

## Качество конкурентной среды промышленных предприятий

© 2010 Н.А. Овчаренко

кандидат экономических наук, доцент  
Краснодарский кооперативный институт

© 2010 Р.В. Рыбальченко

Кубанский государственный университет, г. Краснодар  
E-mail: kafedra\_itemeo@mail.ru

Статья посвящена проблемам оценки качества конкурентной среды промышленных предприятий. Проведен критический ретроспективный анализ существующих методических подходов, предложена авторская методика оценки качества конкурентной среды в промышленности.

*Ключевые слова:* конкурентная среда, качество конкурентной среды, методы оценки качества конкурентной среды.

Конкурентная среда как объект управленческого воздействия нуждается прежде всего в разработке объективной методологии оценки ее качества, результаты использования которой должны быть практически применимы и обеспечивать выработку и реализацию конкретных мер, направленных на повышение конечных результатов функционирования индустриального сектора экономики страны за счет активизации его конкурентного потенциала на внутреннем и внешних рынках. Существующие методические подходы в этой области можно охарактеризовать следующим образом. Среди количественных методов оценки следует отметить методики С.Г. Светунькова, А.А. Литвинова, А.А. Воронова, действующую методику Федеральной антимонопольной службы (ФАС) России.

Методы диагностики состояния конкуренции в предпринимательской среде подробно рассмотрены С.Г. Светуньковым и А.А. Литвиновым<sup>1</sup>. Для определения типа рыночной структуры используются показатели рыночной власти фирмы. Они подразделяются на прямые: их значение непосредственно показывает степень влияния фирмы на рынок - и косвенные: они характеризуют рыночную ситуацию в целом. К прямым показателям относятся индексы Бейна, Тобина и Лернера; к косвенным - индекс Херфиндала - Хиршмана, индекс концентрации, коэффициент относительной концентрации, коэффициент энтропии, дисперсия рыночных долей, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана.

На наш взгляд, все предлагаемые коэффициенты могут быть использованы при оценке конкурентной среды промышленных предприятий, однако смысловая нагрузка этих коэффициентов (за исключением коэффициентов концентрации и Херфиндала - Хиршмана) не позволяет использовать их в практике народнохо-

зяйственного управления, поскольку никак не связана с основными функциональными областями и трендами развития конкурентной среды и не позволяет прогнозировать динамику конечных результатов деятельности промышленных предприятий при реализации конкретных мер по активизации их конкурентной деятельности.

Методика Александра Андреевича Воронова<sup>2</sup> включает в себя следующие аспекты оценки условий конкуренции. Показатели должны охватывать все стороны конкуренции, быть максимально объективны, просты для расчета, иметь для этой цели необходимую цифровую базу, быть легко проверяемыми и перепроверяемыми и в то же время не дублировать друг друга и не противоречить друг другу.

Такого рода достаточно общепринятым требованиям соответствуют предлагаемые нами показатели:

- число фирм, выпускающих или продающих однородную продукцию;
- длительность ведения конкурентной борьбы;
- количество видов и типоразмеров продукции, по которым ведется конкурентная борьба;
- количество и объем сервисных услуг, оказываемых в процессе конкуренции;
- количество новых видов и моделей продукции, выпущенных в процессе конкуренции;
- объем средств, расходуемых на ведение конкурентной борьбы, в том числе на экономическую разведку и промышленный шпионаж;
- число случаев недобросовестной и нецивилизованной конкуренции;
- ущерб от недобросовестной и нецивилизованной конкуренции;
- доля рынка, охваченная конкурентной борьбой, к общему объему продаж на рынке;
- количество картельных соглашений и их доля в общих продажах на рынках;

- объем демпинговых продаж;
- количество раз снижения цен на однородную продукцию, за продажу которой ведется конкурентная борьба;
- средний размер скидок с цены по отношению к первоначальной цене;
- соотношение числа продавцов, посредников при продаже и покупателей продукции на рынке;
- среднее число часов работы конкурирующей фирмы в год;
- количество фирм, прекративших конкурентную борьбу в том числе фирм, разорившихся в результате ее.

Приведенная методика позволяет гораздо более точно в сравнении с ранее рассмотренными коэффициентами охарактеризовать закономерности конкретной конкурентной среды, выявить тренды ее развития и охарактеризовать их количественно. Дискуссионным моментом методики является механизм агрегирования частных показателей в сводный коэффициент, поскольку мультипликативная модель, предложенная в свое время автором, самая простая и не всегда самая объективная.

