

ДИАГНОСТИКА СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

С. Н. Чирихин

В статье критически анализируются сложившиеся подходы к оценке состояния конкурентной среды на товарных рынках. В целях устранения отмеченных недостатков предлагается оригинальный метод диагностики интенсивности конкуренции, основанный на анализе частоты смены покупателями продавцов. Данный подход обладает рядом преимуществ, среди которых можно назвать высокую информативность, соответствие действующей нормативной базе, технологичность, синтетичность и пр. Приведены результаты апробации предложенного подхода на рынках услуг сотовой связи и первичной переработки нефти.

Формирование конкурентных отношений в настоящее время в России идет достаточно противоречиво — с одной стороны, в данном деле присутствуют положительные тенденции, с другой стороны, достаточно очевидно наличие весьма серьезных проблем. Без сомнения есть свидетельства успешной реализации данной задачи:

- 1) рост числа хозяйствующих субъектов (в том числе малых предприятий);
- 2) уменьшение степени монополизированности экономики;
- 3) снижение барьеров входа на рынок, прежде всего за счет развития рыночной инфраструктуры;
- 4) расширение географических границ рынков;
- 5) либерализация внешнеторгового режима;
- 6) проведение реформы отраслей естественных монополий;
- 7) развитие биржевой торговли.

Вместе с тем продолжают активным образом показывать себя следующие угрозы конкуренции:

- 1) сохраняющаяся значительность административных барьеров, в том числе — за счет высокого уровня коррупции государственного аппарата;

2) отставание темпов развития производственной и финансовой инфраструктуры рынков от нужд экономики;

3) наличие в целом по экономике тенденции усиления экономической концентрации;

4) продолжающаяся интенсивная монополистическая деятельность субъектов естественных монополий;

5) прогрессирующая картелизация рынков;

6) отсутствие абсолютного принятия ценности конкуренции и в обществе, и в бизнес-среде [3, с. 4];

7) продолжающееся избыточное присутствие государства в экономике, причем с явными признаками неэффективности такого присутствия [7, с. 7].

Свидетельством проявления данных угроз могут служить:

1) имеющиеся на потребительском отечественном рынке неспровоцированные внешними обстоятельствами значительные ценовые колебания, а на локальном уровне — всплески возникновения дефицита;

2) резкий рост нарушений антимонопольного законодательства в последние годы, особенно — в сфере функционирования государственных и муниципальных органов, а также соглашений и согласованных действий участников рынка, ограничивающих конкуренцию;

3) низкая унификация реализации административных процедур, прохождение которых необходимо при ведении бизнеса;

4) отсутствие значимых качественных изменений состояния конкуренции на рынках естественных монополий;

5) продолжающееся отставание развития сферы малого предпринимательства по сравнению со странами Запада;

6) низкая инновационная активность субъектов хозяйствования.

На основании изложенного встает вопрос об итоговой оценке тенденций изменения состояния конкурентной среды, которая в том числе характеризует результативность принимаемых государством усилий в деле проведения конкурентной политики. Для достижения данной цели необходимо наличие соответствующего диагностического аппарата, который мог бы с высокой степенью достоверности и полноты давать необходимые оценки. В. В. Путин считает данную задачу одной из приоритетных в деле развития конкуренции: «Необходимо объективно оценить состояние конкуренции в стране, чтобы иметь возможность принимать взвешенное решение по вопросам, чувствительным для участников рынка» [7, с. 6].

В связи с отмеченным целью данной статьи является рассмотрение сложившихся подходов к оценке состояния конкурентной среды на товарных рынках, их критический анализ, на основании чего — обоснование и апробация оригинального подхода к оценке интенсивности конкуренции.

Сегодня для оценки состояния конкурентной среды на рынках наибольшее распространение получили показатели, основанные на использовании критериев экономической концентрации. Основанием для использования таких критериев в данных целях является зависимость способности предприятия в соответствии с масштабами своего присутствия на рынке влиять на рыночные процессы, измерителем которых служит рыночная доля предприятия.

В настоящее время антимонопольными органами официально используются два показателя, в основе использования которых лежит расчет такой доли — коэффициент рыночной концентрации и индекс Герфиндаля — Гиршмана. При этом доли предприятий в продажах на рынке могут быть рассчитаны исходя из стоимостных или физических показателей.

1. Коэффициент рыночной концентрации ($CR-N$) определяется как сумма долей несколь-

Таблица 1

Определение типа рынка в зависимости от значения коэффициента рыночной концентрации

Значения коэффициента рыночной концентрации, %	Рынок высокой концентрации	Рынок умеренной концентрации	Рынок низкой концентрации
От 70 до 100%	+		
От 45 до 70%		+	
Менее 45%			+

Источник: составлено автором.

