

УДК 332.146:338.242

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ
НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКАХ****Апенько С.Н., Мамонтов С.А.***ФГБОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»,
Омск, e-mail: apenkosl@yandex.ru*

Статья посвящена структурированию переменных и параметров, определяющих условия и результаты развития конкуренции на региональных потребительских рынках. Методологической спецификой предложенной структуры является постулирование удовлетворения конкурентных интересов конечных потребителей в качестве целевой направленности развития конкуренции. Конкурентные интересы рассматриваются как сочетание трех разнонаправленных составляющих: снижение цен; расширение для потребителей альтернатив выбора продуктов производства; повышение качества товаров и услуг. В качестве нецелевых ограничительных результатов развития конкуренции рассматриваются показатели ее влияния на реализацию интересов предприятий-производителей и региональных властей. В качестве аргументов и условий развития конкуренции рассматриваются маркетинговая активность предприятий и межфирменное взаимодействие, а также влияние государственного фактора на развитие конкуренции и факторов спроса. Структурирование переменных и параметров в дальнейшем даст возможность сформировать, систематизировать и операционализировать систему показателей, методов, алгоритмов и инструментов проведения оценки развития конкуренции.

Ключевые слова: конкуренция, регион, рынок, оценка развития конкуренции, методология оценки

**METHODOLOGICAL FRAMEWORK FOR THE ASSESSMENT OF THE
DEVELOPMENT OF COMPETITION IN THE REGIONAL CONSUMER MARKETS****Apenko S.N., Mamontov S.A.***Omsk State University F.M. Dostoevsky, Omsk, e-mail: apenkosl@yandex.ru*

The article is devoted to the structuring of variables and parameters that define the conditions and results of the development of competition in regional consumer markets. Methodological specifics of the proposed structure are the premise of the interests of end consumers as a target orientation of competition development. Target orientation is considered as a combination of three different vectors of action: lower prices; increased consumer choice of alternatives to food production; improving the quality of goods and services. As inappropriate development in the competition are considered indicators of its impact on the realization of the interests of manufacturers and regional authorities. As arguments and conditions for the competition development are considered marketing activities and inter-firm interaction, the influence of public factors on the competition development, the demand factors influence. Structuring variables and parameters in the future will provide an opportunity to generate, systematize and operationalize the system of indicators, methods, algorithms and tools to assess the competition development.

Keywords: competition, region, market, assessment of competition development, evaluation methodology

**Краткий обзор современных
исследований по проблеме оценки
развития конкуренции**

Развитие конкуренции на региональных рынках является одним из приоритетных направлений деятельности органов государственного регулирования экономики, свидетельством чему являются, например, принятые Правительством РФ План мероприятий (дорожная карта) «Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики» [1], «Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации» [2], а также многочисленные отраслевые и региональные документы нормативного и управленческого характера, реализация которых направлена на улучшение конкурентной ситуации на рынках.

Прикладное, юридически зафиксированное определение конкуренции дано

в статье 4 Федерального закона «О защите конкуренции»: «конкуренция – 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» [3].

Общетеоретическим основанием подхода к регулированию экономики с учетом обязательности стимулирования развития конкуренции является теория рыночной конкуренции, которая показывает, что положительные черты совершенной рыночной конкуренции (оптимальное размещение ресурсов, тенденция к минимизации затрат и цен и др.) для экономики существенно важнее ее негативных сторон (рассредоточение и дробление ресурсов, вырождение конкурентного рынка в состояниях нерав-

новесия и др.) [4], особенно если эти отрицательные эффекты контролируются и регулируются государством.

Однако содержание (и понимание) конкуренции настолько широко и многозначно, что, по мнению ученых не существует единой теории конкуренции [5]. Практиков конкуренция (как сущность) чаще всего не интересует. А в различных теоретических трактовках (структурной, функциональной, поведенческой и др.) конкуренция «...выступает своеобразным инструментом решения других задач...» (Тарануха, [5, с. 14]). В то же время необходимость измерения, оценки конкуренции, состояния конкурентной среды, развития конкуренции и т.д. признается необходимым во многих случаях. «Существует много подходов к такому измерению, но каждый подход предназначен для ответа на конкретный вопрос, решение конкретных задач. Каждый из подходов может быть лучше или хуже другого в смысле адекватности поставленной задаче» (Авдашева, [5, с. 11]).