В соответствии с действующей методологией ФАС России<sup>3</sup>, проведение анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке включает следующие этапы:

- а) определение временного интервала исследования товарного рынка;
- б) определение продуктовых границ товарного рынка;
- в) определение географических границ товарного рынка;
- г) определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке;
- д) расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке;
- е) определение уровня концентрации товарного рынка;
- ж) определение барьеров входа на товарный рынок;
- з) оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке;
- и) составление аналитического отчета.

Отметим, что собственно оценка состояния конкурентной среды занимает лишь один пункт в методике (п. “з”), предшествующие ей пункты посвящены анализу сложившейся рыночной ситуации и оценке уровня концентрации товарного рынка, т.е., по сути, ретроспективному анализу конкурентной ситуации, имевшей место на рынке. Для оценки уровня концентрации используется коэффициент рыночной концентрации (CR) и индекс рыночной концентрации Герфин-

даля - Гершмана (НИ) - сумма квадратов долей на товарном рынке (выраженных в процентах) всех хозяйствующих субъектов, действующих на данном рынке. При количестве действующих на рынке хозяйствующих субъектов менее 15 для оценки состояния конкурентной среды используется коэффициент рыночной концентрации, рассчитываемый для трех крупнейших хозяйствующих субъектов, действующих на рынке, и индекс рыночной концентрации Герфиндаля - Гершмана (НИ). В случае, если количество действующих на рынке хозяйствующих субъектов составляет 15 и более, может использоваться только коэффициент рыночной концентрации CR.

В соответствии с п. 48 гл. 9 Приказа ФАС от 25 апреля 2006 г. № 108 “Об утверждении порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке” оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке вбирает в себя:

а) заключение о том, к какому виду рынков относится рассматриваемый товарный рынок: к рынку с развитой конкуренцией, к рынку с недостаточно развитой конкуренцией или к рынку с неразвитой конкуренцией;

б) оценку перспективы изменения конкурентной среды на рассматриваемом товарном рынке;

в) рекомендации (в случае необходимости) органам государственной власти и местного самоуправления по развитию конкуренции на рассматриваемом товарном рынке.

Анализ поведения хозяйствующих субъектов на рассматриваемом товарном рынке включает в числе прочего:

- изучение инновационной деятельности и маркетинговой стратегии продавцов;
- выяснение степени взаимозависимости конкурирующих хозяйствующих субъектов;
- установление фактов предоставления продавцами льгот отдельным покупателям (группам покупателей);
- выявление соглашений хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке.

Слабым местом методики ФАС является, как и в предыдущих случаях, отсутствие привязки полученных результатов к конечным результатам деятельности промышленных предприятий, отраслей, комплексов. Практически не применяются существующие и апробированные методики оценки конкурентоспособности продукции и предприятий.

В настоящее время в Минэкономразвития РФ разрабатывается система оценки состояния конкурентной среды, которая в числе прочего будет включать в себя результаты проводимых российских и международных исследований пред-

принимательского климата, а также специальные исследования. Оценка будет проводиться в каждом субъекте Российской Федерации, в том числе по методологии исследования Всемирного банка «Ведение бизнеса» и «Глобального мониторинга предпринимательства». Общий предпринимательский климат в стране предполагается оценивать на основе ежегодных опросов предпринимателей, в том числе которые уже проводятся (ВЦИОМ)<sup>4</sup>.

Таким образом, существующая методология оценки качества конкурентной среды нуждается в своем дальнейшем развитии и совершенствовании, прежде всего за счет разработки и апробации новых количественных показателей, более точно, чем до сих пор, описывающих закономерности организации и развития конкурентной среды и состояния конкуренции в ней.

На основании проведенного анализа была разработана авторская методика оценки качества конкурентной среды в промышленности страны. Научно-прикладной проблемой, на решение которой направлен авторский методический подход, является получение адекватной характеристики конкурентной среды, позволяющей осуществлять целенаправленное стратегическое воздействие на нее с целью повышения результативности и эффективности конкурентных процессов в промышленности страны.