ких (N) наиболее крупных участников рынка. На практике обычно используется $N = 3$, хотя теоретически возможно проведение анализа рынка с использованием коэффициентов $CR-4$, $CR-6$ или $CR-8$. При определении данных коэффициентов реализуется возможность нахождения состава доминирующих предприятий и (или) возможных участников предполагаемого картеля.

В зависимости от конкретного значения $CR-N$ определяется тип рынка в соответствии с данными табл. 1.

Недостаток данного показателя заключается в его невысокой информативности, потому что он может иметь абсолютно одинаковое значение для совершенно разных рыночных ситуаций с точки зрения состояния конкуренции. Например, он будет иметь одно и то же значение 75% для олигопольного рынка с четырьмя продавцами и абсолютно равной их долей и для монополизированного рынка с долей доминирующего предприятия 73% и 27 другими участниками с равными долями по 1%. Совершенно очевидно, что второй тип рынка имеет меньший уровень развития конкуренции с точки зрения экономической концентрации, поскольку он полностью находится под контролем доминирующего предприятия.

2) Индекс Герфиндаля — Гиршмана рассчитывается как сумма квадратов долей всех участников рынка:

$$HHI = \sum_{i=1}^N D_i^2.$$

В данной формуле значение N показывает количество всех участников рынка.

С увеличением концентрации, то есть с увеличением риска возникновения антиконкурентного сговора и доминирующего положения, значение данного индекса увеличивается. Максимальное значение индекса имеет 10000, оно соответствует наличию на рынке одного

Таблица 2

Определение типа рынка в зависимости от значения индекса Герфиндаля — Гиршмана

Значение индекса Герфиндаля — Гиршмана	Рынок высокой концентрации	Рынок умеренной концентрации	Рынок низкой концентрации
От 2000 до 10000	+		
От 1000 до 2000		+	
Менее 1000			+

Источник: составлено автором.

продавца с долей 100%. Чем в большей степени развита конкуренция на рынке, тем значение индекса меньше.

В зависимости от конкретного значения *НИИ* определяется тип рынка в соответствии с таблицей 2.

Особенностью данного показателя является использование значения рыночных долей всех участников рынка, тогда как коэффициент рыночной концентрации рассчитывается на базе нескольких долей наиболее крупных продавцов.

НИИ свободен от вышеупомянутых недостатков коэффициента рыночной концентрации, поскольку процедура возведения в квадрат значений долей участников рынка приводит к получению различных значений *НИИ* для отличающихся ситуаций состояния конкуренции. В частности, в вышеописанной ситуации, характеризующей недостатки коэффициента рыночной концентрации, значения индекса Герфиндаля — Гиршмана различны для указанных рыночных структур, причем данный индекс имеет большее значение для рынка с доминирующим предприятием (для олигопольного рынка $НИИ = 1875$, для рынка с доминирующим предприятием — 5331). Рассмотрение аналогичных примеров дает такие же результаты.

В целях повышения качества результатов исследования возможно совместное использование коэффициента рыночной концентрации и индекса Герфиндаля — Гиршмана.

Помимо указанных двух показателей экономической концентрации, с помощью которых характеризуется уровень развития конкуренции на товарном рынке, относятся индекс Линда, индекс Розенблюта, индекс Джини, дисперсия логарифмов рыночных долей и пр.

Перечисленные показатели оценки состояния конкурентной среды имеют общие существенные недостатки и не могут быть использо-

ваны в качестве единственных инструментов диагностики, однозначно характеризующих состояние конкуренции на товарном рынке, по следующим причинам:

1) указанные показатели жестко фиксируют пороговое значение, в сравнении с которым определяется тип рынка с точки зрения развития конкуренции. Представляется, что такое жесткое определение, не отражающее конкретную специфику, не учитывает всех особенностей реальных ситуаций на рынках;

2) данные критерии не позволяют оценить наличие и величину барьеров входа на рынки и их влияние на состояние конкуренции (низкие барьеры позволяют эффективно блокировать антиконкурентную практику участников самых высококонцентрированных рынков);

3) описанные критерии не позволяют провести оценку возможности наличия антиконкурентного сговора участников рынка. Распространенная точка зрения на то, что вероятность возникновения таких сговоров прямо пропорциональна уровню концентрации (см., например, [2, 10]), на наш взгляд, не соответствует действительности. В частности, фактором, в большей степени способствующим возникновению сговоров по сравнению с высокой концентрацией, в российских экономических условиях является деятельность отраслевых союзов, ассоциаций и других предпринимательских объединений. Трудно предположить, что в ходе проводимых в их рамках встреч участники не координируют свою политику, а распространение таких объединений в настоящее время приобрело массовый характер в российской экономике.

