

А. Я. Баринов, Н. Ю. Лукьянова

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА, ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

67

В рамках научной проблемы развития региональной конкурентной среды рассмотрены методологические вопросы оценки состояния конкуренции, деловой активности и потребительского оптимизма на уровне региона. Представлены результаты анализа отечественного и зарубежного опыта оценки показателей, характеризующих конкуренцию, конкурентную среду, деловую активность и потребительские настроения. Предложен подход к мониторингу деловой активности и потребительского оптимизма в Калининградской области.

The methodological issues of assessing regional competition, business activity, and consumer confidence are considered as part of a study of regional competitive environment. The results of an analysis of national and international practices in assessing parameters describing competition, competitive environment, business activity, and consumer sentiment are presented in the article. An approach to monitoring business activity and consumer confidence in the Kaliningrad region is proposed.

Ключевые слова: деловая активность, потребительский оптимизм, развитие конкуренции, региональная конкурентная среда, мониторинг.

Key words: business activity, consumer confidence, development of competition, regional competitive environment, monitoring.

Настоящей публикацией авторы начинают серию статей, посвященных развитию конкурентной среды, оценке и прогнозированию деловой активности и связанных с ней потребительских настроений в Калининградской области — эксклавному регионе РФ. Это практически значимая проблема как с точки зрения чисто академических интересов, так и по мнению регионального бизнес-сообщества, нуждающегося в достоверных опережающих индикаторах, которые позволяли бы снизить неопределенность развития бизнес-среды. В связи с этим авторы приглашают к открытой научной дискуссии ученых, экспертов и специалистов предприятий малого и среднего бизнеса, органов государственного управления, представителей профессиональных союзов и ассоциаций предпринимателей.

В самом начале сформулируем вариант терминологической базы для нашего исследования регионального уровня иерархии. Под региональной конкурентной средой будем понимать конкурирующих на отраслевых или продуктовых рынках эксклава хозяйствующих субъек-



тов, функционирующих в рамках действующей институциональной инфраструктуры, различного рода барьеров (административных, экономических, социальных, инфраструктурных) и прочих факторов, определяющих характер взаимоотношений между производителями товаров (работ, услуг) и потребителями в регионе. Деловая активность — это экономическая деятельность хозяйствующих субъектов в секторах региональной экономики, на отраслевых или продуктовых конкурентных рынках, формирующая экономическую конъюнктуру и служащая индикатором условий ведения бизнеса на территории эксклава. Потребительские настроения — это намерения, настроения и поведение жителей Калининградской области, создающие потребительский спрос на территории эксклава.

Опираясь на европейский и китайский опыт, отечественные эксперты склоняются к использованию комплексных подходов к оценке конкуренции. Например, это может быть оценка структурных показателей конкуренции (количество фирм; рыночная доля; индекс концентрации CR; индекс Херфиндала НИИ; показатели, характеризующие структурные барьеры входа на рынок, и др.), показателей ценовой конкуренции (ценовой индекс Лернера РСМ), оценка динамики прибыли фирм (индекс относительной прибыльности RPD) [1, с. 10—11]. Такой подход позволяет объективно оценить три аспекта: структурное измерение конкуренции, конкурентное взаимодействие фирм, а также селективный отбор фирм рынком.

Основная проблема, возникающая при применении такого подхода, — это получение оперативных и достоверных данных на уровне фирм. Решение этой проблемы, по мнению экспертов, за законодательным или административным ресурсом. Использование же опросов в рамках комплексного подхода для получения данных в оперативном режиме не позволяет обеспечить несмещенность выборки и ее репрезентативность [1, с. 14].

В то же время опросные методы широко применяются в мировой практике, например чтобы понять удовлетворенность бизнеса состоянием конкурентной среды. В ходе таких исследований используются только тщательно проработанные инструменты (опросник, выборка и т.п.), сроки проведения подобных опросов зачастую превышают один год, а их стоимость высока.

Еще одним направлением является многоаспектный подход к оценке конкуренции и конкурентной среды. Отметим, что для продуктовых, отраслевых и территориальных рынков необходимы свои системы критериев, измерений и показателей.