Упомянутые в начале статьи документы по развитию конкуренции в регионах носят комплексно-интегрирующий характер в том смысле, что они исходят из неявного предположения о том, что:

а) поскольку в развитии конкуренции заинтересованы государство и общество в целом, то в равной степени в этом заинтересованы и все участники рынка;

б) существует некая многоаспектная, но универсальная оценка рыночной конкуренции, результаты которой единообразно воспринимаются и трактуются участниками рынка.

Однако и цели оценки конкуренции для различных заинтересованных сторон (потребителей, производителей, государства), и характер понимания влияния развития конкуренции на поведение участников рынка различаются. Следствием этого является существование множества проблем терминологического, методологического, методического и инструментального характера при решении задач оценки развития конкуренции и сопряженных с ними задач.

Вышесказанное отражает изначальное противоречие, лежащее в основе проблемы формирования методологии оценки развития рыночной конкуренции в регионе: с одной стороны, в многоаспектности и многоплановости подходов к оценке развития конкуренции в регионе и, как следствие, множественности несогласованных еще на теоретико-методологическом уровне результатов этих оценок; с другой стороны – в необходимости выработки согласованной, интегрированной информации для приня-

тия управленческих решений, связанных с развитием конкуренции в регионе.

Комплексность, синергизм, учет различных аспектов проблемы, в том числе региональных особенностей и динамики социально-экономических факторов, предполагает необходимость изучения проблемы не путем механического объединения результатов различных исследований, а рассмотрение ее на методологическом уровне, предполагающем определение системы взаимозависимых целей и ориентацию на них, структуризацию объекта и предмета исследования, выработку и интеграцию системы методов, по возможности единую операционализацию показателей и проектно-организационное обеспечение.

Отметим, что такая попытка интеграции (точнее – сопоставления, сопряжения) оценок конкуренции со стороны различных участников рынка не может претендовать на всеобъемлющую универсальную оценку, что отражает наше согласие с точкой зрения С.Б. Авдашевой, что не существует «...теории, которая позволила бы сразу ответить на все вопросы, равно как и универсальной методики, позволяющей измерить конкуренцию» [5, с. 11].

Принятая в 2011 г. «Методика определения основных показателей и критериев оценки состояния конкурентной среды» [6] предполагает для оценки состояния конкурентной среды использовать показатели:

а) показатель интенсивности конкуренции, который определяет степень соперничества между конкурирующими на рынке хозяйствующими субъектами и базируется на данных, полученных в результате опросов хозяйствующих субъектов;

б) показатель состояния конкурентной среды, который определяет степень развития конкурентной среды и базируется на данных, полученных в результате опросов хозяйствующих субъектов и официальной статистической информации.

Отметим, что конкурентная ситуация при этом не исследуется с точки зрения потребителей. На необходимость учета и этого аспекта указывают, например, И.В. Князева [7], Н.Н. Заикин [9]. Роль методического инструментария региональной диагностики, заключающаяся в преобразовании и упорядочивании исходной информации в значимые с точки зрения управляющей подсистемы индикаторы, систематизация основных методов региональной диагностики исследована в работе М.А. Юдиной [8]. Общие, отраслевые и иные сопряженные аспекты развития конкуренции в регионах рассматриваются во многих работах последних лет. Так, акцент

на статистический анализ инновационной деятельности в регионах сделан в работе Н.Б. Медведевой [10], дифференциация регионального рынка медицинских услуг исследована Г.Р. Нугумановой [11], проблемы оценки особенностей развития и результативность региональной политики поддержки малого предпринимательства показаны в работе А.П. Вершининой [12], проблемы взаимосвязи конкурентоспособности экономики региона и антимонопольного регулирования – в работе П.П. Воронцова [13]. В работе В.В. Колегова [14] изучены особенности организации оценки регулирующего воздействия государства на состояние региона; показана необходимость такой оценки не только на федеральном уровне агрегированных данных, но и «изнутри» (на региональном уровне). А.Е. Чепик [15] делает акцент на статистических исследованиях неравномерности социально-экономического развития муниципальных образований региона. Исследования В.В. Волкова [16] посвящены конкурентоспособности субъектов хозяйственной деятельности на основе учета индивидуальных особенностей развития региона, Д.Р. Игошиной [17] – государственному регулированию деятельности естественных монополий на уровне региона». Е.С. Торбиной [18] изучен организационно-экономический механизм стратегического мониторинга социальной сферы муниципальных районов региона, в частности предложена система показателей информационного обеспечения мониторинга, методика определения стадий развития социальной сферы муниципальных районов. В диссертации Е.Н. Гребенкиной [19] обобщены теоретические положения и опыт применения методик оценки конкурентоспособности регионов, их функциональных и институциональных подсистем, дана системная оценка их достижений и недостатков, обоснована необходимость разработки методики, обеспечивающей продуктивный синтез теоретических и методических положений, позволяющих обеспечить количественную оценку конкурентоспособности каждого конкретного региона, базирующуюся на объективных, статистически достоверных данных. Конкурентоспособность автор предлагает оценивать исключительно на данных официальной статистики, что на наш взгляд, с одной стороны, приводит к оперированию излишне агрегированными показателями, с другой – исключает из рассмотрения источники информации, не подверженные официальной статистике, такие, например, как маркетинговые оценки или данные общественных организаций. О.П. Никифоро-