К отмеченному следует добавить, что имеющаяся российская практика показывает, что интенсивный рост цен за короткий период без какого-либо обоснования происходит на относительно низко или умеренно концентрированных рынках с точки зрения применения указанных показателей (например, рынки жидкого моторного топлива, лекарственных средств, продовольственных товаров). Иное объяснение этим явлениям, кроме монополистической деятельности участников рынка, для данных ситуаций трудно предложить. В этой связи очевидно, что спектр применяемых показателей для оценки состояния конкурентной среды должен быть изменен и расширен.

В целях устранения отмеченных недостатков в качестве инструмента оценки интенсивности конкуренции на рынке предлагается использовать показатели, характеризующие интенсивность смены покупателями продав-

цов. Действительно, такая смена возрастает вследствие проведения конкурентами рекламных акций, снижения цен и применения прочих инструментов конкурентной борьбы. Привлечение новых покупателей является конечной целью конкурентной стратегии любого предприятия.

Данный подход находится в полном соответствии с действующей нормативной базой. Так, ФЗ «О защите конкуренции» определяет конкуренцию как «соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке». То есть, иными словами, при совершении односторонних произвольных действий каким-либо участником рынка на конкурентном рынке покупатели имеют возможность переключиться на приобретение необходимых им товаров у конкурентов, в то время как на рынках с недостаточной конкуренцией у них такие возможности ограничены (в результате согласованной политики участников рынка или доминирующего их положения переключения клиентов к другим продавцам происходят реже и в меньших масштабах). В результате такого переключения на конкурентных рынках объемы продаж игроков, допустивших отток клиентов, относительно или абсолютно снижаются, что заставляет их вносить коррективы в свои действия на рынке с целью возврата клиентов, а также привлечения новых.

В качестве указанных показателей могут использоваться динамика долей участников рынка, вариативность долей участников рынка, динамика разброса долей участников рынка VD_1 , коэффициент вариации изменения долей участников рынков, процент покупателей — участников рынка, изменивших за период анализа своего продавца, и мгновенная скорость суммы изменения долей участников рынка.

1. Динамика долей участников рынка:

$$VD = \sum_{i=1}^N \Delta D_i,$$

где ΔD_i — изменение за период анализа доли i -го участника рынка; N — количество участников рынка.

Возможность использования данного показателя основывается на том, что результатом успеха участника рынка в конкурентной борьбе является переманивание клиентов кон-

курентов более выгодными условиями (например, пониженными ценами), в результате чего его доля на рынке должна вырасти при соответствующем сокращении совокупной доли конкурентов.

При согласованной политике участников рынка их доли на рынке меняются не так значительно, при этом данный показатель при жестком разделе рынка (абсолютно антиконкурентная практика) будет стремиться к 0. При интенсивной конкуренции доли участников рынка будут постоянно колебаться, данные колебания будут иметь тем большее значение, чем более интенсивно протекает конкурентная борьба участников (проводятся акции, в том числе ценовые, предоставляются скидки и пр., что приводит к попеременному переключению покупателей от продавца к продавцу и соответствующей высокой волатильности динамики долей конкурентов). Таким образом, максимальное значение данного показателя соответствует ситуации наибольшей мобильности клиентов, когда те интенсивно меняют продавцов в результате проведения ими мероприятий по привлечению клиентов. Такая мобильность свидетельствует об интенсификации борьбы продавцов за покупателя и характеризует наиболее выгодную позицию покупателя, обеспечивая его максимальной свободой выбора.

При резком уменьшении данного показателя после какого-либо момента времени можно предположить возникновение картеля на рынке.

Приведенный выше показатель имеет различные значения в зависимости от продолжительности периода анализа. Целесообразно в качестве такого периода брать год — как правило, на рынке за этот период происходят достаточно существенные изменения с учетом сезонности спроса и предложения.

2. Вариативность долей участников рынка:

$$VD = \sum_{\Delta t} \sum_{i=1}^N \Delta D_i.$$

Данный показатель, принципиально не отличаясь от предыдущего, в лучшей степени характеризует соперничество участников рынка, чем ранее представленный VD , так как показывает динамичность их долей в ходе конкурентной борьбы. Отличие данного показателя от VD можно показать на примере, представленном на рис. 1.

