

ЭКОНОМИКА

Камчатова Е.Ю.

(Государственный университет управления, г.Москва, Россия)

Классификация доминирования компании в зависимости от масштабов деятельности и направлений лидерования в отрасли

Представлено обоснование того, что компании, в том числе занимающие лидирующее и доминирующее положение на рынке и являющиеся единственными и уникальными в выпуске той или иной продукции, вынуждены непрерывно заботиться о создании и поддержании конкурентного преимущества в целях избегания ухудшения своего положения на рынке вследствие активной деятельности конкурентов. Предложено более широкое понимание доминирования компании, отличное от трактовки, представленной в федеральном законе, выделены рыночные и нерыночные инструменты доминирующего положения, разработана классификация доминирования компании в территориальном и отраслевом разрезе, так как доминирование компании может выражаться не только в объеме выпускаемой продукции, но в лидирующих позициях в инновационной деятельности, в формировании налогооблагаемой базы, в обеспечении занятости населения в разных регионах страны. Развита положения, обосновывающие необходимость развития инновационной деятельности компании для поддержания доминирующего положения на рынке.

Ключевые слова: доминирующая компания, виды доминирования, инновационная деятельность, рыночные и нерыночные инструменты.

21 января 2015 г.
