

МОНИТОРИНГ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ КАК ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ БИЗНЕС-ПРОЦЕСС СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

© 2011 Н.А. Овчаренко

кандидат экономических наук, доцент
Краснодарский кооперативный институт

© 2011 М.И. Максимова

Кубанский государственный университет, г. Краснодар

E-mail: kafedra_itemeo@mail.ru

Статья посвящена проблемам организации мониторинга конкурентной среды предприятий в системе управления предприятием. Проведен критический ретроспективный анализ существующих методических подходов, предложена авторская методика мониторинга конкурентной среды.

Ключевые слова: конкурентная среда, мониторинг конкурентной среды, показатели качества конкурентной среды.

Конкурентная среда как объект управленческого воздействия в маркетинге 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. В экономической теории и практике имеются количественные и качественные методы, описывающие состояние конкурентной среды и остроту конкурентных процессов в ней.

Среди количественных методов оценки следует отметить методики С.Г. Светунькова, А.А. Литвинова, А.А. Воронова, действующую методику ФАС России.

Методы диагностики состояния конкуренции в предпринимательской среде подробно рассмотрены С.Г. Светуньковым и А.А. Литвиновым¹. 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 Херфиндаля - Хир-

шмана, 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 Херфиндаля - Хиршмана) не позволяет использовать их в практике народнохозяйственного управления, поскольку никак не связана с основными функциональными областями и трендами развития конкурентной среды и не дает возможность прогнозировать динамику конечных результатов деятельности промышленных предприятий при реализации конкретных мер по активизации их конкурентной деятельности.

Методика Александра Андреевича Воронова² включает в себя следующие аспекты оценки условий конкуренции. Показатели должны охватывать все стороны конкуренции, быть максимально объективными, простыми 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 общепринятыми требованиями 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 мультипликаторная модель, предложенная в свое время автором, является самой простой и не всегда самой объективной.

В соответствии с действующей методологией ФАС России 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 отчета³.

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 Герфиндаля - Гиршмана (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 используются коэффициент рыночной концентрации, рассчитываемый для трех крупнейших хозяйствующих субъектов, действующих на рынке (CR), и индекс рыночной концентрации Герфиндаля - Гиршмана (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 включает:

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 са-

моуправления по развитию конкуренции на рассматриваемом товарном рынке⁴.

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 частности, будет включать результаты проводимых российских и международных исследований предпринимательского климата, а также специальные исследования. Оценка будет проводиться в каждом субъекте Российской Федерации, в том числе по методологии исследования Всемирного банка “Ведение бизнеса” и “Глобальный мониторинг предпринимательства”. Общий предпринимательский климат в стране предполагается оценивать на основе ежегодных опросов предпринимателей, в том числе которые уже проводятся (ВЦИОМ)⁵.

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.

Источниками информации для реализации исследовательского замысла могут быть:

- 1) данные Росстата о производстве и реализации важнейших видов промышленной продукции, их экспорте и импорте в Россию, 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 управленческой отчетности об объемах и эффективности поисково-конкурентной деятельности промышленных предприятий;

- 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, Мин-

промторгом, Минэкономразвития, ФСТ, ГТК. Эмпирические данные получаются в результате исследования модели конкурентного поведения потребителей (на основании сочетания методов опроса, наблюдения, эксперимента и панели).

Для анализа полученной информации используются статистические методы (сводки, группировки, индексный, сравнения, классификации). Результаты анализа могут представляться в виде таблиц, диаграмм, расчетных коэффициентов, показателей, индексов. Они должны дать объективную и пригодную для принятия управленческих решений информацию о состоянии и трендах развития конкурентной среды промышленных предприятий, основных проблемах ее функционирования и путях их преодоления.

Предложенная методика оценки качества конкурентной среды в промышленности страны является инструментом оценки и анализа конкурентной среды, позволяющей осуществлять целенаправленное стратегическое воздействие на нее для 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 активизации конкурентного потенциала промышленного сектора экономики страны.

Авторский методический подход включает в себя следующие элементы: оценку емкости рынка, долю конкурентного рынка, характеристику конкурентного рынка; составление конкурентного профиля участников рынка; оценку конкурентного поведения покупателей; характеристику

поисково-конкурентной деятельности участников рынка; характеристику инновационно-конкурентной деятельности участников рынка; характеристику процессов недобросовестной конкуренции субъектов рынка; характеристику антиконкурентных действий субъектов рынка; итоговый элемент - оценка результативности и эффективности конкурентных процессов в сложившейся конкурентной среде промышленных предприятий и поиск путей их повышения. На основании подобной оценки конкурентной среды появляется 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 - реализацию конкурентных замыслов, направленных на захват стратегической инициативы в конкурентной ситуации и ее реализацию в форме устойчивого роста конкурентоспособности. Результаты применения авторского методического подхода, опубликованные в открытой научной печати, существенно расширят функциональную область адвокатирования конкуренции, повысят прозрачность сферы конкурентного регулирования российской промышленности.

¹ Светульников С.Г., Литвинов А.А. Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск, 2000. С. 88-95.

² Воронов А.А., Дегтярев А.Н. Предприятия и банки: конкурентоспособная интеграция. Краснодар, 2002. С. 31-34.

³ Доклад о состоянии конкуренции и социально-экономических последствиях реализации Программы развития конкуренции в Российской Федерации в 2009 г. URL: <http://www.economy.gov.ru/minrec/activity/sections/concuration/index.html>.

⁴ Об утверждении порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке: приказ ФАС от 25 апр. 2006 г. № 108. URL: <http://antimonopoly-law.ru/?p=26>. (По состоянию на 21.10.2009).

⁵ Там же.

Поступила в редакцию 04.01.2011 г.