Пример рисунка 1 представлен для одного участника рынка с динамикой его доли на рынке D_i . В течение рассматриваемого периода

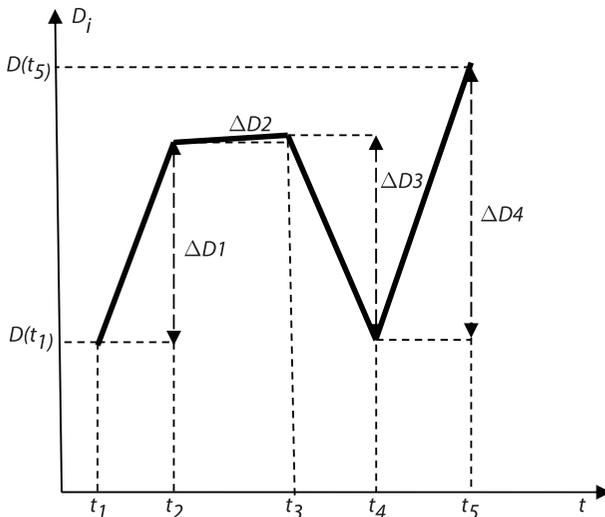


Рис. 1. Пример определения показателя интенсивности конкуренции VVD (составлено автором)

от момента времени t_1 до момента времени t_5 доля участника рынка определялась 5 раз, в результате чего для данного участника показатель VVD_i будет равен сумме $\Delta D_1, \Delta D_2, \Delta D_3, \Delta D_4$. Если просуммировать полученные таким образом значения VVD_i для всех участников рынка, то в результате получится окончательный результат VVD для всего рынка. Отметим, что рассчитанный для данного участника показатель VD_i будет иметь существенно меньшее значение и будет равен разнице между представленными на рисунке значениями $D(t_5)$ и $D(t_1)$.

Очевидно, что показатель VVD будет иметь тем большее значение, чем масштабнее будут действия участников рынка по переманиванию клиентов и чем чаще такие акции будут проводиться. Графически это будет выглядеть, соответственно, в виде увеличения размаха (длины отрезков) ломаной D_i и частоты перегибов этой линии.

3. Динамика разброса долей участников рынка VD_1 :

$$VD_1 = D_1 - D_2,$$

$$D_1 = D_{1\max} - D_{1\min},$$

где $D_{1\max}$ — наибольшая доля участника рынка на начало периода исследования; $D_{1\min}$ — наименьшая доля участника рынка на начало периода исследования.

$$D_2 = D_{2\max} - D_{2\min},$$

где $D_{2\max}$ — наибольшая доля участника рынка на конец периода исследования; $D_{2\min}$ — наименьшая доля участника рынка на конец периода исследования.

При значительных объемах покупателей, переходящих на обслуживание от продавца к продавцу в результате их конкурентной борьбы, доли участников рынка претерпевают существенные изменения, при достижении ими договоренностей в какой-либо форме или наличии предприятия, контролирующего рынок, данные изменения стагнируют. Таким образом, уменьшение предложенного показателя будет служить свидетельством снижения интенсивности конкуренции на рынке, его рост — о наличии процессов интенсификации конкурентной борьбы.

4. Коэффициент вариации изменения долей участников рынков:

$$V_d = (\sigma(\Delta D)) / \Delta D_{\text{cp}} = \frac{\sqrt{(1/n) \sum_{i=1}^N (\Delta D_i - \Delta D_{\text{cp}})^2}}{\Delta D_{\text{cp}}},$$

$$\text{где } \Delta D_{\text{cp}} = \frac{\sum_{i=1}^N \Delta D_i}{N}.$$

Данный показатель аналогичен предыдущему по своей сущности, но более информативен, однако более сложен для вычисления.

5. Процент покупателей — участников рынка, изменивших за период анализа своего продавца. Естественно, чем больше покупателей такую смену произведет, тем выше перетоки покупателей от одного продавца к другому, тем интенсивнее конкуренция. Точные вычисления данного показателя затруднены из-за трудности сбора необходимой достоверной информации.

6. Мгновенная скорость суммы изменения долей участников рынка:

$$d_D = \frac{d \sum_{i=1}^N \Delta D_i}{dt},$$

где ΔD_i — изменение доли i -го участника рынка; N — количество участников рынка.

Данный показатель является развитием первого из предложенных выше. Он отражает темпы смены покупателями своих продавцов в ходе их конкурентной борьбы за клиентов. Чем более «пилообразен» график суммы изменения долей участников рынка в течение периода анализа, тем больше значение данного показателя, чем более график плавный — тем меньше это значение. Данный показатель, безусловно, самый информативный из всех предложенных, но он сложен для вычисления, поскольку требует для своего расчета большого количества данных для нахождения аналитического вы-

ражения суммы изменения долей участников рынка с последующим дифференцированием этого выражения и на практике может быть получен только оценочно, с некоторым приближением. К тому же его использование предполагает непрерывность и дифференцируемость функции суммы изменения долей участников рынка. Поэтому данный показатель имеет исключительно теоретическую ценность.

