инновационное развитие экономики. - 2018. - № 3 (46). - 1,0 п. л.

2. Юшкова, Л.В. Развитие рынков продовольственных товаров СФО на основе их конкурентоспособности / Л.В. Юшкова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. - 2017. - Том 7. № 5А. - 0,8 п. л.
3. Iushkova L.V. Priority lines of Krasnoyarsk territory (krai) food market competitive status development / Iu. L. Aleksandrov L.V. Iushkova // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. - 2016. - № 11. - 1,0 п. л. (авторские - 0,6 п. л.)
4. Юшкова, Л.В. Инфраструктурная составляющая исследования конкурентного статуса рынка продовольственных товаров Красноярского края / О.Г. Алешина, Л.В. Юшкова // Экономика и предпринимательство. - 2015. - № 4 - 1 (57 -1). - 0,6 п. л. (авторские - 0,3 п. л.)
5. Юшкова, Л.В. Условия функционирования субъектов сферы услуг в системе конкурентных отношений / Ю.Л. Александров, Л.В. Юшкова // Российское предпринимательство. - 2015. - Т.16 № 7. - 0,8 п. л. (авторские - 0,6 п. л.)
6. Юшкова, Л.В. Концептуальный подход к исследованию конкурентного статуса рынка продовольственных товаров / Ю.Л. Александров, Л.В. Юшкова // Экономика и менеджмент систем управления. - 2015. - Т.17 № 3 - 3. - 0,7 п. л. (авторские - 0,4 п. л.)
7. Юшкова, Л.В. Юридические аспекты исследования конкурентных процессов на потребительском рынке / А.С. Спрыжкова, Л.В. Юшкова // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. - 2014. - № 6. - 0,25 п. л. (авторские - 0,2 п. л.)
8. Юшкова, Л.В. Формирование системы обеспечения конкурентоспособности рынка услуг сферы торговли продовольственными товарами в регионе / О.С. Веремеенко, Л.В. Юшкова // Экономика и предпринимательство. - 2014. - № 12 - 3 (53 - 3). - 0,4 п. л. (авторские - 0,2 п. л.)
9. Юшкова, Л.В. Конкурентный статус рынка продовольственных товаров: предпосылки и методология / Л.В. Юшкова // Экономика и предпринимательство. - 2014. - № 12 - 3 (53 - 3). - 0,6 п. л.
10. Юшкова, Л.В. Система показателей исследования конкурентной среды отраслевого рынка / Л.В. Юшкова // Финансовая экономика. - 2013. - № 5. - 0,6 п. л.
11. Юшкова, Л.В. Механизм управления конкурентным статусом рынка продовольственных товаров / Л.В. Юшкова // Сегодня и завтра Российской экономики. - 2013. - № 61. - 0,5 п. л.
12. Юшкова, Л.В. Метод конкурентных карт в обосновании конкурентного статуса рынка продовольственных товаров / Л.В. Юшкова // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. - № 6. - 2013. - 0,6 п. л.
13. Юшкова, Л.В. Сущностный подход к экономической категории «конкурентная среда» / Л.В. Юшкова // Микроэкономика. - 2013. - № 6. - 0,7 п. л.
14. Юшкова, Л.В. Методические основания исследования конкурентного статуса / Л.В. Юшкова // Казанская наука. - 2013. - № 11. - 0,8 п. л.
15. Юшкова, Л.В. Особенности и условия предпринимательской активности потребительского комплекса Красноярского края / Ю.Ю. Сулова, Л.В. Юшкова // Микроэкономика. - 2012. - № 6. - 0,4 п. л. (авторские - 0,2 п. л.)
16. Юшкова, Л.В. Теория обеспечения конкурентоспособности в контексте категориального аппарата / Н.Н. Терещенко, Л.В. Юшкова // Сегодня и завтра Российской экономики. - 2012. - № 55. - 0,4 п. л. (авторские - 0,2 п. л.)
17. Юшкова, Л.В. Контурный анализ конкурентной среды рынка продовольственных товаров Красноярского края / Л.В. Юшкова // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. - № 2. - 2010. - 0,7 п. л.
18. Юшкова, Л.В. Приоритетные инструменты оценки конкурентной среды отрасли пищевой промышленности / Л.В. Юшкова // Проблемы современной экономики. - № 4 (24). - 2007 г. - 0,6 п. л.
19. Юшкова, Л.В. Рынок мяса и мясопродуктов Красноярского края: конкурентная среда / Г.Я. Белякова, С.С. Фирсенко // Маркетинг. - 2000 г. - №1. - 0,5 п. л. (авторские - 0,3)

