

УДК 339.137.2

## Проблемы повышения конкурентоспособности предприятий Севастопольского региона

**Павлюк Валентина Петровна**

Кандидат экономических наук,  
старший преподаватель кафедры экономики,  
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (филиал в Севастополе),  
299001, Российская Федерация, Севастополь, ул. Героев Севастополя, 7;  
e-mail: oleynik24@bk.ru

**Савичева Евгения Юрьевна**

Кандидат экономических наук,  
доцент кафедры экономики,  
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (филиал в Севастополе),  
299001, Российская Федерация, Севастополь, ул. Героев Севастополя, 7;  
e-mail: evgchfmg@mail.ru

### Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы необходимости пересмотра методов оценки конкурентоспособности, повышающих развитие секторов региональной экономики в долгосрочной перспективе и адаптации отечественных предприятий к реальным условиям их функционирования, как во внешней, так и во внутренней среде. Дана оценка уровня рейтинговой конкурентоспособности на основе матричного подхода предприятий по производству напитков Севастопольского региона. Использование предложенной рейтинговой оценки конкурентоспособности на основе матричного подхода по предлагаемой системе показателей и критериев оценки конкурентоспособности поможет предприятию, выявить внутренние резервы повышения конкурентоспособности и применить их, как преимущество в конкурентной борьбе. Рассмотренные методы оценки конкурентоспособности имеют практическую значимость и их необходимо использовать чаще всего в комплексе для оценки любого вида хозяйственной деятельности предприятия.

### Для цитирования в научных исследованиях

Павлюк В.П., Савичева Е.Ю. Проблемы повышения конкурентоспособности предприятий Севастопольского региона // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 4А. С. 68-80.

### Ключевые слова

Индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, конкурентоспособность, матричный подход, рейтинговая оценка, региональный уровень.

## Введение

Развитие предпринимательства занимает особое место в системе обеспечения устойчивости и сбалансированности рыночных процессов и явлений. Именно конкурентоспособность на рынке на данный момент времени позволяет организовать всесторонне обоснованную деятельность предприятий по достижению задач, поставленных как перед крупными, так малыми субъектами хозяйствования.

В настоящее время в Российской Федерации принята государственная программа «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности». Данная программа введена для того, чтобы решить две фундаментальные проблемы развития промышленного комплекса: возможность создания в Российской Федерации конкурентоспособной, устойчивой, структурно сбалансированной промышленности и освоение новых рынков инновационной продукции, эффективно решающей задачи обеспечения экономического развития страны.

В то же время уровень конкурентоспособности предприятий, как на внешнем рынке, так и на внутреннем, характеризуется резким обострением перераспределения экономических ресурсов. Это вызывает необходимость пересмотра методов оценки конкурентоспособности, повышающие развитие секторов национальной экономики в долгосрочной перспективе и адаптации отечественных предприятий к реальным условиям их функционирования, как во внешней, так и во внутренней среде.

## Основная часть

Способы оценки и повышения конкурентоспособности в России исследовались многими учеными, которые чаще рассматривали методики оценки конкурентоспособности, а именно, Р.А. Фатхутдинов, О.Д. Андреева, Д.С. Воронов, Г.Н. Игольников, Г.А. Краюхин, Е.П. Голубков, И.М. Лифиц, И.А. Спиридонов и другие.

Следует отметить, что на данный момент используются множество международных, отечественных методик исследований для оценки уровня состояния уровня конкурентоспособности за определенный период. Инструментарий сбора эмпирических данных в этих исследованиях, как правило, включает несколько способов. Первый способ представляет собой – сбор статистических данных сплошного наблюдения за деятельностью предприятий, в которых используются общедоступные российские источники информации (Росстат, Ресурсный центр малого предпринимательства, Всероссийская система проверки контрагентов, Система Межрегиональных Маркетинговых Центров и т.д.) и зарубежные проекты (Европейский банк реконструкции и развития, Организация сотрудничества и экономического развития организация). Второй – сбор эмпирического материала путем проведения опроса, анкетирования, интервьюирование.

За последние годы в регионах РФ наблюдается активация развития предпринимательства, что требует новых исследований региональных особенностей оценки конкурентоспособности.