вой [20] изучены проблемы, оценка и регулирование развития локального продовольственного рынка региона. Повышению функциональной роли мониторинга общественного мнения в деятельности органов исполнительной власти на региональном уровне посвящены исследования Р.И. Назифуллина [21]. Тематика работ Е.Н. Бондаренко [22] – совершенствование методов оценки конкурентоспособности экономики региона. В.В. Гусевым [23] предложена укрупненная схема («когнитивная карта механизма») системной диагностики устойчивости социально-экономического развития региона. Е.С. Литвинчук [24] предлагает направления совершенствования мониторинга социальных факторов развития региона. Отраслевые аспекты конкуренции и связанные с ним проблемы рассмотрены в последние годы, например, в работах В.А. Черкасова [25], О.А. Рожковой [26], Н.В. Ходариновой [27], О.А. Пичугина [28] и других авторов.

Различные аспекты оценки конкуренции и конкурентной среды рассматривались на круглом столе, организованном Аналитическим центром при Правительстве РФ [29]. В частности, отмечалось, что конкуренция – это многомерное явление. Для разных измерений конкуренции необходимо определить свои показатели. В связи с этим были выделены две основные группы параметров: структурные показатели, которые характеризуются наличием тех или иных структурных факторов, влияющих на степень конкуренции на рынке, и результирующие показатели, характеризующие влияние конкуренции на результаты деятельности фирм.

Структурирование проблемы оценки развития конкуренции позволит обосновать методологические основы мониторинга развития конкуренции в регионе: выявить и структурировать цели; определить принципы оценки, обусловленные различными подходами; структурировать информационно-аналитическую базу, что в дальнейшем даст возможность сформировать, систематизировать и операционализировать систему показателей, методов, алгоритмов и инструментов проведения оценки.

Цель исследования

Цель: обоснование и построение модели конкуренции на региональных потребительских рынках путем выделения и структурирования переменных – аргументов, целей, ограничений и параметров, определяющих зависимость результатов конкуренции от определяющих ее условий. Особенностью моделирования является ме-

тодологический акцент на потребительские интересы как целевую направленность развития конкуренции и соответствующее влияние государственного регулирования рынков на развитие конкуренции.

Материалы и методы исследования

Говоря о развитии конкуренции в регионе, мы имеем в виду прежде всего рынки B2C, на которых в качестве потребителей выступают жители региона. Для построения модели оценки конкуренции рассмотрим вначале общую модель рынка, затем декомпозируем ее, уточняя и конкретизируя отдельные составляющие, учитывающие особенности регионального потребительского рынка. В общей модели выделим два рынка, на которых конкурируют фирмы: рынок ресурсов и рынок конечных потребителей (рис. 1). Поведение участников этих рынков, формирующих спрос и предложение на ресурсы и конечные товары и услуги, а также механизм ценообразования, зависящий от структуры рынка и внешних факторов, влияющих как на субъекты рынка, так и на рыночный механизм, определяют рыночную среду, в которой и происходит соперничество (конкуренция) фирм.

Декомпозиция общей модели требует предварительной расстановки терминологических и методологических акцентов.

Для целей исследования зафиксируем используемое далее понимание термина методология: «Методология – учение об организации деятельности» [30, с. 20]. Под организацией здесь мы вслед за авторами данного определения понимаем «внутреннюю упорядоченность, согласованность взаимодействия более или менее дифференцированных и автономных частей целого, обусловленного его строением, а также совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого» [30, с. 20].

Такой методологический акцент обусловлен следующими соображениями.

