

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА ВНУТРЕННЕМ НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ СТРАН С ТРАНСФОРМИРУЮЩЕЙСЯ ЭКОНОМИКОЙ

*А.А. Мигранян*

---

Исследованы современные аспекты методики анализа уровня развития конкуренции на внутреннем рынке, применяющиеся в странах с развитой экономикой. Предложена авторская система показателей оценки интенсивности конкуренции в странах с трансформирующейся экономикой.

*Ключевые слова:* конкуренция; конкурентный рынок; показатели уровня развития конкуренции; конкурентное поведение; методы конкурентной борьбы; интенсивность конкуренции.

Определение степени развития конкуренции на национальном рынке является очень трудной задачей как с точки зрения категорийного аппарата, так и с точки зрения методологии выбора параметров, характеризующих ее. Показателем развития конкуренции на внутреннем рынке является уровень развития факторов конкурентной среды, которая определяет интенсивность конкуренции на внутреннем рынке, развитие информационной инфраструктуры, усложнение характеристик спроса и адекватность внутреннего предложения спросу по количеству и качеству. Ее диагностика представляет собой специфический, самостоятельный этап исследовательского процесса, необходимый для формирования более полного и точного пред-

ставления о внутренних мотивах поведения конкурентов. Следовательно, одним из важнейших показателей развития конкуренции на национальном рынке является *характеристика конкурентной среды предприятий и ее структуры*. Конкурентная среда предприятия часто отождествляется с совокупностью субъектов и факторов рынка, влияющих на отношения между производителем (продавцом) и потребителем продукции. И это не случайно. Конкурентная среда, будучи изменчивой, глубоко затрагивает деятельность предприятия, в том числе его взаимодействие с его конкурентами (рисунок 1). Однако при более детальном рассмотрении конкурентные отношения имеют свою специфику. Являясь наиболее “чувствительным”

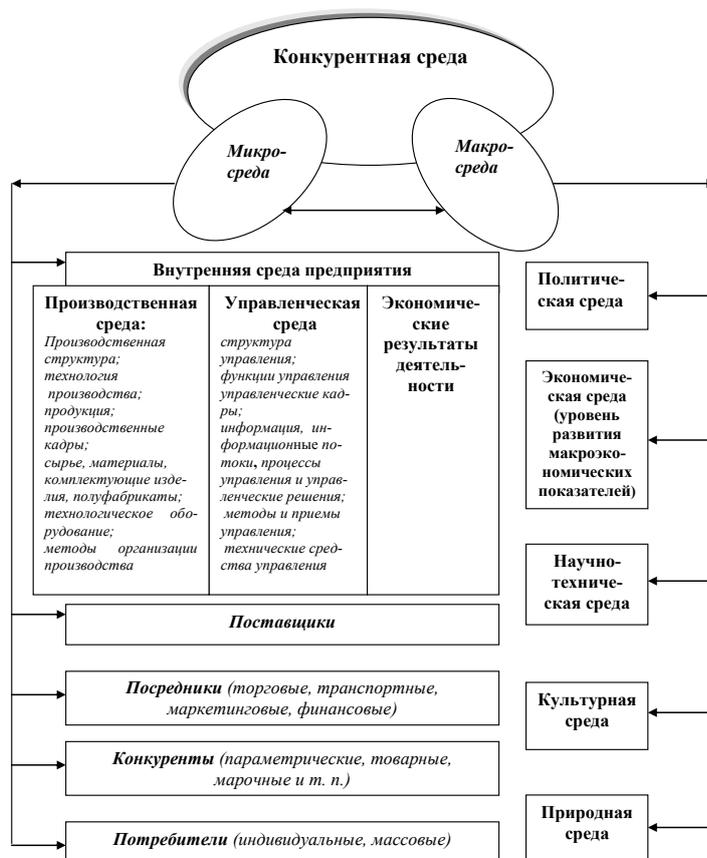


Рисунок 1 – Конкурентная среда

индикатором активности, они определяют многие маркетинговые характеристики объемы продаж, цены, условия реализации и т. п. Степень развития рынка, сложность работы на нем во многом диктуются особенностями конкретного окружения. Кроме того, через призму взаимоотношений между предприятиями наиболее быстро проявляются изменения, происходящие на рынке, так как именно конкуренция является основным двигателем рыночных процессов. Очевидно, что конкурентная среда предприятия должна быть предметом самостоятельного изучения и оценки.

