

УДК 332.14

DOI: 10.18413/2409-1634-2016-2-4-32-37

Перфильев С. В.
Горбова О. Ю.
Кузнецова О. И.
Бычкова Н. А.

**РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ
НА РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКАХ**

ФГАОУ ВПО «Рязанский государственный радиотехнический университет», ул. Гагарина, д. 59/1,
г. Рязань, 390005, Россия, *perfilev.c.v@rsreu.ru*

ФГАОУ ВПО «Рязанский государственный радиотехнический университет», ул. Гагарина, д. 59/1,
г. Рязань, 390005, Россия, *Odina-olga@yandex.ru*

ФГАОУ ВПО «Рязанский государственный радиотехнический университет», ул. Гагарина, д. 59/1,
г. Рязань, 390005, Россия, *dudukina-olga@yandex.ru*

ФГАОУ ВПО «Рязанский государственный радиотехнический университет», ул. Гагарина, д. 59/1,
г. Рязань, 390005, Россия, *bichkova_natalia@mail.ru*

Аннотация

Настоящая работа представляет собой попытку формирования методики оценки состояния конкуренции на социально-значимых и приоритетных рынках товаров и услуг. На сегодняшний день принят Стандарт развития конкуренции на рынках субъекта РФ, который установил необходимость постоянного мониторинга развития и поддержки конкуренции на региональных рынках, а также создал потребность в измерении уровней конкуренции и разработке мероприятий по стимулированию ее развития. Однако единого подхода по оценке конкуренции в субъектах РФ вплоть до настоящего времени так и не разработано.

Предложенная авторами методика позволяет оценить уровень развития конкуренции на конкретном региональном рынке. В результате появляется возможность выявить рынки с развитой конкуренцией, рынки с недостаточно развитой конкуренцией, а так же рынки с неразвитой конкуренцией на основе предлагаемой интегральной оценки. Описанная методика разработана на примере Рязанской области в рамках выполнения научно-исследовательской работы. Предполагается, что использование данной методики является одним из этапов развития конкуренции в регионах.

Ключевые слова: конкуренция, оценка конкуренции на рынках, социально-значимые рынки.

Sergei V. Perfilev
Olga Yu. Gorbova
Olga I. Kuznetsova
Natalia A. Bychkova

**DEVELOPMENT OF PROCEDURES FOR COMPETITION ASSESSMENT
IN REGIONAL MARKETS**

Ryazan State Radio-engineering University, 59/1 Gagarina St., Ryazan, 390005, Russia, *perfilev.c.v@rsreu.ru*
Ryazan State Radio-engineering University, 59/1 Gagarina St., Ryazan, 390005, Russia, *Odina-olga@yandex.ru*
Ryazan State Radio-engineering University, 59/1 Gagarina St., Ryazan, 390005, Russia, *dudukina-olga@yandex.ru*
Ryazan State Radio-engineering University, 59/1 Gagarina St., Ryazan, 390005, Russia, *bichkova_natalia@mail.ru*

Abstract

The present work is an attempt to form a methodology for assessing the state of competition on the socially important and priority markets for goods and services. To date, there was adopted the Standard of Competition on the subject of the Russian Federation market. The Standard establishes the need for continuous efforts to promote and support competition in regional markets, and also creates the need to measure the levels of competition and the development of measures to stimulate its development. However, a common approach to assess competition in the regions of Russia until now has not been developed.

The proposed methodology allows the authors to assess the level of competition in a particular regional market. As a result, it is possible to identify the markets with developed competition, the markets with insufficient competition, as well as the markets with underdeveloped competition on

the basis of the proposed integrated assessment. The described technique was developed on the example of Ryazan region within the framework of the research project. It is assumed that the use of this technique is one of the stages in the development of competition in the regions.

Keywords: competition; competitiveness; competitive environment; competition assessment; market.

Актуальность проблемы

Развитие конкуренции на рынке является давно поставленной целью, однако в последние годы актуальность этого тезиса значительно повысилась. Это связано с принятием Стандарта развития конкуренции на рынках субъекта РФ, который установил необходимость постоянной деятельности по развитию и поддержке конкуренции на региональных рынках, а также создал потребность в измерении уровней конкуренции и разработке мероприятий по стимулированию ее развития. С момента принятия Стандарта развития конкуренции в регионах началась работа по разработке методики оценки состояния конкуренции на социально-значимых и приоритетных рынках. Несмотря на уже достаточный срок работы в данном направлении, формализованного описания этой методики на настоящий момент не существует.