На наш взгляд, наиболее информативен и технологичен первый из представленных показателей. Он обладает рядом достоинств:

1) учет активности конкурентов в борьбе за покупателя — при проведении рекламных кампаний, снижении цен, внесении модификаций в продукцию и использовании прочих инструментов конкурентной борьбы перетоки покупателей от одного участника рынка к другому возрастают, что, соответственно, увеличивает его значение;

2) учет картельной деятельности конкурентов — при проведении ими согласованных действий значение показателя существенно снижается;

3) учет повышения или понижения барьеров входа на рынок — при снижении барьеров на рынке появляется достаточно большое количество новичков, и значение показателя возрастает (верно и обратное утверждение);

4) технологичность — расчет данного показателя достаточно прост;

5) синтетичность — предлагаемый показатель характеризует не только ситуацию на рынке в статике, но и его динамику, характеризующую взаимодействие участников рынка;

6) преемственность — данный показатель можно считать дальнейшим развитием ранее упомянутого индекса Герфиндаля — Гиршмана, учитывающим дополнительно аспекты поведения участников рынка;

7) возможность проведения с его помощью межрыночных сравнений, поскольку он имеет численную природу; на основании полученных пар его значений для различных рынков можно, например, утверждать, что «определенный рынок в три раза конкурентнее другого».

Для предложенного показателя возможно использование ряда его модификаций:

$$1) VD2 = \frac{\sum_{i=1}^N \Delta D_i}{2}.$$

Данный показатель принципиально не отличается от предложенного ранее VD , разница лишь только в том, что он учитывает то, что в базовом показателе каждое изменение доли

конкурента учитывается дважды — любое увеличение доли участника рынка означает точно такую же по величине потерю доли конкурентами;

2) сумма долей новых участников рынка.

$$DN = \sum_{ni=1}^N D_{ni},$$

где D_{ni} — доля i -го новичка рынка; N — количество новичков рынка.

Данный показатель менее информативен, чем базовый, поскольку не учитывает конкуренцию между «старожилами» рынка, однако для оценки преодолемости барьеров входа на рынки и для некоторых других частных исследований он может быть использован наравне или вместо базового.

Для апробации предлагаемого подхода рассмотрим телекоммуникационный рынок. В настоящее время, согласно экспертным оценкам, данный рынок является одним из самых конкурентных (см., например, Конкурентная политика. 2011. №8. С. 2, 9, 13).

Качественное рассмотрение состояния дел в отрасли (например, на базе анализа Министерства экономического развития — см. Конкурентная политика. 2011. №8) позволяет сделать следующие выводы:

1) на рынке наблюдается интенсивный научно-технический прогресс;

2) ассортимент предлагаемых пользователю услуг постоянно растет и обновляется;

3) объем продаж в целом по отрасли увеличивается;

4) цены имеют ярко выраженную понижающую тенденцию;

5) на рынке появляются новые участники;

6) наблюдается неустойчивая тенденция к усилению концентрации.

Все это заставляет уверенно говорить о наличии развитой конкурентной среды на рынке (за исключением последнего из указанных пунктов, однако данная тенденция проявляет себя незначительно).

Рассмотрим теперь применение предлагаемого подхода к анализу интенсивности конкуренции с помощью показателя динамики доли рынка к рынку сотовой связи, как к представителю отрасли, и оценим соответствие полученных результатов проведенному качественному анализу.

На рис. 2 приведена в графическом виде динамика показателя экономической концентрации за анализируемый период и предложенного показателя интенсивности конкуренции VD .