Теоретическое положение о том, что чистая монополия не сталкивается с конкуренцией ни в каких формах и полностью контролирует цену выпускаемой продукции в реальной жизни, не совсем точно. На практике монополист вынужден конкурировать за сохранение своего привилегированного положения на рынке.

При этом к возможным приоритетам маркетинга необходимо отнести: повышение входных барьеров в отрасль; конкуренцию нововведениями в смежных отраслях; противодействие субститу-

там (товарам-заменителям); конкуренцию с импортной продукцией, которая неизбежна для монополиста, действующего на открытом рынке.

Таким образом, конкурентная среда предприятий в условиях различных моделей конкуренции формируется в результате воздействия на товарный рынок множества разнородных факторов, характеризующихся *определенной сферой деятельности, временным периодом, интенсивностью*. Если сгруппировать в рамках субъектов рынка, деятельность которых создает условия для конкуренции, можно выделить шесть основных факторов среды, чьи параметры служат основой для оценки уровня развития конкуренции на рынке: государство и его политика в области регулирования конкуренции; предприятия, выступающие на рынок и обостряющие конкуренцию; потребители продукции, оказывающие давление на предприятия отрасли; поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий на отраслевой рынок; производители товаров-заменителей, занимающих часть отраслевого рынка; непосредственно предприятия-производители (продавцы) продукции.

Изучение представленных факторов является важной предпосылкой формирования системного видения конкурентной среды предприятия, без которой невозможны практическая работа на рынке и оценка уровня развития конкуренции. Фактически качественная оценка уровня развития конкуренции на внутреннем рынке есть не что иное, как оценка состояния факторов конкурентной среды.

Показателем, характеризующим уровень развития конкуренции по фактору типа взаимоотношений между конкурентами, является *показатель интенсивности конкуренции*. Он удобен тем, что отражает совокупное влияние большого количества факторов маркетинговой среды (поставщиков, потребителей, предприятий, начинающих бизнес на рассматриваемом рынке, производителей товаров-заменителей, непосредственных конкурентов), находящихся в тесной взаимосвязи. Кроме того, есть возможность его количественной оценки, что является одной из наиболее трудно решаемых проблем в процессе анализа развития конкуренции. Интенсивность конкуренции обуславливается распределением рыночных долей между конкурентами, так как тип взаимоотношений между конкурентами непосредственно зависит от того, как они завоевывают потребительский спрос и насколько их стратегия успешна. Следовательно, *интенсивность конкуренции характеризуют показатели, отражающие степень концентрации производства в отрасли*. В качестве обратной величины интенсивности конкуренции они позволяют оценить степень монополизации рынка. Существует несколько подходов к расчету этого показателя.

Четырехдольный показатель концентрации (CR4 – Concentration Ratio)<sup>1</sup>:

$$CR4 = \frac{OP1 + OP2 + OP3 + OP4}{OP}, \quad (1)$$

где  $OP_i$  – объем реализации продукции  $i$ -го предприятия;  $OP$  – общий объем реализации продукции заданного ассортимента;  $OP1 = \text{MAX} \{OP_i\}$ , для всех  $i = 1$  до  $n$ ;  $OP2 = \text{MAX} \{OP_i / OP1\}$ , для всех  $i = 1$  до  $(n - 1)$ ;  $OP3 = \text{MAX} \{OP_i / OP1, OP2\}$ , для всех  $i = 1$  до  $(n - 2)$ ;  $OP4 = \text{MAX} \{OP_i / OP1, OP2, OP3\}$ , для всех  $i = 1$  до  $(n - 3)$ , где  $n$  – общее количество предприятий, реализующих данную продукцию.

CR4 представляет собой общую долю четырех первых предприятий рынка, реализующих максимальные объемы продукции в общем объеме реализации продукции на рассматриваемом рынке.

<sup>1</sup> Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Изд-во АОЗТ “Центр экономики и маркетинга”, 1996. С. 38.

Данный показатель широко используется на практике для определения степени концентрации, монополизации на рынке. Впервые его стали применять в США в 1968 г., в случае превышения нормативного уровня 0,75 (75 %), вводились ограничения на слияния (поглощения) предприятий, так как концентрация свыше этой нормы считается объектом монопольной практики. В настоящее время коэффициенты концентрации рассчитываются в США и Франции для 4, 8, 20, 50, 100 ведущих предприятий рынка, в Германии, Британии и Канаде – для 3, 6, 10. С середины 80-х годов CR стали использовать и в странах Восточной Европы – Венгрии и Польше<sup>2</sup>.

