

УДК 339.137.2

Опыт исследования конкурентной среды в России и за рубежом**Нургалиева К.Р.**

Аспирант института экономики и менеджмента

Балтийского федерального университета им. И. Канта (Калининград)

Исследование конкурентной среды основывается на количественной и качественной оценке множества показателей, характеризующих конкуренцию в целом. Для контроля конкурентной среды необходимо наличие методик измерения конкуренции. В России характерно использование жалоб со стороны предпринимателей о несоответствующих конкурентных условиях. В зарубежном опыте важная роль отводится проведению интервью и опросов.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная среда, методики измерения, конкурентная борьба, рынок, маркетинговые исследования.

В условиях современного рынка для осуществления успешной деятельности компании должны учитывать сложившуюся конкурентную ситуацию. То есть необходимо качественное проведение маркетинговых исследований конкурентной среды рынка для разработки эффективной стратегии.

На сегодняшний день нет общепринятого понятия «конкурентной среды». Исследователи определяют её по-разному. Так, Майкл Портер рассматривает конкурентную среду как «совокупность качественных и количественных показателей, характеризующих состояние развития конкуренции» [1, с. 257]. Отечественный исследователь Г.Л. Азоев под конкурентной средой понимает «совокупность субъектов рынка и их отношений, складывающихся в ходе конкурентной борьбы и определяющих интенсивность конкуренции» [2, с. 82]. Энциклопедия производственного менеджера даёт следующее определение: «Конкурентная среда – сложившаяся ситуация, в рамках которой производители товаров и услуг находятся в состоянии борьбы за потребителей, поставщиков, партнёров и преобладающее положение на рынке» [3]. Таким образом, можно говорить о том, что конкурентная среда – это ситуация, рассматриваемая как совокупность качественных и количественных показателей субъектов, действующих на рынке, и конкурентных отношений между ними, определяющих состояние конкуренции на рынке. То есть исследование конкурентной среды основывает-

ся на количественной и качественной оценке множества показателей, характеризующих конкуренцию в целом. Рассмотрим некоторые из них.

Рыночная концентрация определяется как «средоточение экономически значимых признаков и характеристик в руках незначительного количества хозяйствующих субъектов, где аккумулируется как материальная, так и представительная власть» [4].

Среди показателей концентрации выделим:

- коэффициент концентрации – CR ,
- четырехдольный показатель концентрации,
- коэффициент Херфиндаля-Хершмана – HHI ,
- коэффициент относительной концентрации – K .

Следует отметить, что основным препятствием в применении коэффициентов концентрации является сложность оценки доли компании, что связано с недостаточной статистикой на современном рынке. Таким образом, при использовании методик измерения концентрации мы сталкиваемся с необъективными данными, вследствие чего нет возможности гарантировать объективный результат оценки.

Интенсивность (сила конкуренции) – напряжённость между соперничающими компаниями, острота борьбы, на которую в первую очередь влияют концентрация компаний, неравенство при распределении доходов, рентабельность на исследуемом рынке и т.п. [4]. То есть чем выше концентрация, сбалансированнее распределение доходов и ниже рентабельность, тем сильнее конкуренция. Ин-

тенсивность конкуренции также является важным аспектом в исследовании конкурентной среды. Под интенсивностью конкуренции следует понимать: «характер и степень противостояния конкурентов одной отрасли или на одном рынке. На конкурентную ситуацию влияют меры государственного регулирования отрасли – ограничения импорта, запреты на экспорт, установление цен и т.п., что способно как увеличить, так и уменьшить привлекательность отрасли» [5].

Рассмотрим методику оценки уровня интенсивности конкуренции на рынке в статике:

$$U_k^c = 1 - \sqrt{n \sum (Di - 1/n)^2}$$

где U_k^c – коэффициент интенсивности конкуренции на рынке в статике;

Di – доля рынка, занимаемая каждым из предприятий;

n – количество предприятий-конкурентов.

Оценка уровня динамичности конкуренции:

$$U_k^g = 1 - \sqrt{n \sum (Din - Dik)^2}$$

где U_k^g – коэффициент динамичности конкуренции на рынке;

Din, Dik – доля рынка, занимаемая каждым из предприятий соответственно в исследуемом и предшествующем периоде.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что исследование взаимосвязи показателей конкуренции в статике и динамике даёт качественную характеристику интенсивности конкуренции. В качестве инструментария используется матрица (табл. 1).