Для реализации исследовательского замысла методический подход был разбит на следующие структурные элементы:

- 1) оценка емкости рынка, доля конкурентного рынка, характеристика конкурентного рынка;
- 2) конкурентный профиль участников рынка;
- 3) оценка конкурентного поведения покупателей;
- 4) характеристика поисково-конкурентной деятельности участников рынка;
- 5) характеристика инновационно-конкурентной деятельности участников рынка;
- 6) характеристика процессов недобросовестной конкуренции субъектов рынка;
- 7) характеристика антиконкурентных действий субъектов рынка;
- 8) оценка результативности и эффективности конкурентных процессов.

На основании подобной оценки конкурентной среды появляется обоснованная возможность планирования и реализации как государственных, так и корпоративных программ повышения конкурентоспособности, причем государственные программы федерального, регионального и местного уровня главной целью имеют совершенствование конкурентной среды промышленных предприятий, а корпоративные - реали-

зацию конкурентных замыслов, направленных на захват стратегической инициативы в конкурентной ситуации и ее реализацию в форме устойчивого роста конкурентоспособности.

Источниками информации для реализации исследовательского замысла могут быть:

1) сведения о производстве и реализации важнейших видов промышленной продукции, их экспорте и импорте в Россию по данным Росстата, динамика цен на важнейшие виды продукции в отраслевом и территориальном разрезе;

2) данные о производстве и реализации важнейших видов промышленной продукции, их экспорте и импорте по данным промышленных предприятий;

3) данные о структуре субъектов рынка;

4) данные о производственной мощности субъектов рынка, характеристика рыночных и нерыночных конкурентных преимуществ, данные публичной финансовой отчетности;

5) данные об особенностях конкурентного поведения потребителей в сегментах рынка B2B, B2C, B2G;

6) данные об объемах и эффективности поисково-конкурентной деятельности промышленных предприятий (по данным управленческой отчетности);

7) данные об объемах и эффективности инновационно-конкурентной деятельности промышленных предприятий (по данным управленческой отчетности);

8) данные о масштабах, направлениях, типовых ситуациях недобросовестной конкуренции, характеристика времени реакции на нарушения и мер по пресечению недобросовестных конкурентных действий и ликвидации их последствий;

9) данные о масштабах, направлениях, типовых ситуациях антиконкурентных действий контактных аудиторий, характеристика времени реакции на нарушения и мер по пресечению антиконкурентных действий и ликвидации их последствий.

Сбор информации для использования методики должен осуществляться в соответствии с целями исследования. Вторичная информация предоставляется предприятиями, Росстатом, ФАС, Минпромторгом, Минэкономразвития, ФСТ, ГТК. Эмпирические данные получают в результате исследования модели конкурентного поведения потребителей (на основании сочетания методов опроса, наблюдения, эксперимента и панели).

Предложенная методика оценки качества конкурентной среды в промышленности страны является инструментом оценки и анализа конкурентной среды, позволяющей осуществлять це-

ленаправленное стратегическое воздействие на нее с целью повышения результативности и эффективности конкурентных процессов в промышленности страны. Методика позволяет увязать в едином исследовательском замысле отдельные функциональные стороны конкурентной среды промышленных предприятий, оценить с использованием количественных и качественных показателей тренды развития конкурентной среды, охарактеризовать состояние конкуренции на конкретном рынке, в том числе долю конкурентного рынка и состояние конкуренции на нем, получить характеристики развития промышленности в актуальной конкурентной среде и определить результативность и эффективность управленческого воздействия на среду в целях активи-

визации конкурентного потенциала промышленного сектора экономики страны.

<sup>1</sup> Воронов А.А., Дегтярев А.Н. Предприятия и банки: конкурентоспособная интеграция. Краснодар, 2002.

<sup>2</sup> Доклад о состоянии конкуренции и социально-экономических последствиях реализации Программы развития конкуренции в Российской Федерации в 2009 г. / М-во экон. развития РФ, Департамент развития конкуренции. М., 2010. С. 31-32.

<sup>3</sup> Об утверждении порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке: приказ ФАС от 25 апр. 2006 г. № 108. По состоянию на 21 окт. 2009. URL: <http://antimonopoly-law.ru/?p=26>.

<sup>4</sup> Светульников С.Г., Литвинов А.А. Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск, 2000.

*Поступила в редакцию 26.10.2010 г.*