Целью настоящего исследования является всестороннее изучение способов ведения конкурентной борьбы на региональном рынке, а также анализ состояния и выявление особенностей уровня конкурентоспособности на основе матричного подхода на рынке производства напитков в Севастопольском регионе. Проведение анализа, основано с использованием данных региональных бухгалтерской (финансовой) отчетностей, за 2015-2016 годы.

Научно обоснованную методику оценки конкурентоспособности можно определить различными методами с использованием различных критериев. Согласно самому общему подходу, оценка конкурентоспособности предприятий должна основываться на определенном наборе показателей, обоснование состава которых строится исходя из целей оценки и потребностей субъектов управления. Поскольку приоритет какому-либо единственному критерию отдать сложно, представляется целесообразным проведение комплексной оценки конкурентоспособности.

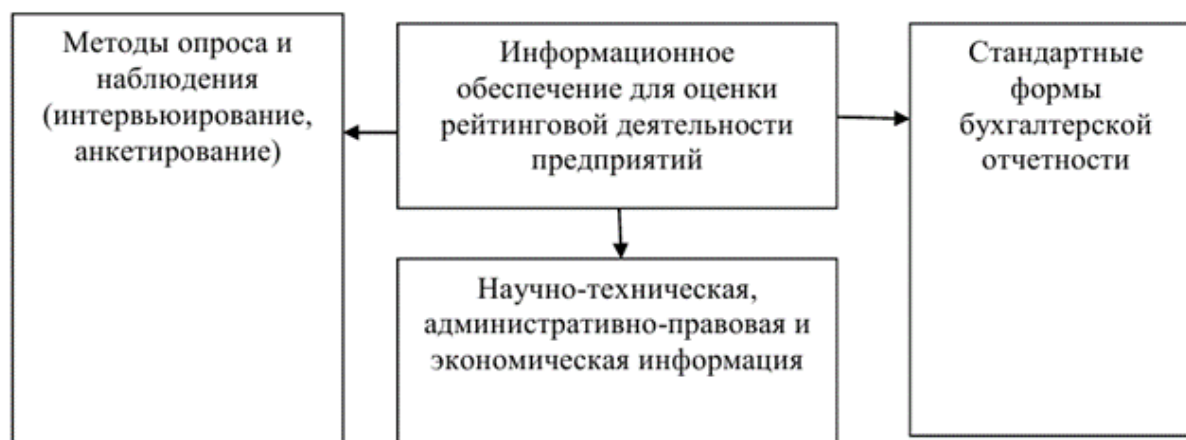
Улучшение ряда социально-экономических показателей побуждает отечественным предприятиям искать новые источники экономического роста. В связи с этим возникает острая проблема оценки и повышения уровня конкурентоспособности российских предприятий. Проблемы анализа и оценки конкурентоспособности сложны и многогранны, но до настоящего времени отсутствует четкая систематизация результатов исследований, полученных учеными.

На практике, в частности, могут применяться следующие методы оценки конкурентоспособности [Мокроносов, Маврина, 2014]:

К аналитическим методам оценки конкурентоспособности относятся: рейтинговая оценка, оценка на основании доли рынка, покупательской стоимости и теории эффективной конкуренции.

1. Рейтинговая оценка – для целевого сравнения рынков отрасли либо региона. При составлении рейтинга рынков используется идеология параметрического анализа, однако нормативные выводы предпринимаются уже на базе количественного сравнения, то есть на основе выбранных показателей (коэффициентов), «взвешенных» по их относительной важности, рассчитывается совокупная балльная оценка рынков, которая является базой для определения итогового места в принятии рейтинга.

Чтобы использовать метод рейтинговой оценки, можно воспользоваться информационным обеспечением (рис. 1).



Источник: составлено самостоятельно авторами исследования

**Рисунок 1 – Информационное обеспечение для оценки рейтинговой деятельности предприятий**

Для определения рейтинга деятельности предприятия, необходимо вначале определить систему показателей для оценки его конкурентоспособности. Критерии отбора должны отображать хозяйственную деятельность и финансовое состояние рынка продукции. Стоит

отметить, что экономические показатели можно рассчитать при наличии реально существующей информации (табл. 1).