Таблица 1
Матрица качественной характеристики интенсивности конкуренции

		Степень интенсивности конкуренции в динамике	
		Высокая	Низкая
Степень интенсивности конкуренции в статике	Высокая	Повышенная степень конкуренции в реальных пределах рынка	Повышенная степень конкуренции перед переделом рынка
	Низкая	Пониженная степень конкуренции в результате передела рынка	Низкий уровень конкуренции на монополизированном рынке

Важным показателем является интенсивность конкуренции по рентабельности рынка – это соотношение спроса и предложения. Чем больше спрос превышает предложение, тем выше рентабельность. При наличии неравенства $0 < Rm < 1$ используем следующую формулу:

$$Ur = 1 - Rm$$

где Ur – коэффициент конкуренции по рентабельности;

Rm – рентабельность рынка, определяющаяся как соотношение совокупной прибыли к совокупному потенциалу.

Обобщающий показатель интенсивности конкуренции:

$$Uc = \sqrt{UrUdUt}$$

где Ur – показатель интенсивности конкуренции по рентабельности рынка;

Ud – показатель интенсивности конкуренции по долям рынка в статике;

Ut – показатель интенсивности конкуренции по темпам роста объёмов продаж.

Несмотря на такие достоинства методики оценки уровня интенсивности конкуренции, как получение данных по степени противостояния конкурентов на исследуемом рынке в количественном выражении, стоит отметить существенный недостаток, заключающийся в отсутствии реальных данных по прибыли на рынке, причиной чему является нежелание частного бизнеса открыто публиковать свои доходы.

Многие исследователи обращаются к понятию интенсивности конкуренции, которая имеет тенденцию к уменьшению при переходе рынка от двусторонней полиполии к двусторонней монополии. Но возможна ситуация, когда среди небольшого количества предприятий на узком рынке конкурентная борьба сильнее, чем на большом рынке с большим количеством участников [6].

Уровень конкуренции используется для характеристики качества конкуренции и развития рынка. Среди основных параметров оценки уровня конкуренции отметим качество товаров, уровень жизни населения, зрелость исследуемого рынка, используемые методы конкурентной борьбы. Уровень конкуренции зависит от таких факторов, как большое количество фирм-конкурентов с примерно равным распределением сил, стабильным уровнем постоянных издержек, скорости входа на рынок новых участников, стадии развития рынка и её основных участников [7]. Но данные метрики не дают нам возможности определить сам уровень конкуренции. Например, на развитом рынке с маленьким количеством фирм может быть низкий уровень конкуренции, но это же справедливо для развивающегося рынка с большим числом соперничающих компаний [8].

Для оценки уровня конкуренции и определения степени привлекательности отрасли обычно предлагается использовать модель Майкла Портера. Модель пяти сил конкуренции на рынке – «методика для анализа отраслей экономики и выработки стратегии бизнеса. Предполагает определение степени привлекательности отрасли для ведения бизнеса, позволяет прогнозировать барьеры входа на рынок и уровень рентабельности» [9]. Теория исследователя предлагает оценить конкуренцию по пяти параметрам – пяти движущим силам:

- 1) угроза со стороны товаров-заменителей;
- 2) угроза внутриотраслевой конкуренции;
- 3) угроза со стороны новых игроков;
- 4) угроза потери текущих клиентов;
- 5) угроза нестабильности поставщиков.

Сейчас многие современные авторы и бизнес-консультанты критикуют подход Майкла Портера. Например, Д. Рекли утверждает, что модель Майкла Портера не способна учесть многие аспекты бизнеса, сформировавшиеся после её разработки, характерные современному миру [10]. Модель оценки пяти сил сфокусирована на текущей ситуации и ожидаемом развитии событий, соответственно, и конкурентное преимущество основывается на укреплении позиций в рамках этих пяти факторов. Так, по мнению Д. Рекли, модель Портера нецелесообразно использовать для анализа современного бизнеса, имеющего существенные отличия от ведения бизнеса времени разработки модели, такие как Интернет и электронная коммерция, влияющие практически на все отрасли. В свою очередь современный автор Л. Даунз предлагает использовать три новые силы для оценки конкурентной среды, которые в совокупности с моделью Портера лучше иллюстрируют современный бизнес [11]. Прежде всего, это дигитализация. Современные технологии постоянно находятся в развитии, в свободном доступе появляется гораздо больше информации, чем раньше. Кроме того, предприятия из других отраслей могут оказывать влияние на конкуренцию (в качестве примера автор приводит сотрудничество Интернет-магазинов и банков). Модель Портера не охватывает эти изменения. Также Л. Даунз выделяет глобализацию как силу влияния. Предприятия осуществляют свою деятельность на глобальном рынке, где для потребителей представлен широкий выбор и множество возможностей. Даунз считает, что для разработки эффективной стратегии недостаточно позиционирования себя как лидера по цене или качеству, в современном мире основное конкурентное преимущество – это создание долговременных отношений с клиентами. Особо автор отмечает значение дерегуляции, характеризующейся снижением влияния государства (особенно в Европе и США). дерегуляция способствует обострению конкурентной ситуации, и именно она является основной силой влияния на конкурентную ситуацию.