I. Приведенное определение не противоречит многоуровневому пониманию методологии:

- а) философский уровень;
- б) общенаучный;
- в) частнонаучный;

г) технологический – конкретные методики и техники исследования (см., например, [31] и др.).

II. В частности, первые два уровня методологии применительно к нашему исследованию определяют следующие методологические принципы научного познания и их проявления:

а) принцип детерминизма, выступающий в контексте данного исследования, прежде всего, в форме причинности как совокупности обстоятельств, обуславливающих некоторое явление; и предполагающий наличие разнообразных объективно существующих форм взаимосвязи явлений, некоторые из которых выражаются в виде не только прямых зависимостей, но и как соотношения неопределенности, многоаспектности, вероятности, конвергенции;

б) принцип соответствия, проявляющийся в контексте данного проекта путем идентификации общей межпредметной области исследования, что не отрицает предшествующего знания по сути, а выявляет существующие границы его применимости и расширяет их, тем самым создавая предпосылки для получения нового знания;

в) принцип дополнительности, проявляющийся в контексте исследования как возможность описания одной и той же проблемной области различными теориями. Важнейшим частным следствием указанных принципов применительно к нашему исследованию является его комплексность и интегративность.

III. Явно выраженная практико-ориентированность проблемы, в том числе с учетом имеющейся потребности не в разовой, а регулярно проводимой оценке рыночной конкуренции. Например, «Стандартом развития конкуренции» [2] предусмотрено проведение ежегодного мониторинга конкурентной ситуации в регионе, для которого стандартом обозначены общие принципы и содержательное наполнение. Методика и, как следствие, система организации проведения мониторинга стандартом не описана, а ее определение возлагается на региональные структуры.

Учитывая это, а также принимая во внимание проблемы и противоречия, описанные во введении, можно говорить о том, что деятельность по оценке конкуренции носит признаки и репродуктивной (копируемой из прошлого опыта) и продуктивной (создающей новый результат) деятельности. В этом случае использование организационного аспекта понимания методологии позволит сосредоточить внимание на «...упорядоченности, согласованности... автономных частей целого...» и др. аспектах методологии как процесса оценки конкуренции, так и сопряженных с ним проблем определения потребностей в оценочной деятельности, предмета, методов оценки и т.д. Иными словами, сосредоточиться на логической и временной структуре деятельности как составляющих «схемы методологии» [30, с. 25].

IV. Отметим еще несколько важных аспектов, связанных с понятием «развитие конкуренции в регионе». По своей сущности, конкуренция – это процесс, «непрерывный и непрекращающийся, а не смена разных состояний» ([5], с. 11). Причем завершение этого процесса, например, для обанкротившейся фирмы не означает завершения процесса для всего рынка.

Это, с одной стороны, свидетельствует еще об одной стороне конкуренции: ее средовом характере (в том смысле, что конкуренция проявляется как синергия, и интегрирующая рыночную деятельность предприятий, и являющаяся средой этой рыночной деятельности), порождаемым ее процессными свойствами: функционируя в конкурентной среде, фирмы своей деятельностью также влияют на свойства этой среды. В этом контексте непрерывность деятельности предприятий и предопределяет процессную природу конкуренции.

С другой стороны, рассмотрение конкуренции как процесса обуславливает необходимость применения методов сравнительной статистики для оценки развития конкуренции (через фиксацию и оценку состояний этого процесса).

Таким образом в количественном смысле под развитием конкуренции будем понимать изменение показателей, полученных в разные периоды (в разных состояниях). С таким подходом связаны некоторые методологические аспекты, которые необходимо учитывать в дальнейшем. Во-первых, это вопрос соотношения и интерпретации оценок развития конкуренции: они могут зависеть от точки зрения участников рынка (потребителей, производителей, государства). Во-вторых, вопрос о необходимости использования единой измерительной модели при проведении оценок в разные периоды.