Анализ последних исследований и публикаций

Если обратиться к теоретической литературе, то известные в научных исследованиях и практических разработках методики оценки состояния конкурентной среды и их модификации по существу можно разделить на два подхода.

Подход первый основан на определении коэффициента рыночной концентрации (CR3) и индекса рыночной концентрации Герфиндаля – Гиршмана (НИ) [см., напр., 1, 2]. При этом:

а) коэффициент рыночной концентрации (CR3) - сумма долей (выраженных в процентах) 3 крупнейших хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на товарном рынке (D_1, D_2, D_3) [3, 4]:

$$CR_3 = D_1 + D_2 + D_3; \quad (1)$$

б) индекс рыночной концентрации Герфиндаля - Гиршмана (НИ) - сумма квадратов долей (выраженных в процентах) на товарном рынке всех хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на товарном рынке [5]:

$$НИ = \sum_{i=1}^N D_i^2, \quad (2)$$

где:

D_i – выраженная в процентах доля i -го хозяйствующего субъекта, осуществляющего деятельность на товарном рынке;

N – общее количество хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на товарном рынке.

Второй подход состоит в определении некоторой бальной оценки состояния конкуренции на рынках, при котором итоговая оценка складывается из суммы ряда факторов и носит накопительный характер [6]. Например, оценка состояния конкуренции обозначается A и рассчитывается как [7]:

$$A = 0,65B + 0,35C, \quad (3)$$

где:

B – величина интегрального показателя условий развития конкуренции,

C – величина интегрального показателя конечных эффектов развития конкуренции.

При этом сами величины B и C также являются расчетными и определяются путем суммирования баллов по различным показателям.

Указанные подходы на данный момент редко встречаются в региональной практике. Большинство субъектов РФ в своих докладах ограничиваются описанием рынков и общими выводами о наличии или отсутствии конкуренции. Однако, вместе с тем, в региональной практике имеется ряд заслуживающих внимания подходов к проведению оценки состояния конкуренции на рынках. Некоторые из них приведены в таблице 1.

На сегодняшний день методика оценки конкуренции сформирована лишь в двух регионах, приведенных в таблице 1. В том и в другом случае использован метод балльных оценок, а состояние конкуренции на региональном рынке оценивается значением суммы набранных баллов. При этом в Ульяновской области единственным источником информации является результаты анкетирования, в г. Санкт-Петербурге – это лишь часть общей оценки.

Цель исследования состоит в построении методики оценки состояния конкуренции на региональных рынках. Данная методика должна давать итоговый результирующий ответ на вопрос о состоянии развития конкуренции на конкретных рынках в категориях:

- рынок с развитой конкуренцией;
- рынок с недостаточно развитой конкуренцией;
- рынок с развитой конкуренцией;
- рынок с неразвитой конкуренцией.

Таблица 1

Характеристика методик оценки конкуренции на рынках, используемых в некоторых субъектах РФ

Table 1

Characteristics of valuation techniques for competition in the markets used in some of the subjects of the Russian Federation

Регион	Суть методики	Построение итоговой оценки
Ульяновская область	Оценка конкуренции на рынке осуществляется на основе данных анкетирования по трем направлениям по 4-балльной шкале: - широта выбора продукции; - качество товаров, услуг; - уровень цен на товары и услуги [8].	Интегральная оценка конкурентного пространства населением оценивается с помощью диаграммы
г. Санкт-Петербург	Оценка конкуренции проводится с помощью показателей: - Динамика количества действующих предприятий на рынке, % по отношению к прошлому отчетному периоду - Коэффициент концентрации CR3, - Индекс Герфиндаля-Гиршмана - Доля участников рынка, удовлетворенных качеством конкурентной среды, % от числа опрошенных - Доля участников рынка, считающих, что конкуренция между частными компаниями на рынке является высокоинтенсивной, % от числа опрошенных - Количество решений ФАС по поводу нарушений антимонопольного законодательства участниками рынка [9]	Интегральный показатель состояния конкурентной среды на рынке рассчитывается как сумма оценок по каждому показателю с учетом удельных весов.

Основные результаты исследования

Методика оценки конкуренции была разработана на примере Рязанской области. Учитывая ограниченность в доступе к информации, при построении методики был выбран второй из теоретических подходов, описанных выше. Источниками информации для получения итоговых оценок конкуренции на рынках области являются:

- результаты анкетирования бизнеса и населения;
- информация органов государственной статистики;
- отчет о выполнении плана мероприятий «дорожной карты» по содействию развитию конкуренции в Рязанской области в I квартале 2016 года [10];
- ежегодный доклад «Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Рязанской области» за 2015 год [11].