Экономист Дэвид Найт представил литературный обзор идей Майкла Портера и сделал выводы, что эффективность рассматриваемой модели сомнительна, так как она основывается на неравномерном разделении сил, и ни одно предприятие не сможет получить конкурентное преимущество, следуя этой модели. Именно поэтому модель Портера при теоретической правильности не получила широкого применения на практике [12]. Алекс Миллер и Грегори Десс в своём труде, посвященном стратегическому

менеджменту, критикуют модель пяти сил, говоря о невозможности эмпирического доказательства [13]. Таким образом, очевидно, что многие авторы поддерживают мнение о недостаточности модели Майкла Портера и необходимости использования комплекса моделей для исследования конкурентной среды. Так, Д. Рекли говорил о невозможности использования модели Портера для анализа динамических изменений конкуренции на современном рынке и необходимости объединения с другими моделями [10]. Датский экономист Николай Фосс характеризует модель Портера как поверхностную, обосновывая это тем, что она даёт мало информации о стратегических целях предприятия [14]. В свою очередь его коллега О. Соренсен говорит, что модель включает в себя своего рода контрольные вопросы, которые разработаны для определения текущей конкурентной ситуации, степени её интенсивности, но модель нельзя использовать для точного расчёта конкуренции, она оценивает пять определённых факторов влияния [10].

Метод исследования конкурентной среды должен учитывать как анализ статистических данных, экспертную оценку, опрос потребителей и доступные маркетинговые исследования по отрасли, так и финансовые документы предприятия. Кроме того, необходимо принять во внимание целый ряд особенностей: специфику продукта, особенности сегмента, особенности маркетинговой стратегии. В условиях современного, постоянно меняющегося рынка качественное исследование конкурентной среды необходимо для обеспечения эффективного функционирования предприятий. Необходим комплексный подход, так как нет методики, учитывающей специфику отрасли, внешнюю и внутреннюю среду одновременно. Также существуют сложности в объективности проводимого анализа конкурентной среды, что связано с закрытостью и скрытностью в ведении предпринимательской деятельности.

Рассмотрим используемые в России подходы к проведению эмпирических исследований «характера, состояния и тенденций изменения конкуренции». Используемые методики можно классифицировать следующим образом [15]:

1. Оценка состояния конкурентной среды, а именно интенсивность, условия входа, деятельность органов власти и т.п.

- Методика оценки состояния конкурентной среды в РФ, разработанная Министерством экономического развития, включает в себя оценку интенсивности конкуренции, оценку состояния конкурентной среды и массовый опрос [16].

- Методика Росстата [17].

2. Анализ делового климата, а именно уровня развития конкуренции.

Исследования состояния делового климата в РФ проводятся Российским союзом промышленников и

предпринимателей (РСПП), Институтом экономики переходного периода и др.

3. Анализ делового климата без учёта оценки конкуренции.

В качестве основных инструментов выступают опросы, которые проводят общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «Опора России», аналитический центр ОАО «Банк поддержки малого и среднего предпринимательства», Институт экономической политики им. Е.Т. Гайдара, Агентство стратегических инициатив (АСИ) и др. Наиболее ярким примером можно назвать систематическое исследование предпринимательского климата РФ, которое проводит «Опора России», основываясь на опросе руководителей малого и среднего предпринимательства методом телефонного интервью [15]. Также в исследованиях, как правило, используется официальная информация Росстата, статистика федеральных ведомств, среди которых Министерство финансов РФ, Центробанк, Министерство связи РФ и др. [18].

4. Анализ состояния регионального развития (социального, политического и т.п.)

Например, рейтинговые оценки социального самочувствия народов РФ и другие исследования, проводимые фондами, учёными. Цель таких исследований определить «прямые и косвенные параметры условий для развития предпринимательства, конкуренции, среды, благоприятной для инвестиций, проживания и ведения бизнеса» [15].

Так, можно говорить о том, что в России осуществляется контроль конкуренции, но в основе этого контроля обращения предпринимателей, а не результаты исследований конкурентной среды. То есть существующий контроль направлен на урегулирование уже сложившихся ситуаций, а не на работу по предотвращению возникновения таких ситуаций.