**Таблица 1 – Система показателей для оценки конкурентоспособности предприятия**

Критерии отбора	Характеристика	Пример
Объективные	Эффективность деятельности предприятия и финансовая стабильность рынка	Коэффициент абсолютной ликвидности, рентабельность продукции/услуг
Субъективные	Влияют на эффективность работы с клиентом по внедрению системы финансового управления	Объем продаж продукции/услуг, показатели трудовой деятельности

Планы на будущее финансовых состояний различных региональных рынков могут отличаться друг от друга, несмотря на то, что у них одинаковый уровень ликвидности, если для одного регионального рынка этот уровень ликвидности является позитивным результатом динамики, а для другого – негативным. Фактор тренда индивидуальных показателей эффективности деятельности и финансового постоянства должен рассчитываться в окончательной бальной оценке регионального рынка с помощью коэффициента поправки – для этого проводится учет динамики отдельных показателей.

Рейтинг региональных рынков определяется на основании расчетов их итогового бала по результатам оценки. Итоговый балл каждого предприятия определяется по формуле 1:

$$TM = \sum m_i * b_i \quad (1)$$

где TM – итоговый балл регионального рынка по результатам рейтинговой оценки;

$m_i$  – балл (количественная оценка) рынка по  $i$ -му показателю хозяйственной деятельности;

$b_i$  – вес, присвоенный  $i$ -му показателю;

$\sum_i m_i * b_i$  – сумма умножения баллов отдельных показателей рейтинговой оценки и их весов.

Чтобы провести рейтинговую оценку, для начала необходимо выбрать показатели, которые будут входить в саму модель, и присвоить им вес – учитывает относительную важность того или иного показателя как фактора состояния бизнеса предприятия.

2. В изучении конкурентоспособности широко используется еще оценка на основании расчетов доли рынка. На потребительском рынке региона доля рынка – это базисный экономико-статистический показатель, который характеризует конкурентоспособность субъектов хозяйствования в связи с тем, что многие из них не являются сравнимыми с отраслевой точки зрения, но сравнимы с позиции эффективности хозяйствования через долю рынка. Доля рынка определяется как удельный вес розничного товарооборота предприятия в общем объеме рынка. Увеличение или уменьшение в интервале от 0% до 100% свидетельствует про уровень конкурентоспособности. Долю рынка субъекта можно посчитать по формуле 2.

$$MS = \frac{RC}{TC}, \quad (2)$$

где MS – доля рынка субъекта;

RC – розничный объем товарооборота субъекта;

TC – общий объем розничного товарооборота участников рынка.

С помощью этой методики оценки конкурентоспособности по рыночной доле выделяют ряд стандартных положений рыночных субъектов. Либо они являются аутсайдерами (со слабой, средней, сильной конкурентной позицией), либо они являются лидерами. Величина изменения доли рынка позволяет определить группу хозяйственных единиц: с конкурентными позициями, которые быстро улучшаются, улучшаются, ухудшаются, и быстро ухудшаются. Перекрестная классификация размеров долей рынка, на основании которой легко установить место исследуемого предприятия в структуре рынка, особенности развития конкурентной ситуации.

3. Оценка конкурентоспособности на основании норм покупательской стоимости предусматривает оценку не продукта или услуги, а экономических методик компании – это могут быть маркетинговые, управленческие и организационные решения. Расчет проводится на основании алгоритма оценок конкурентоспособности экономических методик, который использует показатель конкурентоспособности на основании норм покупательской стоимости. С помощью этого метода можно в полной мере установить и дать оценку реальным потребностям возможных заказчиков, а также, качество товаров и услуг. Формулу покупательской стоимости можно отобразить следующим образом: соотношение суммы свойств товаров к сумме нуждаемости в этих товарах.

Норма покупательской стоимости – величина эластичная. Показатель  $Q$  (норма покупательской стоимости) лежит в пределах от 0 до 1. Если  $Q=0$ , то это свидетельствует про полную неконкурентоспособность изделия, если же  $Q=1$  – полная конкурентоспособность изделия на данном этапе. Этот подход можно применить и к общей оценке конкурентоспособности фирмы. К каждой группе применяется алгоритм расчета показателя конкурентоспособности на основании норм покупательской стоимости, который состоит из следующих этапов:

- 1) изучение рынка, конкурентов, потребностей возможных заказчиков;
- 2) определение целевых сегментов по направленности;
- 3) определение стратегической и маркетинговой концепции по направленности;
- 4) определение значимых блоков, свойств и коэффициентов значимости по ним;
- 5) расчет норм покупательской стоимости по экономическому блоку свойств;
- 6) расчет норм покупательской стоимости по экологическому блоку свойств;
- 7) расчет норм покупательской стоимости по технологическому блоку свойств;
- 8) расчет норм покупательской стоимости по социально-психологическому блоку свойств;
- 9) расчет норм покупательской стоимости по юридическому блоку свойств;
- 10) определение общей нормы покупательской стоимости;
- 11) анализ результатов и принятия решений по улучшению конкурентоспособности продукции.