Главным недостатком данного показателя является его “нечувствительность” к различным вариантам распределения долей между конкурентами. Коэффициент концентрации может иметь равное значение (к примеру, нормативное значение – 75 %) при совершенно различных ситуациях: возможны случаи, когда одно предприятие контролирует 72 % рынка, а на оставшиеся три приходится по 1 % рынка, или случаи, когда все исследуемые предприятия имеют равные мощности и приблизительно равные доли рынка.

Для устранения этого недостатка на практике часто применяют оценку распределения долей на основе суммы квадратов рыночных долей конкурентов или индекс Херфиндала – Хиршмана (Herfindale – Hirshman Index, НИИ)<sup>3</sup>:

$$НИИ = \sum_{i=1}^N Si^2, \quad (2)$$

где  $Si$  – доля  $i$ -го предприятия, равная  $OP_i / OP$ , для всех  $i = 1$  до  $n$ .

Значение индекса Херфиндала – Хиршмана увеличивается по мере роста концентрации в отрасли и колеблется в пределах  $0 < НИИ < 1$ . Чем выше уровень монополизации, тем ближе его значение к 1, и наоборот, чем ближе к 0, тем выше интенсивность конкуренции. В практику антимонопольного регулирования после модификации Хиршманом его стали внедрять, начиная с 1984 г., в США. НИИ рассчитывают в процентах и долях. Если его значение превышает 0,18 (18 %), то речь идет о неконкурентном рынке и высокой концент-

<sup>2</sup> Яковлев А. Статистическая оценка уровня монополизации производства // Вестник статистики. 1990. № 4. С. 39–44.

<sup>3</sup> Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Изд-во АОЗТ “Центр экономики и маркетинга”, 1996. С. 39.

рации монополярной власти, если же он меньше 0,1 (100 %), то это свидетельствует о нормальном уровне конкуренции. Индекс Херфиндала – Хиршмана (НИ) не учитывает ранги предприятий, что компенсирует индекс Розенблюта (RI)<sup>1</sup>, который рассчитывается с учетом порядкового номера предприятия, полученного на основе ранжирования долей от максимума к минимуму:

$$RI = \frac{1}{2 \sum (i \times Si) - 1}, \text{ для всех } i = 1 \text{ до } n. \quad (3)$$

Иногда при оценке распределения долей используется показатель энтропии (E). В этом случае взвешивание долей производится с помощью натуральных логарифмов долей:

$$E = \sum Si \times \ln Si, \text{ для всех } i = 1 \text{ до } n \quad (4)$$

Принципиально другим подходом, но дающим аналогичные результаты, является расчет показателя, представляющего собой количественную интерпретацию графика Лоренца – коэффициент (G)<sup>2</sup>:

$$G = (1/n) \times \sum [(1-i) \times Ai - i \times Ai],$$

для всех  $i = 1$  до  $n$ ,  
 где  $Ai$  – накопленное (кумулятивное) значение долей  $i$ -х крупнейших предприятий рынка.

Следуя логике выводов, представляется целесообразным исследовать состояние развития конкуренции с точки зрения соотношения различных форм рынка (полиполии, олигополии и монополии), а также с учетом тех взаимосвязей, которые существуют между конкуренцией и конкурентоспособностью. Известно, что капитализм прошел две основные стадии: свободной конкуренции и монополистической конкуренции (концентрации капитала). Свободная конкуренция содержит огромный потенциал для роста конкурентоспособности, однако ограниченный раздробленностью конкурентных ресурсов. Преодоление данных ограничений возможно лишь за счет крупного капитала хозяйственных структур на соответствующих рынках, что равносильно процессу монополизации. Современный капиталистический мир находится на второй стадии своего развития, хотя и конкуренция не исчезает. Сосуществование этих двух явлений означает, что экономический рост обусловлен двумя разнонаправленными тенденциями: расширением и подавлением свободы на товарных рынках. Первая тенденция в основном выражается в дроблении, а вторая – в укрупнении капитала и производственных единиц. Соответственно индикатором развития конкуренции в экономике служит малый бизнес,

<sup>1</sup> Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Изд-во АОЗТ “Центр экономики и маркетинга”, 1996. С. 40.

<sup>2</sup> Там же.