Обратимся к зарубежному опыту исследования конкурентной среды. Прежде всего, в различных источниках говорится о проведении интервью и опросов, где значительное внимание уделяется качественной составляющей [15].

В странах Европы и США для оценки конкуренции активно используются методы, основанные на теории эффективной конкуренции [19]. Концепция эффективной конкуренции принадлежит австрийскому экономисту И. Шумпетеру. В отличие от отечественного антимонопольного законодательства, направленного «на предупреждение и пресечение монополистической деятельности» [20], «эффективная конкуренция» успешно взаимодействует с «эффективной монополией». Данному взаимодействию характерен процесс нововведений и новаторства предпринимателей. Нововведения, по Шумпетеру, – это основа конкуренции нового типа, открывающая возможность изменять технологию производства,

продукцию и даже самую экономическую среду, влияя на взаимоотношения между субъектами рынка, спрос, издержки и цены [21].

Барьеры входа являются главным критерием оценки и определяющим фактором уровня конкуренции в отрасли [21]. Это связано с рядом рисков при входах компании на новый рынок. В качестве основных барьеров различают [22]:

1) ограниченность информации – влияет на выбор и налаживание контактов на новом рынке;

2) институциональное расстояние – отличие институтов на «домашнем» рынке и рынке, на который планируется войти;

3) властное расстояние – степень децентрализации полномочий власти как части ведения бизнеса;

4) культурное расстояние – разница в обычаях и традициях;

5) психологическое расстояние;

6) недостаточность самофинансирования;

7) безвозвратные расходы, необходимые для входа на новый рынок.

Стоит отметить, что вход новых предприятий на рынок является одним из ключевых показателей деловой активности. В это же время выход предприятий важно учитывать для объективной оценки рыночной ситуации в целом.

В качестве статистических показателей барьеров входа и выхода можно указать следующие индикаторы:

• норма выхода = количество вошедших фирм / общее число фирм × 100 %

• норма проникновения новых фирм = объём выпуска вошедших фирм / отраслевой выпуск (новые и старые) × 100 %

• норма выхода = количество вышедших фирм / количество оставшихся фирм × 100 %

Также используется показатель выживания фирм на рынке, оценивающийся как доля оставшихся фирм, которые вошли на него в определённый период времени. Такую оценку получают на основе анализа слияний фирм, поглощения фирм, банкротств:

процент выживаемости = количество вошедших фирм / количество оставшихся фирм × 100 %

Барьеры способствуют укреплению монополярной власти и увеличению прибыли фирм, которые давно осуществляют свою деятельность на определённом рынке.

Состояние рыночной конкуренции часто оценивают на основе итогов работы фирм, что связано с рыночной властью. Индекс Лернера, отображающий соотношение цены и предельных издержек, является основной методики оценки рыночной власти [23]:

$$L = \frac{P - MC}{P}$$

где P – цена;

MC – предельные издержки.

В качестве основных методик оценки конкурентной среды на рынках Европы рассматриваются такие методики, как оценка структуры рынка, измерение концентрации с помощью коэффициента концентрации (CR) и коэффициента Херфиндаля–Хершмана, а также исследование конкурентного поведения отдельных взятых фирм – представителей исследуемого рынка [24]. Такого же взгляда на используемые методики оценки конкурентной среды придерживаются исследователи в США [25].

Таким образом, можно сделать следующие выводы. В Российской Федерации в основе исследований конкурентной среды находятся измерения по показателям, предложенным службами Минэкономразвития и Росстата, и опросы, проводимые частными и общественными организациями. В то время как в странах Европейского союза (Европейская комиссия) и США (Антитрестовский отдел Министерства юстиции США, Федеральная торговая комиссия, Верховный суд США) [26] в первую очередь проводят комплексную оценку конкурентной среды рынка (в основном: индекс Херфиндаля–Хершмана, оценка концентрации конкуренции) и на основе полученных результатов принимают решения в области регулирования конкуренции.