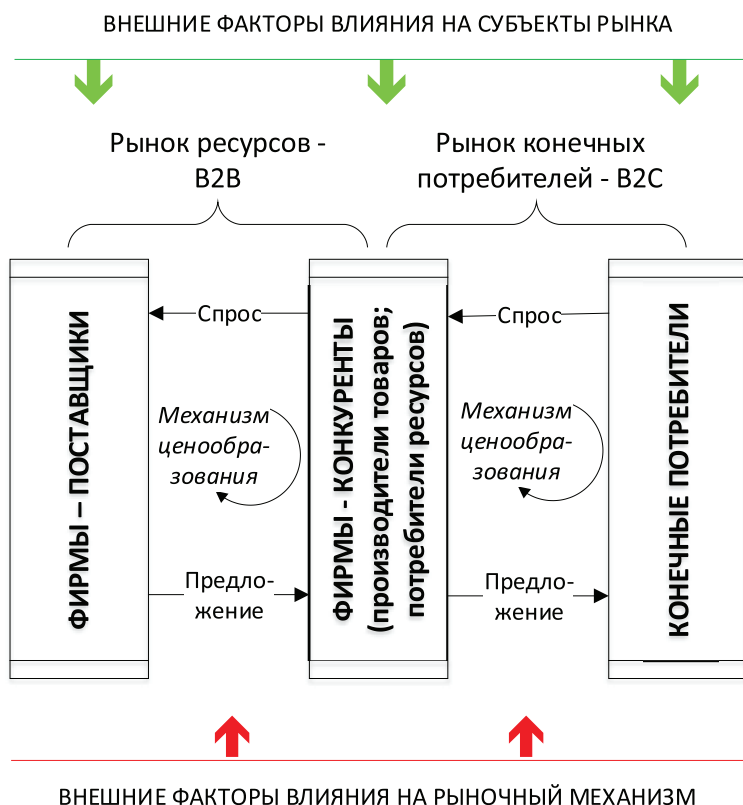


Рис. 1. Взаимодействие потребительского и ресурсного рынков как основа формирования конкурентной среды

Важной составляющей оценки конкуренции в контексте понимания термина «организация» как внутренней упорядоченности, согласованности взаимодействия частей целого является понимание границ региона и границ региональных рынков. Границы рынков определяются через характеристики товара как средства удовлетворения потребностей (в частности, способность к замещению в потреблении и, как следствие, в спросе), а также территориальная доступность товаров и услуг. Выделение границ рынков носит нетривиальный характер и требует рассмотрения в каждом отдельном случае. Что касается границ региона, то, учитывая относительную самостоятельность регионов административно-территориального деления страны, в том числе в части регулирования рынков, целесообразно в качестве границ региона оценки конкуренции рассматривать административные границы региона.

Еще одним проблемным для оценки развития конкуренции в регионе аспектом является соотношение оценок конкуренции на отдельных рынках, в отдельных территориальных образованиях и в регионе в целом. Очевидно, механическое суммирование или усреднение оценок, полученных для рынков (отраслей), не позволит получить единую содержательную оценку внутрирегиональной конкуренции.

Результаты исследования и их обсуждение

Для общей модели, представленной ранее (см. рис. 1), введем следующие ограничения,

которые, по нашему мнению, могут служить естественными предпосылками следующего уровня моделирования конкуренции на региональных потребительских рынках.

1. Будем исходить из предположения, что целью развития конкуренции на потребительском рынке (а значит, и целью государственной политики содействия развитию конкуренции на нем) является более полное удовлетворение потребителей в товарах и услугах. То есть конкуренция в конечном счете должна развиваться в интересах конечных потребителей. Отметим, что это предположение не является единственно возможным. Например, предприятия могут быть заинтересованы в ограничении конкуренции: более выгодных рыночных условиях для себя и ограничениях – для соперников. Тем не менее необходимость построения непротиворечивой модели и, главное, представление о благотворном влиянии конкуренции на экономику потребительских рынков обуславливает это ограничение.

2. Интересы потребителей будем понимать, как сочетание трех составляющих:

- а) снижение цен;
- б) расширение альтернатив выбора продуктов;

в) повышение качества товаров и услуг.

Отметим, что изменения этих составляющих чаще всего носят разнонаправленный характер. Так, с точки зрения производителей, улучшение свойств и разнообразия товаров, как правило, приводит к увеличению затрат на его производство и, как следствие, к возможному повышению цены или, при сохранении цены, снижению прибыльности и т.д.

3. С точки зрения экономической теории совершенная конкуренция, как предельное состояние конкуренции, характеризуется четырьмя признаками:

а) однородностью продукции;

б) большим количеством независимых и незначительных по объему производства/потребления участников рынка;

в) свободой входа на рынок участников и выхода из него;

г) полной информированностью участников о характеристиках рынка.