Основываясь на выбранном подходе и видоизменяя выражение (3) интегральная оценка состояния конкуренции на рынках Рязанской области А, выраженная в баллах, была сведена к следующему выражению:

$$A = \sum_i k_1 B_i + \sum_j k_2 C_j$$

где:

B_i – величина i -го показателя из группы объективных показателей, выраженная в баллах,

C_j – величина j -го показателя из группы субъективных показателей, выраженная в баллах,

k_1 – весовой коэффициент для объективных показателей,

k_2 – весовой коэффициент для субъективных показателей.

Все используемые для оценки данные можно разбить на две составляющие, которые соответственно обозначены как объективные данные (имеющие обозначение B_i) и субъективные данные (C_j). Объективные данные – это данные из официальных отчетов органов государственной статистики. Соответственно субъективные данные – это данные обработки опросов населения и бизнеса, которые представляют собой частную точку зрения на отдельные вопросы, и именно поэтому они отнесены к категории субъективных.

В соответствии с этими же соображениями авторами были введены весовые коэффициенты, отражающие неравную значимость двух групп показателей. Соответственно в Методике принимаются $k_1 = 2, k_2 = 1$.

Перечень объективных показателей, используемых в оценке, приведен в таблице 2. Всего при расчетах используются три показателя.

Бальная оценка каждого из показателей приведена в колонке 3 таблицы 2.

Таблица 2

Объективные показатели оценки состояния конкуренции

Table 2

Objective assessment indicators of the state of competition

№	Показатель	Оценка показателя в баллах, B_i
1	Число организаций, конкурирующих на рынке	1 балл – менее 4, 2 балла – от 4 до 6, 3 балла – больше 6
2	Доля государственных и муниципальных предприятий на рынке, %	1 балл – более 70%, 2 балла – от 50 до 70%, 3 балла – менее 50%
3	Изменение количества организаций на рынке за последние 3 года (уменьшение или увеличение), %	1 балл – до 5%, 2 балла – от 5 до 25%, 3 балла – более 25 %

Перечень субъективных показателей, используемых в оценке, приведен в таблице 3. Бальная оценка каждого из показателей приведена в колонке 3 таблицы 3.

Поскольку бальная оценка каждого из субъективных показателей формируется на базе анкетных данных, то данное обстоятельство требует некоторого пояснения процедуры определения C_j .

Определение C_j по каждому из субъективных показателей осуществляется в соответствии с выражением

$$C_j = \sum_k D_{jk} * B_{jk}$$

где B_{jk} – оценка j -го показателя в баллах k ;

D_{jk} – доля респондентов, выбравших при оценке j -го показателя вариант k .

Таблица 3

Объективные показатели оценки состояния конкуренции

Table 3

Objective assessment indicators of the state of competition

Показатель, C_j	Вопрос анкеты	Оценка показателя в баллах, B_{jk}
Оценка уровня конкуренции потребителями продукции рынка	Оцените уровень конкуренции на следующих целевых рынках в нашем регионе: - очень высокая; - высокая; - умеренная; - слабая; - нет конкуренции; - затрудняюсь ответить.	очень высокая - 3 балла; высокая - 2 балла; умеренная - 1 балл; слабая - 0,5 балла; нет конкуренции - 0 баллов; затрудняюсь ответить - вариант ответа не рассматривается (соответственно анкеты при анализе этого показателя не учитываются).
Оценка количества организаций, работающих на целевых рынках	Оцените количество организаций, которые предоставляют следующие товары и услуги на рынках вашего района (города): - Избыточно; - Достаточно; - Мало; - Нет совсем; - Затрудняюсь ответить.	Избыточно - 3 балла; Достаточно - 2 балла; Мало - 1 балл; Нет совсем - 0 баллов; Затрудняюсь ответить - вариант ответа не рассматривается (соответственно анкеты при анализе этого показателя не учитываются).
Удовлетворенность уровнем цен на продукцию на целевых рынках	Насколько вы удовлетворены уровнем цен товаров и услуг: - удовлетворен; - скорее удовлетворен; - скорее не удовлетворен; - не удовлетворен; - затрудняюсь ответить.	Удовлетворен - 3 балла, Скорее удовлетворен - 2 балла; Скорее не удовлетворен - 1 балл; Не удовлетворен - 0 баллов; Затрудняюсь ответить - вариант ответа не рассматривается (соответственно анкеты при анализе этого показателя не учитываются).
Удовлетворенность качеством продукции на целевых рынках	Насколько вы удовлетворены качеством товаров и услуг: - удовлетворен; - скорее удовлетворен; - скорее не удовлетворен; - не удовлетворен; - затрудняюсь ответить.	Удовлетворен - 3 балла, Скорее удовлетворен - 2 балла; Скорее не удовлетворен - 1 балл; Не удовлетворен - 0 баллов; Затрудняюсь ответить - вариант ответа не рассматривается (соответственно анкеты при анализе этого показателя не учитываются).