Как обстоят дела с оценкой конкуренции в Калининградской области? Официальных данных о состоянии конкурентной среды на региональном уровне крайне мало. Один из немногих таких источников на сегодняшний день — это доклад Федеральной антимонопольной службы (ФАС), в котором представлена оценка интенсивности конкуренции и состояния конкурентной среды в субъектах РФ на основе опросов и структурных оценок. В рамках этого исследования интенсивность конкуренции определяет степень соперничества между конку-



рирующими на рынке хозяйствующими субъектами и делает акцент на состоянии рынка как такового, а состояние конкурентной среды характеризует состояние институциональной инфраструктуры и различного рода барьеры (административные, экономические, социальные, инфраструктурные).

Рейтинг формируется по четырем группам показателей, на основе которых составляется итоговый рейтинг. В частности рейтинг «Макро» учитывает количество хозяйствующих субъектов и их динамику в пересчете на численность населения. Рейтинг «Заявления» оценивает состояние законности в сфере защиты конкуренции, рейтинг «Рынки» — индексы рыночной концентрации на отдельных товарных рынках, а рейтинг «Опросы» учитывает результаты опроса Росстатом хозяйствующих субъектов о состоянии конкурентной среды в ряде отраслей. На сегодняшний день в свободном доступе имеется рейтинг субъектов РФ 2014 г. Тогда Калининградская область занимала 5-е место в рейтинге «Макро», 64-е место в рейтинге «Заявления», 35-е место в рейтинге «Рынки», 54-е место в рейтинге «Опросы», а в сводном рейтинге интенсивности конкуренции и состояния конкурентной среды — 44-е место из 82 субъектов РФ [2, с. 35–39].

Наиболее распространенный подход к оценке деловой активности — использование индексов PMI (*purchasing managers index*). В мировой практике исследованием деловой активности занимаются государственные организации, общественные профессиональные объединения, научно-исследовательские и предпринимательские структуры. Например, Государственная служба статистики РФ (Росстат) оценивает опережающие индикаторы по видам экономической деятельности (индексы предпринимательской уверенности), а департамент исследований и статистики Центрального банка Японии ежеквартально рассчитывает сводный индекс деловой активности Tankan. Примерами исследовательских организаций, ежемесячно производящих оценку деловой активности, являются Исследовательский институт спроса и предложения (США, индекс ISM), Институт закупок и снабжения (Великобритания, индекс CIPS) и др. Подобными исследованиями занимаются общественные организации, например Ассоциация менеджеров России (индекс деловой активности АМ-Ъ) и прочие коммерческие структуры. В основе расчета таких показателей, как правило, лежит принцип построения диффузионных индексов.

Деловая активность изучается на макроуровне в территориальном, отраслевом и продуктовом разрезе и на микроуровне отдельных предприятий. Мировой опыт свидетельствует, что показатели деловой активности являются важным индикатором наступления экономического подъема или спада. В нашей стране подобные исследования проводятся как на национальном уровне, так и в регионах [3; 4].

В отечественной и мировой практике часто используют индексы потребительских ожиданий, рассчитываемые на базе опросов населения, выясняющих разные аспекты потребительского поведения людей в недалеком прошлом, настоящем и ближайшем будущем.

По мнению авторов, анализ деловой активности следует проводить совместно с изучением потребительских настроений. Это повысит объ-



ективность базирующихся на опросах исследований, а также позволит одновременно учесть факторы формирования потребительского спроса и предложения со стороны бизнеса на региональном уровне.

В связи с вышеизложенным возникает ряд закономерных вопросов. Калининградская область находилась в 2014 г. в середине рейтинга региональной интенсивности конкуренции. Безусловно, это важно, но что ожидает бизнес-среду эксклава в 2016 г.? Как отразятся на ней регулирующие воздействия и меры государственной поддержки в связи с прекращением действия режима ОЭЗ в 2016 г.? Какая деловая активность сложится в регионе к середине 2016 г.? Что произойдет за это время с потребительскими настроениями? Как они отразятся на деловой активности и конкурентной среде эксклава? Для ответа на подобные вопросы необходим соответствующий методический инструментарий и регулярные исследования.