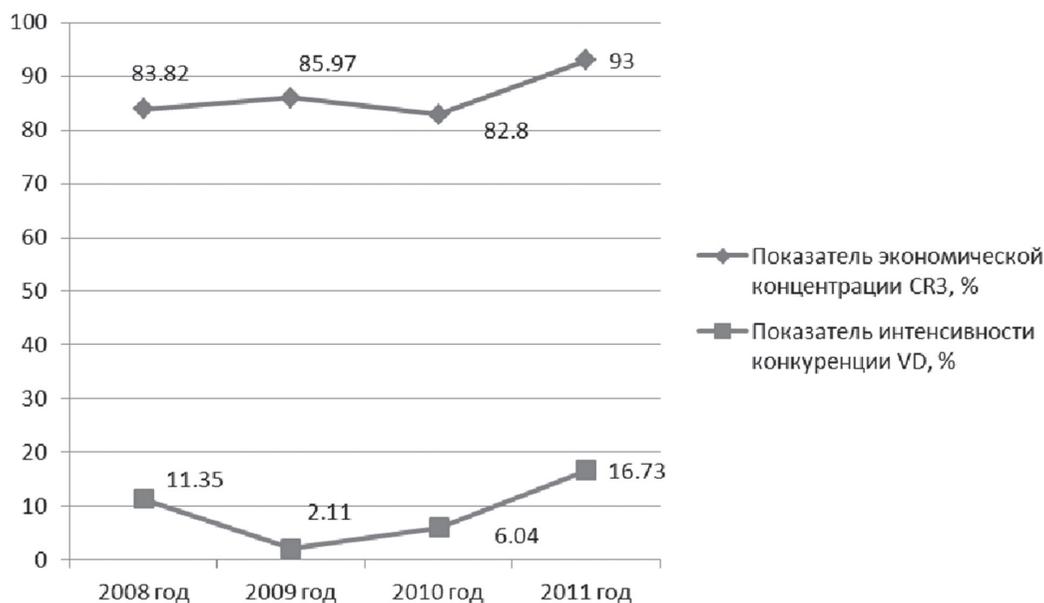


Рис. 2. Динамика показателя экономической концентрации и предложенного показателя интенсивности конкуренции (составлено автором на основании данных J'son&Partners Consulting и AC&M Consulting)

Напомним, что согласно сложившимся подходам степень конкуренции считается тем выше, чем меньше экономическая концентрация. Предлагаемый показатель интенсивности конкуренции обладает противоположным свойством, показывая усиление конкуренции посредством увеличения своего значения и наоборот.

Как видно из рисунка, сравниваемые показатели при своем применении к анализируемому периоду показывают различные тенденции. Если взять за точку отсчета 2008 г., то в 2009 г. согласно показателю экономической концентрации степень конкуренции изменилась в незначительной мере, в то время как показатель интенсивности конкуренции подтверждает ее существенное падение. По отношению к 2010 г. оба показателя характеризуют одинаковую тенденцию усиления конкуренции, а вот в отношении 2011 г. их интерпретации радикально расходятся: при существенном усилении экономической концентрации (ослаблении степени конкуренции) показатель интенсивности конкуренции показывает ее значительное усиление, что соответствует результатам вышеприведенного анализа.

Отметим, что согласно принятой классификации анализируемый рынок услуг сотовой связи относится к рынку с высокой степенью концентрации (см. табл. 1), что однозначно оценивается как неблагоприятный фактор, свидетельствующий в пользу неразвитой конкуренции. Данный результат находится в коренном противоречии с ранее полученными выводами о состоянии конкуренции на данном

рынке, в том числе экспертными, и свидетельствует в пользу применения предлагаемого подхода для оценки интенсивности конкуренции.

В качестве второго объекта для проведения апробации предлагаемого подхода выберем отрасль нефтепродуктообеспечения. Качественный анализ ситуации позволяет вскрыть следующие особенности положения дел в отрасли, представляющие интерес с точки зрения проводимого рассмотрения:

1. Отставание технического развития от мирового уровня увеличивается (глубина переработки нефти, один из основных показателей технического прогресса, за последние годы на отечественных заводах практически стагнирует на уровне примерно 73% при мировых значениях 92% [9].

2. Серьезная инвестиционная деятельность предприятий низка (большинство современных нефтеперерабатывающих заводов было построено в 40–60-х гг. прошлого века).

3. Качество продукции отрасли остается стабильно низким по сравнению с мировыми стандартами (происходит постоянный перенос сроков полного перехода отрасли на выпуск жидкого моторного топлива по стандартам «Евро-3» и «Евро-4» при запланированном переходе Европы к стандарту «Евро-6» в 2015 г.).

4. На отраслевых рынках наблюдается нестабильная ценовая ситуация и периодическое возникновение ситуаций дефицита, цены демонстрируют выраженную повышательную тенденцию.