Показатель, C_j	Вопрос анкеты	Оценка показателя в баллах, B_{jk}
Удовлетворен-ность возможностью выбора продукции на целевых рынках	Насколько вы удовлетворены возможностью выбора товаров и услуг: - удовлетворен; - скорее удовлетворен; - скорее не удовлетворен; - не удовлетворен; - затрудняюсь ответить.	Удовлетворен - 3 балла, Скорее удовлетворен - 2 балла; Скорее не удовлетворен - 1 балл; Не удовлетворен - 0 баллов; Затрудняюсь ответить - вариант ответа не рассматривается (соответственно анкеты при анализе этого показателя не учитываются).
Изменение количества поставщиков продукции на целевых рынках в течение установленного периода	Как, по вашему мнению, изменилось количество субъектов, предоставляющих товары, работы и услуги на следующих рынках в вашем районе (городе) в течение последних 3 лет: - снизилось; - не изменилось; - увеличилось; - затрудняюсь ответить.	Снизилось - 1 балл; Не изменилось - 2 балла; Увеличилось - 3 балла; Затрудняюсь ответить - вариант ответа не рассматривается (соответственно анкеты при анализе этого показателя не учитываются).

Итоговая интегральная оценка состояния конкуренции на рынках Рязанской области в баллах определяется в соответствии с выражением (4).

Максимальное количество баллов, которое может быть набрано в соответствии с изложенной методикой составляет 36, а минимальное – 7.

Соответствие набранных баллов в итоговый результирующий вывод приведено в таблице 4.

Таблица 4

Характеристика рынка в соответствии с набранными баллами

Table 4

Characteristics of the market in accordance with the score

Характеристика рынка	Баллы
Рынок с развитой конкуренцией	Больше 26
Рынок с недостаточно развитой конкуренцией	От 17 до 26
Рынок с неразвитой конкуренцией	Менее 17

Выводы и перспективы последующих разработок в данном направлении

Предложенная методика позволяет дать оценку уровню конкуренции на конкретном региональном рынке, что позволит выявить рынки, которым следует уделить большее внимание в целях развития конкуренции на них. Использование данной методики является одним из этапов развития конкуренции в регионах и предполагает на основе полученных оценок разработку и реализацию комплекса мероприятий в данном направлении.

Список литературы

1. Hannan, T. H.: Market share inequality, the number of competitors, and the HHI: An examination of bank pricing. Review of Industrial Organization 12(1), 23–35 (1997).

2. Naldi, M., Flamini, M.: The CR4 index and the interval estimation of the Herfindahl-Hirschman Index: an empirical comparison, HAL Id: hal-01008144. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01008144> Submitted on 17 Jun 2014 (date of address: September 18, 2016).

3. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. М.: Центр экономики и маркетинга, 2013. - 208 с.

4. Методика оценки состояния конкуренции: решение Совета Евразийской экономической комиссии от 30 января 2013 г. N 7. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142112/ (дата обращения 21.08.2016).

5. Приказ ФАС России от 28.04.2010 N 220 (ред. от 20.07.2016) «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18026) // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти от 23 августа 2010 г. № 34.

6. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного университета, 2014. - 194 с.

7. Шкардун, В. Д., Ахтямов, Т. М. Методика исследования конкуренции на рынке. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/06.shtml> (дата обращения 19.09.2016);

8. Состояние конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ульяновской области. Отчёт о результатах социологического исследования. Областное государственное казённое учреждение «Аналитика», ноябрь 2015 г. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ekonom73.ru/page/9659-развитие-конкуренции-отчетная-информация>. (дата обращения 21.09.2016)

9. Аналитический отчет о проведении мониторинга состояния конкурентной среды на социально значимых и приоритетных рынках Санкт-Петербурга в рамках исполнения Государственного

контракта Санкт-Петербурга № 24/2015 от 18.03.2015 г. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://crppr.gov.spb.ru/razvitie-konkurencii/> (дата обращения 06.09.2016).