Отсюда следует, что общий показатель конкурентоспособности на основании норм покупательской стоимости выглядит следующим образом (формулы 3 и 4):

$$Q = (P_{\text{экон}}^N \times P_{\text{экол}}^m \times P_{\text{техн}}^x \times P_{\text{соц-псих}}^y \times P_{\text{юр}}^z)^{1/(N+m+x+y+z)} \quad (3)$$

$$P_j = \frac{\sum_{i=1}^n \text{свойств}(i)}{\sum_{i=1}^n \text{нужд}(i)} \quad (4)$$

Где  $P_j$  – показатель доли конкурентоспособности на основании норм покупательской стоимости по  $j$ -ому блоку весомых свойств, который рассчитывается путем соотношения суммы свойств к сумме нужд в этих свойствах;

$N, m, x, y, z$  – весомые коэффициенты, установленные в зависимости от полученной концепции маркетинга;

$i = (1 - n)$  – количество весомых свойств и нужд в данном блоке.

В табл. 2 представлены положительные и отрицательные стороны данного метода, а также, их последствия.

**Таблица 2 – Положительные и отрицательные стороны метода норм покупательской стоимости и последствия**

Положительные стороны	Отрицательные стороны
Оценка конкурентоспособности предприятия основывается на оценке совокупности маркетинговых, административных и организационных решений фирмы	Для сбора всей необходимой для анализа информации используются только экспертные методы
Последствия	
Более точная оценка реальных потребностей возможных заказчиков и уровня компании	Невозможно получить максимально объективные показатели, а впоследствии невозможно объективно дать оценку уровню конкурентоспособности предприятия

4. Теория эффективной конкуренции – тут наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом отработана работа всех подразделений и групп. На продуктивную деятельность каждого из подразделений влияет множество факторов – ресурсов фирмы. Оценка эффективности работы каждого из подразделений предусматривает оценку эффективности использования всех этих ресурсов. В основе метода лежит оценка четырех групповых показателей или критериев конкурентоспособности.

Каждый из этих критериев имеет свою степень важности для расчетов конкурентоспособности предприятия, поэтому разработали коэффициенты значимости критериев, которые рассчитываются по формуле (5) средневзвешенной арифметической:

$$C = 0,15 \times e + 0,29 \times f + 0,23 \times s + 0,33 \times c \quad (5)$$

где  $C$  – коэффициент конкурентоспособности предприятия;

$e$  – критерий эффективности производственной деятельности предприятия;

$f$  – критерий финансового положения предприятия;

$s$  – критерий эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке;

$c$  – критерий конкурентоспособности товаров.

Расчет коэффициентов проходит в три этапа:

- 1) осуществляется расчет единичных коэффициентов конкурентоспособности фирмы и перевод этих показателей в относительные величины – баллы. Чтобы перевести единичные коэффициенты в относительные, необходимо сравнить их с базовыми показателями (среднеотраслевые показатели, показатели любой фирмы или фирмы-лидера на рынке, показатели оценивающего предприятия по прошедшим отрезкам времени). Для этого используется 15-балльная шкала, где 5-ю баллами оценивается

показатель, который имеет значение ниже, чем базовый, 10-ю баллами – на уровне базового, 15-ю баллами – лучше, чем базовый;

- 2) осуществляется расчет критериев конкурентоспособности фирмы по формулам;
- 3) определяется расчет критериев конкурентоспособности отдельного предприятия.

С помощью этой методики можно быстро и объективно получить картину положения предприятия на отраслевом рынке. Использование в ходе оценки результатов сравнения показателей за разный промежуток времени дает возможность применять этот метод как вариант оперативного контроля отдельных служб.