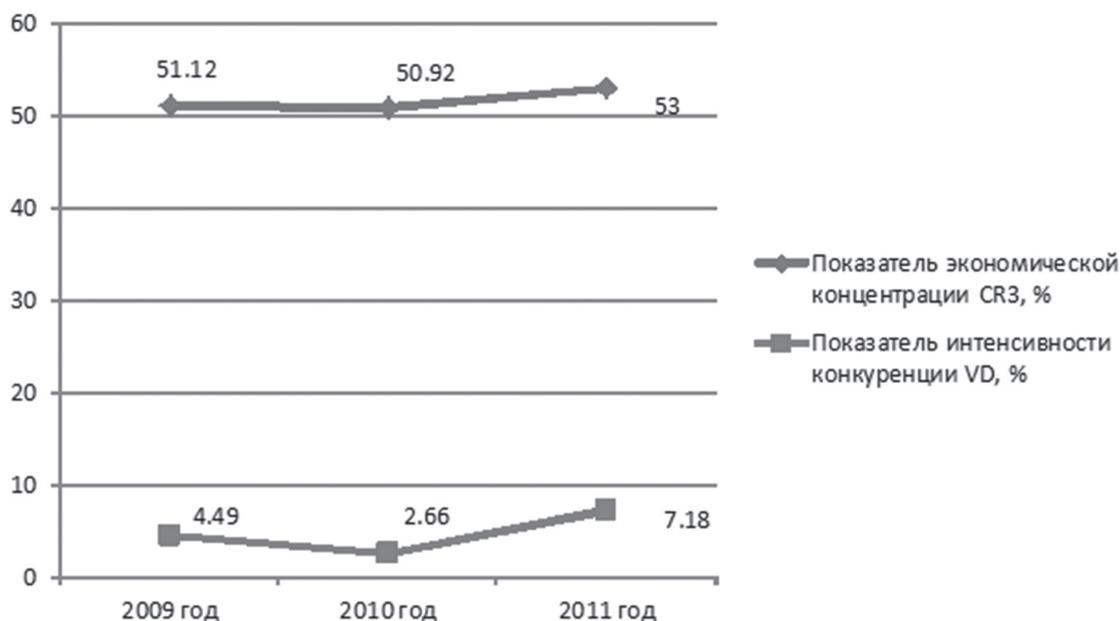


Рис. 3. Динамика показателя экономической концентрации и предложенного показателя интенсивности конкуренции VD по рынку первичной переработки нефти (составлено автором на базе данных Центра экономических исследований «РИА – Аналитика»)

5. На рынке появляются новые игроки, однако лидеры отрасли в целом сохраняются.

6. На рынках отрасли фиксируется достаточно большое количество нарушений антимонопольного законодательства (так называемые «три волны» антимонопольных расследований, последняя из которых имела место в 2011 г.).

В целом приведенные выводы свидетельствуют в пользу наличия неразвитой конкуренции на рынке (прямое свидетельство — масштаб и количество дел по поводу нарушения основными участниками рынка антимонопольного законодательства). Данному заключению может противоречить разве только появление на рынке новых его участников, однако масштабы их деятельности незначительны, в целом структура рынка стагнирует.

После проведения качественного анализа состояния отрасли рассмотрим теперь применение предлагаемого подхода к анализу интенсивности конкуренции с помощью показателя динамики доли рынка к рынку услуг первичной переработки нефти как представителя отрасли и оценим соответствие полученных результатов проведенному качественному анализу.

На рис. 3 приведена в графическом виде динамика показателя экономической концентрации за анализируемый период и предложенного автором показателя интенсивности конкуренции по исследуемому рынку.

Как видно из рисунка, сравниваемые показатели при своем применении к анализи-

руемому периоду показывают различные тенденции. Для 2010 г. показатель экономической концентрации определяет ее небольшое ослабление (что соответствует тенденции незначительного усиления конкуренции), а показатель интенсивности конкуренции — снижение уровня конкуренции. Также с разных позиций применяемые показатели оценивают 2011 г., когда экономическая концентрация несущественно выросла, а интенсивность конкуренции усилилась. В основном это связано с агрессивной политикой ОАО «Газпромнефть».

Отметим, что согласно принятой классификации, анализируемый рынок услуг первичной переработки нефти относится к рынку с умеренной степенью концентрации (см. табл. 1), что соответствует выводу о наличии существенных конкурентных процессов на рынке. Однако данный результат находится в коренном противоречии с ранее полученными выводами о неблагоприятном состоянии конкуренции на отраслевых рынках и свидетельствует в пользу применения предлагаемого подхода для оценки интенсивности конкуренции.

Если сравнивать по коэффициенту рыночной концентрации и предложенному показателю уровни развития конкуренции на рынках сотовой связи и услуг первичной переработки нефти, то можно отметить, что для анализируемого периода последних трех лет коэффициент рыночной концентрации дает для рынка сотовой связи среднее значение 87,26%, что однозначно можно трактовать как признак не-

развитой конкуренции, в то время как этот же показатель для рынка услуг первичной переработки нефти дает значение 51,68%, показывая лучшее состояние конкуренции по сравнению с рынком сотовой связи. Очевидно, что такой вывод находится в полном противоречии с результатами ранее выполненного качественного анализа.

Использование предлагаемого показателя интенсивности конкуренции дает выводы, полностью согласующиеся с результатами проведенного качественного анализа, — для рынка сотовой связи он дает примерно вдвое большее значение, чем для рынка первичной нефтепереработки (8,29 и 4,78% соответственно). На данном основании можно утверждать, что с точки зрения применения данного показателя степень конкуренции на рынке сотовой связи в 1,7 раза выше, чем на рынке первичной переработки нефти.