10. Отчет о выполнении плана мероприятий «дорожной карты» по содействию развитию конкуренции в Рязанской области в I квартале 2016 года. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://ryazan.fas.gov.ru/sites/ryazan.f.isfb.ru/files/page/2016/09/07/otchet_dor_karta_ikv.pdf (дата обращения 20.08.2016).

11. Доклад «Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Рязанской области» за 2015 год. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://mineconom.ryazangov.ru/upload/iblock/bfa/doklad_competition_2015.pdf (дата обращения 20.08.2016).

References

1. Hannan, T. H.: Market share inequality, the number of competitors, and the HHI: An examination of bank pricing. *Review of Industrial Organization* 12(1), 23–35 (1997).

2. Naldi, M., Flamini, M.: The CR4 index and the interval estimation of the Herfindahl-Hirschman Index: an empirical comparison, HAL Id: hal-01008144. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01008144> Submitted on 17 Jun 2014 (date of address: September 18, 2016).

3. Azoiev, G. L. Competition: analysis, strategy and practice. Moscow, Tsentr ekonomiki i marketinga Publ., 2013, 208 p. (in Russian).

4. Methods of assessing the state of competition: the decision of the Council of the Eurasian Economic Commission of January 30, 2013 №7ю [Electronic resource]. Access mode: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142112/ (date of access: August 20, 2016) (in Russian).

5. The Order of the Federal Antimonopoly Service of Russia of April 28, 2010 no. 220 «On approval of the analysis of the state of competition in the commodity market» (Registered in the RF Ministry of Justice on August 2, 2010 No 18026) Bulletin of normative acts of the Federal bodies of executive power [Russian Newspaper], 23 August 2010, no. 34 (in Russian).

6. Mokronosov, A. G. Competition and competitiveness. Yekaterinburg, the Ural State University Publ., 2014. 194 p. (in Russian)

7. Shkardun, V. D., Akhtyamov, T. M. Methods of study of competition in the market. [Electronic resource]. Access mode: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/06.shtml> (date of access: September 19, 2016) (in Russian).

8. The competitive environment in the markets of goods and services of Ulyanovsk region. A report on the

results of the sociological research. Regional state state-owned institution «Analytics», 2015. [Electronic resource]. Access mode: <http://ekonom73.ru/page/9659-развитие-конкуренции-отчетная-информация> (date of access: September 21, 2016) (in Russian)

9. The analytical report on the monitoring of the competitive environment in the socially important and priority of St. Petersburg within the framework of the State of execution of the contract of St. Petersburg markets number 24/2015 of 18/03/2015. [Electronic resource]. Access mode: <http://crppr.gov.spb.ru/razvitie-konkurencii/> (date of access: September 6, 2016) (in Russian).

10. The report on the implementation of the roadmap to promote competition in Ryazan region in the I quarter of 2016. [Electronic resource]. Access mode: http://ryazan.fas.gov.ru/sites/ryazan.f.isfb.ru/files/page/2016/09/07/otchet_dor_karta_ikv.pdf (date of access: August 20, 2016) (in Russian).

11. The report «The status and development of the competitive environment in the markets of goods, works and services in Ryazan region» in 2015. [Electronic resource]. Access mode: http://mineconom.ryazangov.ru/upload/iblock/bfa/doklad_competition_2015.pdf (date of access: August 20, 2016) (in Russian).

Перфильев Сергей Валерьевич, заведующий кафедрой государственного, муниципального и корпоративного управления, д.э.н., профессор

Горбова Ольга Юрьевна, доцент кафедры государственного, муниципального и корпоративного управления, к.э.н.

Кузнецова Ольга Ивановна, доцент кафедры государственного, муниципального и корпоративного управления, к.э.н.

Бычкова Наталья Александровна, старший преподаватель кафедры государственного, муниципального и корпоративного управления

Sergei V. Perfilev, Head of Department of State, Municipal and Corporate Management, Doctor of Economic Sciences, Professor

Olga Yu. Gorbova, Associate Professor, Department of State, Municipal and Corporate Management, PhD in Economics

Olga I. Kuznetcova, Associate Professor, Department of State, Municipal and Corporate Management, PhD in Economics

Natalia A. Bychkova, Senior Lecturer, Department of State, Municipal and Corporate Management