Получение рейтинговой оценки конкурентоспособности за отчетный период по одному предприятию не дает возможности определить эффективность ведения хозяйственной деятельности за данный период. Для проведения сравнительного анализа необходима динамика данных показателей по различным предприятиям за отчетный период.

Далее мы исследуем и дадим оценку уровня конкурентоспособности на примере деятельности 16 предприятий по производству напитков Севастопольского региона. Производство напитков как вид экономической деятельности включает: производство безалкогольных напитков и минеральных вод; производство алкогольных напитков, главным образом через брожение, производство пива и вина; производство дистиллированных алкогольных напитков.

На наш взгляд, для оценки конкурентоспособности ведущих предприятий по производству напитков Севастопольского региона, можно использовать методику рейтинговой оценки конкурентоспособности на основе матричного подхода, включающую следующие этапы:

1. Обоснование системы оценочных показателей конкурентоспособности предприятий, сбор информации и расчет значений показателей. Сравнительная оценка должна учитывать все важные параметры конкурентоспособности и базироваться не на произвольном наборе показателей, а на характеристиках тех аспектов деятельности предприятия, которые имеют существенное значение для конкурентоспособности. Мы полагаем, к таким характеристикам относятся следующие показатели оценки прибыльности и эффективности хозяйственно-финансовой деятельности: оборачиваемость оборотных средств, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент автономии, коэффициент обеспечения собственными оборотными средствами.

2. Следующим этапом является построение матрицы стандартизированных показателей (коэффициентов) (см. табл. 2). В каждой графе определяется максимальный элемент, который принимается за единицу, после чего все элементы графы делятся на максимальный элемент эталонной системы, и создается матрица стандартизированных коэффициентов.

3. Далее следует определение интегральной рейтинговой оценки путем применения экспертных весовых коэффициентов показателей. Все элементы матрицы возводим в квадрат. Если значимость показателей, составляющих матрицу, различна, то каждому показателю присваивается весовой коэффициент, который определяется экспертным путем. Расчет интегральной рейтинговой оценки конкурентоспособности предлагается производить по следующей формуле:

$$R = \sqrt{k_1 \times x_{1j}^2 + k_2 \times x_{2j}^2 + \dots + k_n \times x_{rj}^2}, \quad (6)$$

где  $R$  – рейтинговая оценка конкурентоспособности предприятия;  $x_i$  – значение  $i$ -го показателя рейтинговой оценки;  $k$  – весовой коэффициент важности критерия, определяемый

экспертным путем;  $j$  – весомость  $i$ -го показателя рейтинговой оценки,  $n$  – количество показателей.

4. На последнем этапе, мы проводим оценивание уровня конкурентоспособности предприятий по полученным значениям показателя интегральной рейтинговой оценки, анализируем «узкие места» и выявляем резервы повышения конкурентоспособности.

По нашему мнению, использование выше предложенной рейтинговой оценки конкурентоспособности на основе матричного подхода по предлагаемой системе показателей и критериев оценки конкурентоспособности поможет предприятию, выявить внутренние резервы повышения конкурентоспособности и применить их, как преимущество в конкурентной борьбе.

**Таблица 2 – Матрица квадратов и рейтинговая оценка исследуемых предприятий Севастопольского региона за 2016 г.**

Название предприятий	Матрица стандартизованных показателей с учетом весового коэффициента					Рейтинговая оценка	Место в рейтинге по величине выручки компаний данной отрасли	Место в рейтинге по величине активов компаний данной отрасли
	Рентабельность собственного капитала	Оборачиваемость оборотных средств	Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент автономии	Коэффициент обеспечения собственными оборотными средствами			
Общество с ограниченной ответственностью (ООО) «Инкерманский завод марочных вин»	0,005706	0,073494	1,000000	0,018774	0,030567	1,06233	6	6
ООО «ВК Сатера»	0,011443	0,257438	0,016401	0,009393	0,246670	0,73576	30	34
ООО «Южный берег»	0,012297	0,299722	0,021378	0,200834	0,000000	0,73091	118	171
ООО «Вейн УНД Вассер»	0,000983	0,134754	0,000000	0,004525	0,000000	0,37452	66	72
Акционерное общество (АО) «Севастопольский завод напитков»	0,000002	0,000000	0,000000	0,394389	0,000000	0,62801	277	314
ООО «Фирма «Аир»»	0,031169	0,794505	0,066704	0,154161	0,791664	1,35580	88	149
ООО «Научно-производственное предприятие «Водограй»»	1,000000	1,000000	0,023618	0,034644	1,000000	<b>1,74879</b>	426	350
ООО «Эко-центр»	0,012153	0,244754	0,104570	0,016992	0,180010	0,74731	712	782
ООО «Перлина Криму»	0,086181	0,824878	0,012557	0,008456	0,294107	1,10733	713	326
ООО «Ритм-юг»	0,139083	0,909327	0,052161	0,063813	0,898062	1,43612	313	523
ООО «Эковода»	0,000127	0,000040	0,000000	0,171117	0,000000	0,41386	919	1216
ООО «Лагус»	0,000002	0,013464	0,062901	1,000000	0,015005	1,04469	1100	1615
ООО «Велес-юг»	0,000041	0,000000	0,000000	0,077330	0,000000	0,27816	599	791