Литература:

- Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
- Александрова Ю.Л. Современное содержание механизма конкуренции // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 1 (21). – С. 82-87.
- Анализ конкурентной среды. – URL: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/analiz-konkurentnoy-sredy.html> (дата обращения 21.04.2018).
- Антимонопольное управление. – URL: http://213.182.177.142/kafedr/30.Ekonomicheskoi_bezopasnosti_i_YSEP/АНТИМОНОПОЛЬНОЕ%20УПРАВЛЕНИЕ/Obayzatelnie_elementy/Rabochie%20lekcii/Тема%203/index.html (дата обращения 20.03.2018).
- Большой экономический словарь: 26500 терминов / Под ред. А.Н.Азрилиян. – 7-е изд. доп и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2012. – 1472 с.
- Светульников С.Г. Методы маркетинговых исследований. – СПб.: Изд-во ДНК, 2004. – 349 с.
- Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: учебное пособие / Под ред. А.А. Есютина и Е.В. Карповой. – М.: Кнорус, 2007. – 424 с.
- Тимирьянова В.М. Сила и уровень конкуренции // Российское предпринимательство. – 2008. – Том 9. – № 3. – С. 52-55.
- Анализ Пяти сил Портера. – URL: <http://edumarket.ru/glossary/marketing/5/> (дата обращения: 12.03.2018).
- Recklis D. Beyond Porter A Critique of the Critique of Porter // themanager.org URL: <http://www.themanager.org/2015/11/critique-of-porter> (дата обращения: 19.02.18).
- Downes L. Beyond Porter. – URL: <http://www.mbatools.co.uk/Articles/BeyondPorter.pdf> (дата обращения: 19.02.18).
- Knights D. Changing spaces: the disruptive impact of a new epistemological location for the study of management // Academy of Management Review. – 1992. – № 17 (3). – P. 514-536.
- Miller A., Dess G. Assessing Porter's model in terms of its generalizability and simplicity // Journal of Management Studies. – 1993. – № 70(4). – P. 553-585.
- Foss N.J. Research n Strategy, Economics, and Michael Porter // Journal of Management Studies. – 1996. – Vol. 33, № 1. – P. 1-24.
- Князева И.В., Чирихин С.Н., Бондаренко И.В. Эмпирические методы оценки состояния конкурентной среды в Российской Федерации: характеристика и методологический комментарий // ЭТАП. – 2014. – № 3. – С. 53-71.
- Приказ министерства экономического развития Российской Федерации от 4 апреля 2011 г. № 137 «Об утверждении методики определения основных показателей и критериев оценки состояния конкурентной среды». – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55071063/> (дата обращения: 15.03.2018).
- Методика Росстата. – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70226484/> (дата обращения: 10.03.2018).
- Инвестиционные рейтинги регионов России. – URL: <https://raexpert.ru/ratings/regions/> (дата обращения: 30.03.2018).
- Анализ Рынка и конкуренции. – URL: <https://znaytovar.ru/s/Analiz-rynka-i-konkurencii.html> (дата обращения: 15.03.2018).
- Федеральный закон от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ (ред. от 23.04.2018) «О защите конкуренции» – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=296561&rnd=4ED301FA043049EA38E7AFED6787D8A2&from=221428-49#02297670368735827> (дата обращения: 25.04.2018).
- Теория эффективной конкуренции. – URL: <http://lib.sale/uchebnik-politicheskaya-ekonomiya/teoriya-effektivnoy-konkurencii-51082.html> (дата обращения: 30.03.2018).

22. Анализ оценки барьеров входа и выхода на мировой товарный рынок // Электронный научно-практический журнал «Экономика и менеджмент инновационных технологий». – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2015/03/7682> (дата обращения 15.03.2018).
23. Assessing the Competitive Behaviour of Firms in the Single Market: A Micro-based Approach. European Union, 2010 // European Commission. – URL: http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/economic_paper/2010/pdf/ecp409_en.pdf (дата обращения 2.04.2018).
24. Quantitative Methods in Competition Analysis // Fakulta hospodárskej informatiky. – URL: <http://www.fhi.sk/files/katedry/kove/ssov/VKOX/Strakova.pdf> (дата обращения: 10.04.2018).
25. Measuring competition intensity and product differentiation: evidence from the airline industry. 30 June, 2016 // National Graduate Institute for Policy Studies (GRIPS). – URL: http://www3.grips.ac.jp/~econseminar/seminar2016/BDT_draft_2016-06-27_BM_Japan (дата обращения: 12.04.2018).
26. Антимонопольная политика США. – URL: <https://utmagazine.ru/posts/8352-antimonopolnaya-politika-ssha> (дата обращения: 12.04.2018).

Experience of Research into the Competitive Environment in Russia and Abroad

K.R. Nurgalijeva
Immanuel Kant Baltic Federal University

The research of the competitive environment is based on the quantitative and qualitative assessment of the set of indicators characterizing competition in general. In order to control the competitive environment it is necessary to have methods for measuring competition. In Russia, it is common to use complaints by entrepreneurs about inappropriate competitive conditions. In foreign experience, an important role is given to conducting interviews and surveys.

Key words: competition, competitive environment, methods of measurement, competitive struggle, marketing research.