В контексте специфики потребительского рынка будем исходить из следующего:

а) рынок неоднороден (дифференцирован), что обусловлено индивидуальными субъективными предпочтениями потребителей; рынок может быть сегментирован на группы похожих по своим потребительским предпочтениям и иным параметрам потребителей; адаптация производителей под неоднородность рынка реализуется на основе маркетинговых стратегий конкуренции, разрабатываемых и реализуемых фирмами-производителями товаров и услуг;

б) количество потребителей велико и соответствует условиям конкурентного рынка;

в) рыночный вход/выход со стороны потребителей обусловлен ценовыми и неценовыми факторами спроса (изменение дохода, склонность к замещению и др.); рыночный вход/выход производителей обусловлен ожидаемой/фактической экономической эффективностью их деятельности;

г) и потребители, и производители заинтересованы в получении информации о характере конкуренции на рынке.

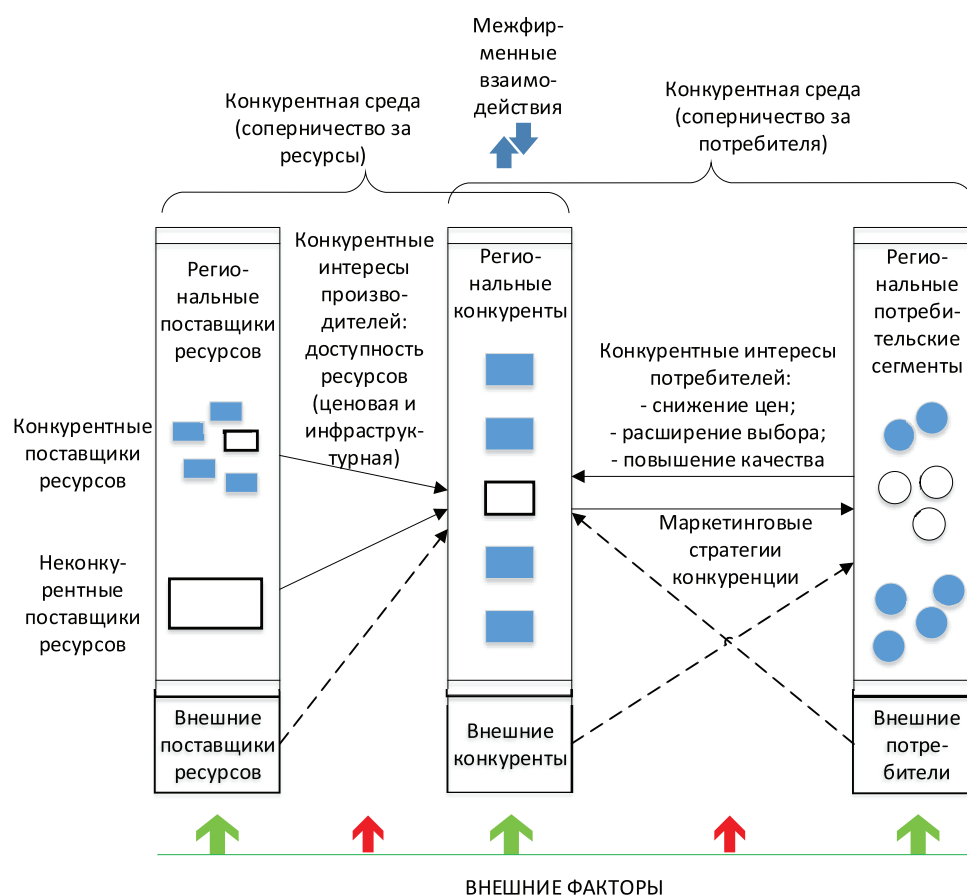


Рис. 2. Модель конкуренции на региональном потребительском рынке; внешние факторы показаны далее (рис. 3)

4. Следующие причины позволяют, по нашему мнению, на данном уровне агрегирования модели объединить спрос и предложение на рынке ресурсов в единую связь «доступность ресурсов» между субъектами ресурсного рынка:

а) спрос на ресурсы на B2B является производным от спроса на B2C (наличие второго обуславливает наличие первого);

б) для производства товаров и услуг, как правило, необходимо множество разнообразных ресурсов, которые приобретаются на рынках с различными конкурентными свойствами;

в) большинство универсальных ресурсов (энергия, вода и др.), как правило, поставляются естественными монополистами, что, даже при наличии иных необходимых ресурсов, делает доступность этих универсальных ресурсов критически необходимой; но в случае рынка чистой монополии функция предложения даже теоретически не определяется (имеет многозначный характер).

5. Отметим также, что на конкурентную ситуацию внутри региона могут оказывать существенное влияние и поставщики, и производители, и потребители других регионов.