Приведем еще один пример, демонстрирующий несомненные преимущества предлагаемого подхода. При анализе динамики состояния конкурентной среды на оптовом рынке молока питьевого пастеризованного 2,5-процентной жирности в Новосибирской области территориальным управлением антимонопольного органа установлено, что в 1998 г. индекс CR3 имел значение 71,6%, доминирующее предприятие занимало долю на рынке 33,4% [8, с. 63]. В 2010 г. данный индекс существенно изменил свое значение до уровня 75,37%, доминирующее предприятие имело свою долю 34,44%. Таким образом, с точки зрения показателя экономической концентрации рынок является высококонцентрированным с неразвитой конкуренцией и наличием доминирующего хозяйствующего субъекта. Однако особенность ситуации состоит в том, что за анализируемый период с 1998 по 2010 гг. ранее доминирующее предприятие ОАО «Альбумин» полностью ушло с рынка, допустив ряд маркетинговых ошибок, а в 2010 году его место в статусе доминанта рынка заняло «Сибирское молоко» — филиал ОАО «Вимм-Билль-Данн». Таким образом, применение классического показателя экономической концентрации дает в данном случае абсолютно неверные выводы о процессах конкуренции, сохраняя практически свое неизменное значение в течение всего периода анализа и подтверждая наличие неразвитой конкуренции. А реально на рынке шла ожесточенная конкурентная борьба, которая привела к смене лидера. Данный пример, на наш взгляд, вообще ставит вопрос о пригодности

показателей концентрации в деле анализа конкурентной среды. Заметим, что предлагаемый показатель VD показывает достаточно высокое свое значение — минимум сумма долей ушедшего с рынка доминанта и нового его лидера (67,84%), которое подтверждает наличие интенсивной конкуренции на рынке.

Таким образом, можно констатировать, что проведенное рассмотрение подтверждает возможность использования предложенного показателя для оценки интенсивности конкуренции на товарных рынках, причем в лучшей степени, чем ранее используемые статические показатели на основе определения экономической концентрации, не принимающие во внимание динамику структуры рынка.

В заключение еще раз отметим острую необходимость использования данного или какого-либо другого подхода (возможно совместно) для диагностики уровня развития конкуренции на рынках на смену сложившимся методам на основе показателей экономической концентрации. ФАС России не устает повторять, что, несмотря на интенсификацию применения антимонопольного законодательства в последнее время, состояние конкурентной среды в российской экономике остается неудовлетворительным [6]. Однако совершенно непонятно, откуда это следует, так как в последних докладах ФАС о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2010 и 2011 гг. отсутствует соответствующий системный анализ даже с использованием показателей экономической концентрации. Более того, результаты различных опросов на этот счет, проведенные Росстатом и МЭР, говорят о позитивных тенденциях в данной сфере [4; 1, с. 50-51]. Здесь также можно упомянуть о стабильных низких позициях России с негативными тенденциями их изменения в мировых рейтингах оценки предпринимательского климата, в которых учитываются различные аспекты состояния конкуренции [11]. Таким образом, в дополнение к отмеченному отсутствию системы анализа, полученные разным образом итоговые оценки прогресса в деле развития конкуренции являются противоречивыми, что затрудняет получение однозначного вывода об эффективности государственной конкурентной политики. Отмеченное свидетельствует о настоятельной необходимости ревизии сложившихся подходов в деле диагностики уровня развития конкуренции на базе высокоинформативных и объективных показателей, к которым, на наш взгляд, относится и предлагаемый подход.

Список источников

1. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации. — М.: ФАС России, 2012. — 321 с.
2. Качалин В. В. Система антимонопольной защиты общества в США. — М.: Наука, 1997. — 271 с.
3. Лихачев А. Нам необходимо вернуть в общество понимание ценности предпринимательства, ценности честной и открытой конкуренции // Конкурентная политика. — 2010. — №6.
4. Оценка интенсивности конкуренции на региональных рынках Российской Федерации // Конкурентная политика. — 2011, дек. — С. 6-8.
5. Рейтинг стран мира по уровню экономической свободы — информация об исследовании // Центр гуманитарных технологий [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/index-of-economic-freedom/index-of-economic-freedom-info> (дата обращения: 15.12.2012).
6. ФАС России. Состояние конкуренции неудовлетворительное // Несекретно [Электронный ресурс]. URL: http://nesekretno.ru/eo/5922/FAS_Rossii_sostoynie_konkurencii_neudovletvoritel_noe (дата обращения: 15.12.2012).
7. Федеральная повестка: Россия как единое конкурентное пространство // Конкурентная политика. — 2010. — №7. — С. 6-7.
8. Чирихин С. Н. Основные принципы и направления проведения региональной конкурентной политики. — СПб.: НОУ ВПО Санкт-Петербургский университет управления и экономики, 2009. — 160 с.
9. Чичкин А. На мелком месте // Российская бизнес-газета. — 2010. — №768 (35) (21 сент.).
10. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. — М.: Инфра-М, 1997. — 698 с.
11. The Global Competitiveness Report 2011-2012 [Electronic resource]. URL: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-2011-2012> (date of access 15.12.2012).

УДК 339.137.2**Ключевые слова:** конкурентная среда, экономическая концентрация, рынок сотовой связи, рынок первичной переработки нефти