Для разработки такого инструментария, который бы позволил учесть специфику эксклавного региона, следует адаптировать целый ряд методик сбора данных, оценки соответствующих показателей, организации мониторинга и т.д. Возникающие в связи с этим проблемы, требующие детальной проработки, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные проблемы оценки конкуренции, деловой активности и потребительских настроений

Направление оценки	Возникающие проблемы
Показатели уровня развития конкуренции в регионе	1. Показатели рыночной концентрации дают искаженные результаты на олигополистических рынках, неприменимы для инновационных рынков и рынков «хай-тек». 2. Для анализа тенденций требуются данные не менее чем за двух-трехгодичный период для очищения от внешних и случайных факторов. 3. Необходимы оперативные данные в реальном масштабе времени о присутствии на рынке и входе-выходе фирм с рынка, балансовые отчеты фирм. 4. Высокая стоимость опросных методов для обеспечения их репрезентативности (часто репрезентативность сводят на нет опросом предприятий, глубоко аффилированных с общественными бизнес-группами) и др.
Показатели деловой активности в регионе	1. Использование экспертных оценок дает субъективные результаты, а качественное изменение в экспертном составе может вызвать проблему сопоставимости в динамике. 2. Использование диффузионных индексов ограничено в силу неудовлетворительной диверсификации экономики эксклава, так как они будут отражать лишь общую тенденцию, а не динамику конкретных показателей и др.
Показатели потребительского оптимизма в регионе	1. Высокие трудозатраты для организации и проведения мониторинга. 2. Обеспечение репрезентативности выборки и др.



Поскольку в Калининградской области на регулярной основе не проводились системные исследования по проблеме, то конечной целью своей работы авторы видят создание и использование модели прогнозирования развития бизнес-среды на основе мониторинга показателей деловой активности, уровня развития конкуренции и потребительских настроений в эксклавном регионе. Предлагаемые на первом этапе организации мониторинга исследования представлены в таблице 2.

Таблица 2

Содержание первого этапа организации мониторинга бизнес-среды в Калининградской области

Направление оценки	Показатели	Периодичность расчета
Уровень развития конкуренции в регионе (на основе аналитических расчетов)	Структурные показатели, которые характеризуются наличием тех или иных структурных факторов, влияющих на степень конкуренции на рынке: рыночная доля, индекс концентрации, индекс Херфиндаля, положение фирм-инкубентов (фирм, уже длительное время присутствующих на рынке) по сравнению с фирмами-новичками	Раз в год
	Анализ тенденций развития конкуренции в экономике региона, секторах и отраслях, выявляемых в течение нескольких обследований	Раз в год
Деловая активность в регионе (на основе экспертных оценок бизнеса)	Диффузионный индекс деловой активности, рассчитанный на основе обследований показателей, характеризующих предпринимательскую уверенность в секторах экономики региона и отраслях (промышленное производство, торговля, строительство, услуги) и экономические настроения. Аналог индекса PMI с учетом региональной специфики эксклава	Ежемесячно
	Анализ тенденций деловой активности в экономике региона, секторах и отраслях, выявляемых в течение нескольких обследований	Ежеквартально
Потребительский оптимизм в регионе (на основе анкетирования потребителей)	Диффузионный индекс потребительского оптимизма, установленный на основе изучения показателей, характеризующих потребительскую уверенность (условия для покупок, личное материальное положение, произошедшие и возможные изменения экономической ситуации в регионе и стране в целом и т. д.)	Ежеквартально
	Анализ тенденций потребительского спроса в регионе, выявляемых в течение нескольких обследований	Раз в полугодие



На первом этапе организации мониторинга бизнес-среды в Калининградской области предусматривается обеспечить на базе современных методов и информационных технологий:

– формирование базы данных экономического развития предприятий Калининградской области путем независимого сбора, обработки и анализа информации, поступающей непосредственно от предприятий и населения региона в единый Центр мониторинга при БФУ им. И. Канта;

– разработку системы опережающих индикаторов (индексов), позволяющих снизить неопределенность развития эксклавной региональной бизнес-среды;

– выявление специфики взаимосвязей ключевых факторов, определяющих развитие экономики эксклавного региона в целом и отдельных субъектов хозяйствования;

– прогнозирование развития экономических циклов региональной бизнес-среды на трех уровнях: отдельных компаний, секторов региональной экономики и сфер деятельности, экономики региона в целом.

В заключение отметим, что анализ последних публикаций с результатами исследований по анонсированной проблеме не выявил универсального инструментария, позволяющего строить достоверные прогнозы развития бизнес-среды на региональном уровне. Также очевидно, что не существует универсальной методологии, приоритетных по отношению к другим методов и методик. В связи с этим авторы выражают надежду на плодотворное сотрудничество всех заинтересованных сторон, результатом которого может стать разработка необходимого инструментария для эксклавной Калининградской области.

Список литературы

1. *Оценка состояния конкуренции и конкурентной среды: стенограмма круглого стола // Антимонопольное регулирование. 2014. №2(44). С. 3–38.*

2. *О состоянии конкуренции в Российской Федерации : доклад ФАС за 2014 год. М., 2015. URL: <http://fas.gov.ru/about/list-of-reports/report.html?id=318> (дата обращения: 10.03.2016).*

3. *Опережающие индикаторы по видам экономической деятельности // Федеральная служба государственной статистики : [сайт]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/leading_indicators/ (дата обращения: 10.03.2016).*

4. *Сафиулин М.Р., Ельшин Л.А., Шакирова А.И. Оценка деловой и экономической активности как инструмент краткосрочного прогнозирования // Экономика и управление. Экономическое право. 2011. №9. С. 81–89.*

Об авторах

Александр Яковлевич Баринов – канд. экон. наук, доц., Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград.

E-mail: ABarinov@kantiana.ru



Наталья Юрьевна Лукьянова — канд. экон. наук, доц., Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград.

E-mail: NLukyanova@kantiana.ru

About the authors

Dr Aleksandr Barinov, I. Kant Baltic Federal University, Kaliningrad.

E-mail: ABarinov@kantiana.ru

Dr Natalia Lukyanova, I. Kant Baltic Federal University, Kaliningrad.

E-mail: NLukyanova@kantiana.ru

УДК 338.43

Н. Е. Кубина, Т. А. Щерба

СЦЕНАРНЫЙ ПОДХОД К ПЕРСПЕКТИВАМ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА КАЛИНИНГРАДСКОГО РЕГИОНА

Рассмотрены научные подходы к сценарному планированию и алгоритм формирования сценариев развития бизнеса. Обобщен значительный массив информации, проведен анализ внешней и внутренней среды предприятий рыбохозяйственного комплекса, выявлены и систематизированы проблемы развития рыбной отрасли в регионе. На основе стратегического анализа рыбохозяйственного комплекса региона сформулированы различные варианты сценариев его развития, рассмотрены основные направления возможных стратегических решений.

This article examines scientific approaches to scenario planning and analyses the algorithm of business development scenarios. The authors summarise a vast array of information. An analysis of external and internal environment of the fishing industry is carried out and the problems of regional industry development are identified and systematised. Based on a strategic analysis of the regional fishing industry, different development scenarios are formulated and possible strategic decisions considered.

Ключевые слова: сценарное планирование, методика ТАИДО, проблемы регионального рыбохозяйственного комплекса, сценарии развития, ключевые переменные, жизненный цикл бизнеса, рыбопромышленный кластер, вертикально интегрированный холдинг.

Key words: scenario planning, TAIDO methodology, problems of regional fishing industry, development scenarios, key variables, business lifecycle, fishing cluster, vertically integrated holding.

Сценарное планирование в условиях глобальных и национальных потрясений становится необходимым элементом эффективного страте-