Наличие двух взаимодействующих рынков (рынка ресурсов и рынка конечной продукции) обуславливает наличие в конкурентной среде, в которой функционируют предприятия – производители продукции, двух взаимозависимых и взаимопересекающихся конкурентных сред (рис. 2).

Рассматривая конкуренцию как взаимодействия (взаимоотношения) фирм-производителей, происходящие в зоне пересечения конкурентных сред, отметим, что

это взаимодействие может иметь не только характер соперничества (таблица).

Исходя из характера взаимодействия потенциальных соперников-конкурентов, можно сделать предположение о том, что развитию конкуренции в интересах потребителей соответствуют, прежде всего, взаимоотношения типа «М» (маркетинг), если при этом отсутствуют взаимоотношения типа «Ф» (функциональное) и «И» (информационное). И наоборот, наличие взаимоотношений типа «И» может косвенно свидетельствовать о потенциальном сговоре; наличие взаимоотношений типа «Ф» – о возможной горизонтальной интеграции.

В таком случае взаимоотношения типа «И» или «Ф» потенциально снижают внутрирегиональную конкуренцию, типа «М» (при отсутствии «И» и «Ф») – повышают.

Отметим также, что в некоторых случаях функциональное и информационное взаимодействие может иметь и положительный для региональной экономики характер, например, в случае необходимости противостояния вхождению на региональный рынок сильных внешних игроков, которые могут подавить внутреннюю конкуренцию (Клейнер, Тарануха [5]).

Выводы

В результате проведенного моделирования можно предложить принципиальную модель конкуренции, функционально связывающую результаты процесса конкуренции с аргументами и параметрами, характеризующими конкурентную среду (рис. 3). Эта модель не носит строго математического характера, но является начальным содержательным шагом для ее построения.

Типы взаимоотношений между компаниями (по Г.Б. Клейнеру [5], структурировано)

Усл. обозначение	Характер взаимодействия	Безразличие	Конкуренция	Контактирование	Копродукция	Кооперация	Координация	Козволюция	Консолидация
Ф	Наличие (+) или отсутствие (–) функциональных взаимодействий субъектов, т.е. взаимодействий в ходе их производственно-хозяйственной деятельности	–	–	–	+	+	+	–	+
И	Наличие (+) или отсутствие (–) информационных взаимодействий субъектов, обмен текущей (ситуационной) информацией	–	–	+	–	+	–	+	+
М	Учет (+) отсутствие учета (–) информации о долгосрочных намерениях и интересах субъектов	–	+	–	–	–	+	+	+