а конкурентоспособности – степень концентрации капитала в крупных корпоративных структурах кластеров. Следовательно, при оценке состояния конкуренции на отдельно взятом рынке с использованием всех перечисленных показателей концентрации, при всей их важности, недостаточны для полного описания состояния анализируемого конкурентного рынка, так как они не дают количественных характеристик состояния конкуренции на рынке. Поэтому логичнее было бы рассматривать конкурентный рынок в его структуре по видам субъектов рынка (количественные характеристики малого и крупного бизнеса). Однако абсолютные показатели, характеризующие число фирм малого и крупного бизнеса, не дают оснований для качественной оценки состояния развития конкуренции, так как количество фирм малого и крупного бизнеса не сопоставимо из-за большого различия по их мощностям. Поэтому при анализе степени развития конкуренции на рынке необходимо использовать относительные показатели развития малого и крупного бизнеса, характеризующие степень интенсивности конкуренции между ними на рынке. Основываясь на предыдущих выводах, можно предложить следующие показатели, которые в большей степени раскрывают сущность развития конкуренции в условиях переходной экономики и характеризуют теоретические положения, обоснованные нами ранее. К таким показателям должны относиться:

1. Темпы роста количества фирм малого и крупного бизнеса ( $T_{мб}$  и  $T_{кб}$ ).
2. Соотношение темпов роста числа фирм малого и крупного бизнеса к темпу роста общего числа фирм на данном рынке ( $T_{мб/б}$  и  $T_{кб/б}$ ).
3. Темпы прироста продукции малого и крупного бизнеса ( $P_{пмб}$  и  $P_{пкб}$ ).
4. Прирост доли выпуска продукции фирм малого и крупного бизнеса в общем объеме продукции ( $PD_{пмб}$  и  $PD_{пкб}$ ).
5. Темпы роста инвестиций в основной капитал в малом и крупном бизнесе ( $T_{иок}$  и  $T_{икр}$ ).
6. Доля занятых на предприятиях малого и крупного бизнеса ( $D_{змб}$  и  $D_{зкб}$ ).

Попытаемся дать теоретическое обоснование для использования перечисленных показателей в качестве основных критериев оценки состояния развития конкуренции на рынке. Рассматривая показатели концентрации долей рынка отдельно взятых предприятий-лидеров, можно оценить результат процесса конкуренции (т. е. доли рынков, сконцентрированные в руках лидеров – это уже результат конкурентной борьбы, характеризующий интенсивность, напряженность этой борьбы), а как происходит сам процесс конкуренции и конкурентной

борьбы на рынке показатели концентрации долей не показывают. В то же время крайне важно точно знать качественные и количественные характеристики развития конкуренции на отдельном рынке. Ибо характер и интенсивность конкуренции, в конечном счете, определяют участники (фирмы), их мощности и их стратегии. И коль скоро за аксиому в данной доказательной цепи рассуждений взято положение, что индикатором развития конкуренции служит малый бизнес, а крупный капитал обеспечивает качество развития конкуренции (конкурентоспособность), то вполне оправдано применение показателя *темпов роста количества фирм малого и крупного бизнеса* ( $T_{мб}$  и  $T_{кб}$ ) в качестве основного критерия развития конкуренции на рынке. Эти два показателя, характеризующая скорость роста количества предприятий на рынке, показывают степень конкурентности самого рынка и модель конкурентного рынка. Если на локальном рынке наблюдаются быстрые темпы роста количества малых предприятий, это свидетельствует о низком уровне входных барьеров на этом рынке, его открытости и наличии всех необходимых правовых и административных предпосылок для успешного развития конкурентного механизма. Высокий темп роста количества предприятий крупного бизнеса свидетельствует об интенсификации конкуренции, ибо укрупнение капитала порождает большую конкурентоспособность, и, следовательно, большую степень влияния на рынок за счет роста наукоемкости и капиталоемкости продукции<sup>1</sup>. Рост влияния отдельной фирмы на состояние рынка и степень этого влияния определяют смену моделей конкурентного рынка, переход от конкуренции к монополии. Данный процесс изменения интенсивности конкуренции и величины концентрации монополярной власти также нуждается в количественной оценке, чему и способствует показатель *соотношения темпов роста числа фирм малого бизнеса и крупного бизнеса* ( $T_{мб/б}$  и  $T_{кб/б}$ ). Следовательно, если наблюдается опережающий темп роста числа фирм малого бизнеса по отношению к темпу роста общего числа фирм на данном рынке, то этот рынок характеризуется ростом интенсивности конкуренции, так как в борьбу вступает большее количество конкурирующих субъ-

ектов, и наоборот, если преобладает опережающий рост крупных фирм, то происходит концентрация ресурсов, и значит, растет монополизация рынка.