### Монографии

20. Юшкова Л.В. Рынок продовольственных товаров в условиях конкурентных отношений: монография / Л.В. Юшкова. – Москва: Изд-во ООО «Конверт», 2018. – 28,0 п. л.
21. Юшкова Л.В. Конкурентоспособность организации и факторы, ее определяющие. Современная модель эффективного бизнеса: монография / Ю.К. Беляев, Е. Б. Гокжаева, А.С. Грисько и др. / Под общ. Ред. С.С. Чернова. - Книга 8. - Новосибирск: Издательство «СИБПРИНТ», 2011. - 10,9 п. л. (авторские - 1,0 п. л.)
22. Конкурентная среда регионального рынка продовольственных товаров: монография / С.С. Фирсенко, Л.В. Юшкова. – Красноярск: Краснояр. гос. торг. - экон. ин-т, 2011. - 17,4 п. л. (авторские – 11,0 п. л.)
23. Юшкова, Л.В. Исследование конкурентной среды продовольственных рынков: региональный аспект: монография / С.С. Фирсенко, Л.В. Юшкова. - Красноярск: КГУ, 2002. - 10,44 п. л. (авторские – 4,7 п. л.)

### Статьи, включенные в БД Scopus и WoS

24. Yushkova, L.V. Competitiveness of food markets in Siberia / T.P. Grass, L.V. Yushkova, N.N. Tereshchenko // Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020 Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference (Milan, 25 - 26 April 2018). – Milan: IBIMA, 2018. - 0,8 п. л. (авторские - 0,6 п. л.)
25. Yushkova, L.V. Cooperative - networking interactions as a resource for the regional food market development / V.V. Kuimov, Yu.Yu. Suslova, E.V. Shcherbenko, L.V. Yushkova, A.V. Voloshin, V.A. Kononova // Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020 Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference (Milan, 25 - 26 April 2018). – Milan: IBIMA, 2018. - 0,9 п. л. (авторские - 0,2 п. л.)
26. Iushkova, L. Analysis of levels of cooperative - networking interactions of an enterprise / V. Kuimov, L. Iushkova, E. Shcherbenko, V. Kononova // Forum on Innovative Technologies and Management for Sustainability (Panevėžys, Lithuania, 27 - 28 April 2018). - Panevėžys: ITMS, 2018 - 0,7 п. л. (авторские - 0,2 п. л.)
27. Iushkova, L. The role of cooperative - network interactions in maintaining competition in the local food market / V. Kuimov, L. Iushkova, E. Shcherbenko, T. Yamskikh // Forum on Innovative Technologies and Management for Sustainability (Panevėžys, Lithuania, 27 - 28 April 2018). - Panevėžys: ITMS, 2018 - 0,7 п. л. (авторские - 0,4 п. л.)

### Статьи, опубликованные в прочих научных изданиях

28. Юшкова, Л.В. К вопросу о роли конкурентного статуса в развитии рынка продовольственных товаров // 21 century: fundamental science and technology. XIII: Proceedings of the Conference (North Charleston, 8 - 9 august 2017). - Vol. 9 - North Charleston, SC, USA: CreateSpace, 2017. - 0,3 п. л.
29. Юшкова, Л.В. Проблемы развития рынка продовольственных товаров в условиях конкурентного статуса // Успехи современной науки и образования. - 2017. - № 6. Т. 1. - 0,4 п. л.
30. Юшкова Л.В. Инструменты регулирования региональной сферы торговли / Л.В. Юшкова, Т.М. Каченовская // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. - № 5 (5). Т.1 - Донецк: Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган – Барановского, 2016. - 0,4 п.л. (авторские – 0, 3 п.л.)
31. Yushkova L. V. Economic conditions of the market development of the sphere of services trade in food products in the region / O.S. Veremeenko, L.V. Yushkova // Social and economic innovatics: trends, forecasts and perspectives: conference proceedings of the III-d International conference (Stavropol, Russia and Chennai, India, 11-12 may 2016). - RSSU and MIM, 2016. - 0,3 п.л. (авторские - 0,15 п.л.)
32. Юшкова, Л.В. Конкурентоспособность Красноярского края / М.С. Ефремова, Л.В. Юшкова // Эколого - экономические проблемы региональных рынков товаров и услуг: сборник



материалов межрег. науч. - практ. конф. (г. Красноярск, 23 - 24 апреля 2010 г.). - Красноярск: КГТЭИ, 2010. - 0,3 п. л. (авторские - 0,1 п. л.)

33. Юшкова Л.В. Программа развития конкурентной среды рынка продовольственных товаров Красноярского края // Маркетинговое и проектное управление организациями: сборник научных трудов. - вып. 4. - СПб.: СПбГИЭУ, 2010. - 0,6 п. л.

34. Юшкова, Л.В. Оценка качественных показателей структуры отрасли торговли продовольственными товарами Красноярского края / Л.В. Юшкова // Сфера потребительских услуг: актуальные проблемы и перспективы развития: сборник статей V Межрегиональной научно - практической конференции (г. Красноярск, 22 - 23 апреля 2009 г.). - Красноярск: КГТЭИ, 2009. - 0,4 п. л.

35. Юшкова, Л.В. Приоритетные направления развития конкурентной среды на потребительском рынке Красноярского края // Сфера потребительских услуг: актуальные проблемы и перспективы развития: Сборник статей II Региональной науч.-практ. конф. (г. Красноярск, 27 апреля 2005 г.). - Красноярск: КГТЭИ, 2005. - 0,3 п. л.

36. Юшкова, Л.В. Основные направления развития конкурентной среды в пищевой промышленности Красноярского края / С.С. Фирсенко, Л.В. Юшкова // Экономика, экология и общество России в 21-м столетии: труды Межд. науч. – практ. конф. (г. С. - Петербург, 21 - 22 мая 2002 г.). - СПб: Нестор, 2002. - 0,75 п. л. (авторские - 0,5 п. л.)

37. Юшкова, Л.В. Входные инструменты управления конкурентной средой промышленной отрасли для ее развития / С.С. Фирсенко, Л.В. Юшкова // Экономика, экология и общество России в 21-м столетии: труды IV Межд. науч. – практ. конф. (г. С. - Петербург, 21 - 22 мая 2002 г.). - СПб: Нестор, 2002. - 1,0 п. л. (авторские - 0,7 п.л.)

38. Юшкова, Л.В. Факторы, определяющие состояние конкурентной среды регионального потребительского рынка Красноярского края / С.С. Фирсенко, Л.В. Юшкова // Экономические реформы в России: Труды IV Межд. науч.- практ. конф. (г. Санкт-Петербург, 14 - 15 мая 2001 г.). - СПб: Нестор, 2001 г. - 0,3 п. л. (авторские - 0,2 п. л.)

39. Юшкова, Л.В. Условия и предпосылки формирования конкуренции на отечественном товарном рынке / С.С. Фирсенко, Л.В. Юшкова // Экономика, экология и общество России в 21-м столетии: Труды III Международной науч.-практ. конф. (г. Санкт-Петербург, 22 - 23 мая 2001 г.). - СПб: Нестор, 2001. - 0,3 п. л. (авторские - 0,2 п. л.)

40. Юшкова, Л.В. Концептуальные основы формирования конкурентной среды потребительского рынка / С.С. Фирсенко, Л.В. Юшкова // Концепция развития внутренней торговли товарами народного потребления: задачи, пути решения: Сборник докладов научно - практического семинара (г. Красноярск, 11 апреля 2000 г.). - Красноярск: Универс, ПСК «Союз», 2000. - 0,8 п. л. (авторские - 0,5 п. л.)

41. Юшкова, Л.В. Конкурентный мониторинг потребительского рынка и его роль в формировании предпринимательского климата региона /С.С. Фирсенко, Л.В. Юшкова // Экономические реформы в России: Труды III Межд. научно - практической конф. (г. Санкт-Петербург, 25 - 27 апреля 2000 г.). - СПб: Нестор, 2000 г. - 0,1 п. л. (авторские - 0,05 п. л.)

#### **Учебные пособия:**

42. Юшкова Л.В. Конкурентный анализ товарных рынков и услуг: учеб. пособие / Л.В. Юшкова; Краснояр. гос. торг. - экон. ин-т. - Красноярск, 2008. - 17,09 п. л.