Название предприятий	Матрица стандартизованных показателей с учетом весового коэффициента					Рейтинговая оценка	Место в рейтинге по величине выручки компаний данной отрасли	Место в рейтинге по величине активов компаний данной отрасли
	Рентабельность собственного капитала	Оборачиваемость оборотных средств	Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент автономии	Коэффициент обеспечения собственными оборотными средствами			
ООО «Пивоваренная компания «Крафт»»	0,000251	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,01584	624	356
ООО «Севастопольская пивоваренная компания»	0,000569	0,006259	0,000000	0,000032	0,000000	0,08282	657	320
ООО «Экватор-групп»	0,000202	0,000000	0,000000	0,047410	0,000000	0,21820	1333	1502

Расчеты показывают, что наибольшим показателем конкурентоспособности на рынке напитков в Севастопольском регионе имеет ООО «Научно-производственное предприятие «Водограй», что составляет 1,74879.

По нашему мнению, результаты описанного сравнительного анализа показателей деятельности предприятий могут использоваться для определения инвестиционной привлекательности отдельного предприятия.

В условиях ужесточенной конкуренции каждый хозяйствующий субъект для нормального функционирования и анализа своих перспектив должен знать свою конкурентоспособность. Имея информацию о конкурентных позициях, предприятия получают возможность определить свои узкие места и преимущества, разработать правильную стратегию и тактику поведения, что соответствует реалиям рыночных процессов.

Для того чтобы определить тип концентрации предприятий на рынке по производству напитков г. Севастополе, необходимо рассчитать индекс концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана.

Индекс концентрации рынка CR (concentration ratio) определяется как сумма долей рынка  $n$  самых крупных компаний. Чем выше полученное значение, чем ближе оно к 100, тем более монополизирован рынок (см. табл.3).

Лидерами данной отрасли являются компании: ООО «Инкерманский завод марочных вин», ООО «ВК Сатера», так как суммарная доля этих компаний превышает 50% всего объема регионального рынка по производству напитков. При этом за показатель объема рынка принято значение годовой выручки, что является допустимым согласно положениям утвержденного Приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 (ред. от 20.07.2016) «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке». По приведенным выше данным рассчитываем индекс концентрации для двух крупнейших производителей (формула 7):

$$CR = \sum_{i=1}^n k_i; k_1 \geq \dots \geq k_n \quad (7)$$

Индекс концентрации  $CR_{2015г.} = 72,816 + 24,517 = 97,333$

Индекс концентрации  $CR_{2016г.} = 80,288 + 12,554 = 92,842$

**Таблица 3 – Данные для расчета индекса концентрации рынка и индекса Херфиндаля-Хиршмана предприятий по производству напитков Севастопольского региона за 2015-2016 гг.**