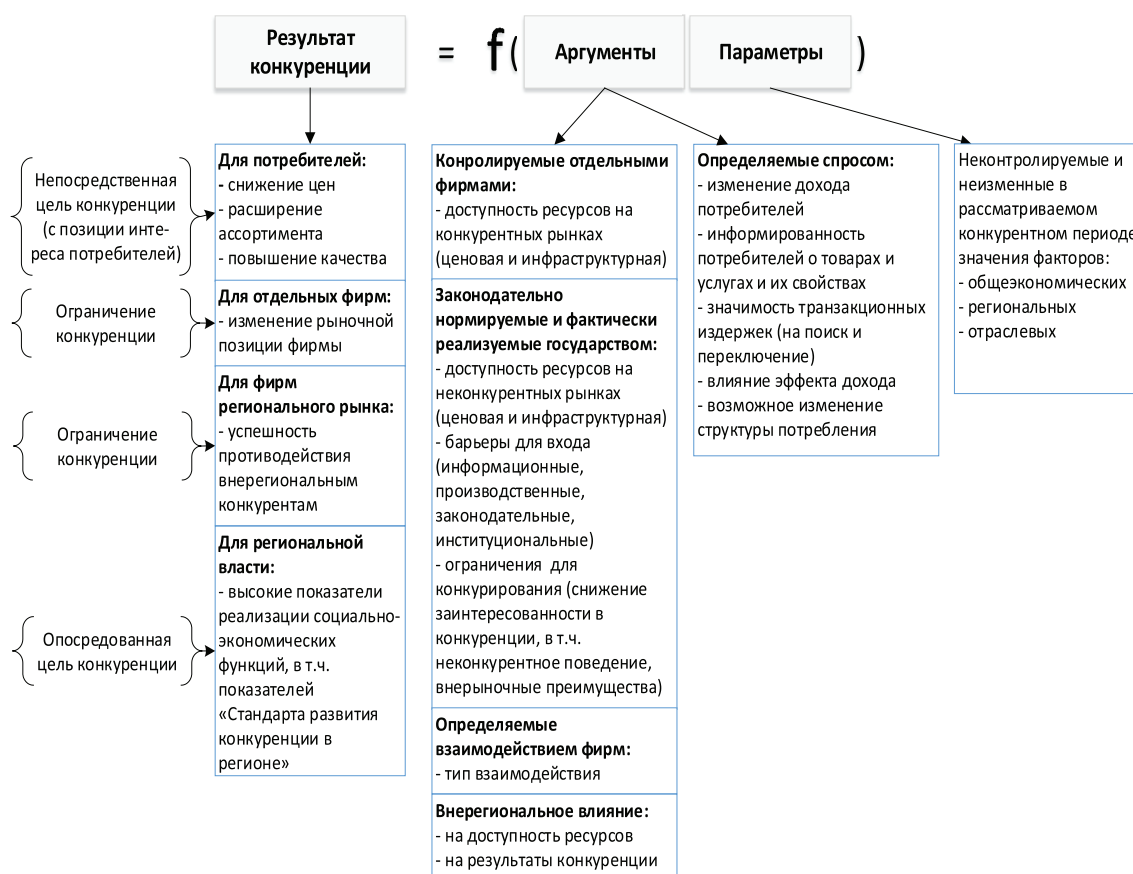


Рис. 3. Принципиальная модель конкуренции на потребительском рынке региона – основа для построения модели измерения конкуренции: предмет оценки конкуренции (комплекс неоперационализованных¹ показателей условий и результатов конкуренции).
Примечание. ¹Операционализация показателей может различаться для разных отраслей (рынков)

$f()$ – это формальное представление конкуренции как функции. Выявить математический вид этой функции на данном этапе построения модели не представляется возможным. Скорее всего, это вряд ли удастся сделать в явном виде. Тем более что и аргументы, и параметры, и результаты многомерны и сложноформализуемы.

Функция $f()$ в данной модели имеет латентный характер и отражает экономические функции конкуренции (стимулирующую, селекционную и т.д.). Практиков, как уже говорилось во введении, вряд ли интересует математическое представление этой функции и сущностный смысл самой конкуренции. Тем не менее установление взаимосвязи между условиями и результатами конкуренции – и практически, и теоретически значимо. Решение этой задачи требует последующей операционализации показателей, приведенных в модели, построения соответствующих шкал, последующего измерения, анализа и интерпретации

показателей. Как предположение отметим, что в качестве претендентов на соответствующие методы можно рассматривать многомерное шкалирование, факторный анализ, метод анализа иерархий Саати и другие (операционализация показателей и выбор моделей в данной статье не приводится). В свою очередь оценка развития конкуренции может быть представлена как изменение полученных в разные периоды времени результатов конкуренции с выявлением переменных или параметров, вносящих основной вклад в это изменение.

Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, Правительства Омской области, № проекта 17-12-55007.

Список литературы

1. План мероприятий («дорожная карта») «Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики» [Текст]: распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2012 г. № 2579-р [Электронный ресурс]. – URL: <http://government.ru/docs/3386/> (дата обращения: 21.09.2017).

2. Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации [Текст]: распоряжение Правительства РФ от 5 сентября 2015 г. № 1738-р [Электронный ресурс]. – URL: <http://fas.gov.ru/vazhnaya-informacziya/standart-razvitiya-konkurenczii/> (дата обращения: 21.09.2017).
3. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ [Текст]: Принят Государственной Думой РФ 8.07.2006 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/ (дата обращения: 21.09.2017).
4. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 3-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. – СПб.: «Экономическая школа» ГУ ВШЭ, 2008. – Т. 2. – 512 с.
5. Вопросы теории конкуренции. Отчет по итогам круглого стола 19.05.2010 // Современная конкуренция. – 2010. – № 3 (21). – С. 4–37.
6. Об утверждении методики определения основных показателей и критериев оценки состояния конкурентной среды [Текст]: Приказ Министерства экономического развития РФ от 4 апреля 2011 г. № 137 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55071063/#ixzz4tHUVpmk5> (дата обращения: 21.09.2017).
7. Князева И.В. Сохранение конкуренции на рынке – стратегическая задача антимонопольной политики в Сибирском федеральном округе // Научные записки Сибирской академии государственной службы. – