

такого типа должны быть сформированы. Считаем, что определенные шаги со стороны нашего государства и правительства и некоторых университетов должны ускорить этот процесс. В соответствии с принятым Законом «О науке» университеты и научно-исследовательские институты (система НАНА) превратились в публичных юридических лиц. В ближайшее время ожидается утверждение их типового устава. Тем самым университеты смогут выступить в качестве обладателей интеллектуальной собственности. По X-индексу цитируемости по научной базе web of science университета Азербайджана в последние годы улучшили свое положение. Согласно отчету за 2016 г., обнародованному на днях компанией Clarivate Analytics, коэффициент влияния журнала Applied And Computational Mathematics (Прикладная и Вычислительная Математика), представляющего Азербайджан, повысился с 0.717 до 1.333. Отрадно, что в результате проводимой целенаправленной деятельности журнал Applied And Computational Mathematics сохраняет лидерство в регионе. В ведущих высших учебных заведениях создаются стартапы, инкубаторы, центры коммерциализации.

Взяв за основу слова господина Президента Ильхам Алиева о том, что «одной из главных стратегических целей на ближайшую перспективу является устойчивое развитие нашей экономики, формирование общества, основанного на знаниях, и вложение инвестиций в человеческий капитал», надеемся, что приложим все свои силы, чтобы внести достойный вклад в это дело.

Литература

1. *Вонортас, Н.* Роль университетов в «треугольнике знаний» / Н. Вонортас // Форсайт. — 2017. — № 2. — Т. 11.
2. *Унгер, М.* «Треугольник знаний» между сферами науки, образования и инноваций: концептуальная дискуссия / М. Унгер // Форсайт. — 2017. — № 2. — Т. 11.
3. *Иманов, К.* 3.0 yaranan universitetlərin əsasında düşünülmüş əqli mülkiyyət siyasəti durur Universitetlərdə elmi fəaliyyətin müasir idarəetmə modeli / К. Imanov. — Bakı : İqtisad Universiteti Nəşriyyatı, 2018. — 264 səh.

<http://edoc.bseu.by>

*С. А. Мамонтов, д-р экон. наук, доцент
ОмГУ им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)*

ОЦЕНКА ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНЦИИ НА ЛОКАЛЬНЫХ РЫНКАХ ЛЕГКОЙ И ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Уровень и факторы развития локальной (внутрирегиональной) конкуренции — важная информационная предпосылка принятия экономических и управленческих решений субъектами рынка. Оценка конкуренции лежит в основе разработки стратегий предприятий — стратегий развития, конкурентных и функциональных. Органы власти на основании оценок конкуренции принимают решения для обеспечения равных условий рыночного конкурирования, поддержки инноваций, ограничения потенциальной монополизации рынка. В современных условиях высокого уровня конкуренции на потребительских рынках все сложнее становится процесс формирования эффективной маркетинговой стратегии. Особенно значимым процесс выбора стратегических и оперативных инструментов маркетингового управления становится для региональных компаний. Они вынуждены конкурировать не только между собой, но и с крупными национальными и международными брендами.

Конкуренция носит многоаспектный характер и как любое сложное агрегированное понятие имеет неоднозначное толкование. Традиционно рассматриваются функциональная, структурная и поведенческая трактовки конкуренции. Поскольку трактовки конкуренции исходят из различных предпосылок, то они обуславливают различные способы оценивания характера, уровня и результатов конкуренции, а решения, которые принимают участники рынка исходя из получаемых оценок, могут быть взаимно противоречивыми.

Так, функциональная конкуренция связана с целесообразностью для компаний актуализации инновационных стратегий и стратегий развития; для органов власти — поддержки инноваций. Структурная конкуренция сопряжена с политикой издержек и цен компаний и антимонопольной политикой властей. Поведенческая конкуренция связана с маркетинговыми конкурентными стратегиями компаний и акцентом властей на обеспечение равных условий конкурентирования на рынке.

Специфика локальных рынков легкой и пищевой промышленности такова, что для принятия практико-ориентированных решений на них целесообразно ориентироваться на поведенческий характер конкуренции.

В докладе предлагается метод оценки конкуренции, основанный на поведенческой трактовке конкуренции и реализованный для оценки факторов конкуренции на соответствующих Омских региональных рынках.

Оценка конкуренции в поведенческой трактовке проявляется в оценке восприятия конкуренции. Это обусловлено тем, что принятие решений по рыночному конкурентному поведению компаний на рынках такого типа ориентируется в основном не на показатели, получаемые на основе объективных статистических показателей отрасли, а на субъективное восприятие состояния рынка предпринимателями и конечными потребителями.

Для оценки восприятия конкуренции с точки зрения производителей (предпринимателей) в исследовательскую опросную модель включены вопросы, направленные на выделение различных аспектов (трактовок) конкуренции. В опросной модели вопросы сформулированы о предполагаемых компаниями способах конкурентирования: снижение цен и затрат, расширение разнообразия и повышение качества, маркетинговые инновации и сегментирование, продуктовые и производственно-технологические инновации.

Оценка конкуренции с точки зрения конечных потребителей предполагает оценку восприятия ими характера изменения цен, разнообразия и качества продукции как конечных результатов развития конкуренции.

Результаты реализации модели получаются в виде: а) агрегированных взвешенных оценок в двумерной количественной шкале, отражающих характер влияния спроса и предложения на восприятие конкуренции конечными потребителями; б) дерева кластеризации (Joining: tree clustering), полученного с использованием кластерного анализа (Clustering Method), что позволяет выделить и агрегировать латентные факторы конкуренции в восприятии производителей.

*И. В. Манаева, канд. экон. наук
НИУ БелГУ (Белгород, Россия)*

ЗАКОН ЦИПФА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКЕ: МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

На современном этапе развития экономической науки все большую популярность приобретает закон Ципфа как инструмент оценки городских иерархий в зарубежных и отечественных исследованиях.