Предприятия	Выручка, тыс. руб.		Доля рынка, %		Квадрат рыночной доли	
	2015г.	2016г.	2015г.	2016г.	2015г.	2016г.
Общество с ограниченной ответственностью (ООО) «Инкерманский завод марочных вин»	2662307	2826118	72,816	80,288	5302,1424	6446,1138
ООО «БК Сатера»	896385	441916	24,517	12,554	601,0689	157,6147
ООО «Южный берег»	16738	111350	0,458	3,163	0,2096	10,0069
ООО «Вейн УНД Вассер»	18482	41432	0,505	1,177	0,2555	1,3854
Акционерное общество (АО) «Севастопольский завод напитков»	27642	36162	0,756	1,027	0,5716	1,0554
ООО «Фирма «Аир»»	-	24513		0,696	0,0000	0,4850
ООО «Научно-производственное предприятие «Водограй»»	18040	16570	0,493	0,471	0,2434	0,2216
ООО «Эко-центр»	11748	5597	0,321	0,159	0,1032	0,0253
ООО «Перлина Криму»	-	5543		0,157	0,0000	0,0248
ООО «Ритм-юг»	4434	5311	0,121	0,151	0,0147	0,0228
ООО «Эковода»	-	2769		0,079	0,0000	0,0062
ООО «Лагус»	-	1179		0,033	0,0000	0,0011
ООО «Велес-юг»	387	590	0,011	0,017	0,0001	0,0003
ООО «Пивоваренная компания «Крафт»»	-	448		0,013	0,0000	0,0002
ООО «Севастопольская пивоваренная компания»	-	266		0,008	0,0000	0,0001
ООО «Экватор-групп»	58	225	0,002	0,006	0,0000	0,0000
Всего			100,000	100,000	5904,6096	6616,9635

Индекс концентрации CR – показатель, характеризующий, какая доля рынка приходится на заданное количество самых крупных игроков. В нашем случае лидерами рынка являются два

предприятия. Индекс концентрации равен сумме рыночных долей этих участников рынка и составляет соответственно  $CR=97,333$  и  $92,842$ , что свидетельствует о монополизации рынка этими предприятиями. В данной ситуации речь идет о принципиально разном распределении «силы влияния» на рыночные процессы. Таким образом, индекс концентрации необходимо использовать как некое дополнение к другим экономическим показателям или количество ( $n$ ) компаний подбирать таким образом, чтобы объективно соответствовать структуре распределения сил на рынке. Из-за недостатков индекс концентрации не применяется как основной показатель.

Далее рассчитываем индекс Херфиндаля-Хиршмана рынка производства напитков г. Севастополя за 2015 и 2016 гг. с помощью формулы 8:

$$H = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (8)$$

где  $S_i^2$ -доля каждого конкретного участника рынка.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана – показатель, использующийся для оценки степени монополизации отрасли, рассчитывается путем суммы квадратов долей всех компаний на рынке.

В нашем случае этот индекс равен:

Индекс Херфиндаля-Хиршмана<sub>2015г.</sub> = 5904,6096

Индекс Херфиндаля-Хиршмана<sub>2016г.</sub> = 6616,9635

Исходя из анализа уровня конкуренции, рынок производства напитков Севастопольского региона относится к категории «Рынок с высоким уровнем монополизации (концентрации) (монополистический рынок)». По каждому случаю слияния или выхода из него или любым другим важным вопросам необходимо проводить разбирательство с участием представителей государственных органов власти и антимонопольной службы для принятия решения. Для региона является негативным наличие высококонцентрированных рынков, так как это может привести к возможности одностороннее определять условия обращения товара на рынке, злоупотреблять доминирующим положением. Все это может привести к перераспределению излишка потребителя в пользу потребителя.

## Заключение

Рассмотренные методы оценки конкурентоспособности имеют практическую значимость и их необходимо использовать чаще всего в комплексе для оценки любого вида хозяйственной деятельности предприятия. Между тем, необходимо определять случаи, когда конкурентоспособность приводит к повышению рыночной власти и повышению рыночной концентрации.

## Библиография

1. Бурда А.Г., Кочетов В.В. Рейтинговая оценка конкурентоспособности кондитерских предприятий // Научный журнал КубГАУ. 2006. №17. С. 98-117.
2. Государственная программа «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» Утверждена постановлением Правительства от 15 апреля 2014 года №328.
3. Коваленко В.В., Тункина М.А. Формирование системы планирования и прогнозирования в условиях изменяющейся рыночной конъюнктуры // Вопросы экономики и права. 2015. №85. С. 86-91.
4. Мокроносов А.Г., Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность. Екатеринбург, 2014. 194 с.
5. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности. Приказ Росстандарта от 07.10.2016 № 1326-ст.