Характеристика конкуренции на рынке только на основе показателей численности действующих субъектов рынка остается неполной, так как она не учитывает степень реального участия этих субъектов в конкуренции (ведь не каждый субъект рынка выпускает одинаковое количество продукции). Поэтому для анализа состояния развития конкуренции на рынке необходимы такие показатели, как *темпы прироста продукции малого и крупного бизнеса* ( $П_{мб}$  и  $П_{кб}$ ). Они, в совокупности с показателями концентрации долей рынка, дают возможность оценить тенденции развития конкурентных отношений. Соотношение темпов прироста продукции малого и крупного бизнеса характеризует стадию развития конкуренции: если наблюдается опережающий прирост продукции малого бизнеса даже при высокой концентрации долей рынка у основных лидеров, это свидетельствует об интенсификации, и наоборот – при опережении темпов прироста продукции крупного бизнеса. В дополнение к указанным характеристикам показатель *прироста доли выпуска продукции фирм малого и крупного бизнеса в общем объеме продукции* ( $ПД_{мб}$  и  $ПД_{кб}$ ) уточняет структуру конкурентного рынка по видам хозяйствующих агентов рынка. Это позволяет оценить уровень развития конкуренции на исследуемом рынке с точки зрения эффективности государственного регулирования развития конкурентного механизма. Сбалансированная структура экономики по видам организационно-правовых форм и форм собственности есть не что иное, как социально-экономическая основа многоукладности экономики и функционирования товарного рынка.

Перечисленные показатели обладают одним общим недостатком – они не дают представления о степени задействованности основных источников конкурентных преимуществ, определяющих эффективность конкуренции на данном рынке – капитала и человеческих ресурсов, определяющих качество и методы ведения конкурентной борьбы. Для восполнения данного недостатка в систему показателей оценки состояния конкуренции необходимо включить следующие показатели: *темпы роста инвестиций в основной капитал в малом и крупном бизнесе* ( $T_{икм}$  и  $T_{икк}$ ) и *долю занятых на предприятиях малого и крупного бизнеса* ( $D_{змб}$  и  $D_{зкб}$ ). Эти показатели дают характеристику структуры конкурентного рынка по состоянию ресурсного потенциала основных конкурентных и монополярных сил, что и обеспечивает сам процесс конкуренции и степень его интенсивности и остроты.

<sup>1</sup> Вспомним принцип действия конкуренции: когда увеличивается предложение на рынке, снижается цена, следовательно, необходимо снижение уровня издержек. Однако возможности снижения издержек безграничны, и тогда начинается процесс неценовой конкуренции, требующий постоянного усовершенствования продукта и сервисного обслуживания, что не под силу малому бизнесу.

Таким образом, выделенные показатели характеризуют уровень развития конкуренции, общее состояние конкурентной среды предприятия, интенсивность развития конкуренции и его возможные конкурентные стратегии. Если предприятие успешно функционирует на конкурентном рынке с высокой интенсивностью конкуренции и при этом у него наблюдаются высокие уровни доли рынка и темпов роста или ярко выражена тенденция их постоянного роста, это свидетельствует о высоком уровне конкурентоспособности данного предприятия о значительном запасе конкурентных преимуществ. В случае сохранения такого же уровня перечисленных показателей, но при меньшей интенсивности конкуренции либо ее отсутствии можно говорить о том, что предприятие до-

стигло пика своей конкурентоспособности, так как заняло доминирующее положение на этом рынке. И, наконец, при низких показателях интенсивности рынка и индивидуальных характеристик предприятия происходит сворачивание рынка и резкое падение конкурентоспособности. Анализ обобщающих показателей развития конкуренции на рынке дает лишь общие характеристики, не учитывая многообразие различных нюансов. Конкурентные отношения, как и любой другой сложный процесс, требуют системы показателей оценки всех сторон деятельности конкурентов. Для этой цели используют внутренний анализ финансовой устойчивости анализируемого предприятия и анализ деятельности конкурентов, что является предметом маркетингового исследования.