6. Рейтинг организаций по выручке. URL: <https://www.testfirm.ru/rating/11/sevastopol/>
7. Тарануха Ю.В. Конкурентные стратегии. Современные способы завоевания преимуществ. М., 2016. 358 с.
8. Финансовая отчетность предприятий. URL: <http://government.ru/docs/11912/>

## **Problems of increasing the competitiveness of enterprises in the Sevastopol region**

**Valentina P. Pavlyuk**

PhD in Economics, Senior Lecturer,  
Department of Economics,  
Lomonosov Moscow State University (Sevastopol branch),  
299001, 7, Geroev Sevastopolya tr., Sevastopol, Russian Federation;  
e-mail: oleynik24@bk.ru

**Evgeniya Yu. Savicheva**

PhD in Economics, Associate Professor,  
Department of Economics,  
Lomonosov Moscow State University (Sevastopol branch),  
299001, 7, Geroev Sevastopolya tr., Sevastopol, Russian Federation;  
e-mail: evghfmgj@mail.ru

### **Abstract**

The development of entrepreneurship takes a special place in the system of ensuring the stability and balance of market processes and phenomena. It is competitiveness in the market at this moment of time that makes it possible to organize comprehensively justified activities of enterprises to achieve the objectives set for both large and small business entities. The research presented in this article examines the need to revise the methods for assessing competitiveness that enhance the development of the regional economy in the long term and the adaptation of domestic enterprises to the real conditions of their functioning, both in the external and internal environment. An assessment of the level of rating competitiveness based on the matrix approach of the beverage industry in the Sevastopol region is given. The use of the proposed rating of competitiveness on the basis of the matrix approach on the proposed system of indicators and criteria for assessing competitiveness will help the enterprise, identify the internal reserves of increasing competitiveness and apply them as an advantage in competition. The considered methods of assessing competitiveness are of practical importance and they should be used most often in a complex to assess any kind of economic activity of an enterprise.

### **For citation**

Pavlyuk V.P., Savicheva E.Yu. (2018) Problemy povysheniya konkurentosposobnosti predpriyatii Sevastopol'skogo regiona [Problems of increasing the competitiveness of enterprises in the Sevastopol region]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (4A), pp. 68-80.

**Keywords**

Concentration index, Herfindahl-Hirschman index, competitiveness, matrix approach, rating evaluation, regional level.

**References**

1. Burda A.G., Kochetov V.V. (2006) Reitingovaya otsenka konkurentosposobnosti konditerskikh predpriyatii [Rating evaluation of the competitiveness of the confectionery enterprises]. *Nauchnyi zhurnal KubGAU* [Scientific journal of KubSAU], 17, pp. 98-117.
2. *Finansovaya otchetnost' predpriyatii* [Financial statements of enterprises]. Available at: <http://government.ru/docs/11912/> [Accessed 02/02/2018]
3. *Gosudarstvennaya programma «Razvitie promyshlennosti i povyshenie ee konkurentosposobnosti» Utverzhdena postanovleniem Pravitel'stva ot 15 aprelya 2014 goda №328* [State program "Development of industry and increasing its competitiveness" Approved by the Government Decree of April 15, 2014 № 328].
4. Kovalenko V.V., Tunkina M.A. (2015) Formirovanie sistemy planirovaniya i prognozirovaniya v usloviyakh izmenyayushcheysya rynochnoi kon'yunktury [Formation of the system of planning and forecasting in the conditions of changing market conditions]. *Voprosy ekonomiki i prava* [Issues of economics and law], 85, pp. 86-91.
5. Mokronosov A.G., Mavrina I.N. (2014) *Konkurenciya i konkurentosposobnost'* [Competition and competitiveness]. Ekaterinburg.
6. Obshcherossiiskii klassifikator vidov ekonomicheskoi deyatel'nosti. Prikaz Rosstandarta ot 07.10.2016 № 1326-st. [All-Russian classifier of economic activities. The order of Rosstandart from 07.10.2016 № 1326-st.].
7. *Reiting organizatsii po vyruchke* [Rating of organizations by revenue]. Available at: <https://www.testfirm.ru/rating/11/sevastopol/> [Accessed 02/02/2018]
8. Taranukha Yu.V. (2016) *Konkurentnye strategii. Sovremennye sposoby zavoevaniya preimushchestv* [Competitive strategies. Modern ways of winning the advantages]. Moscow.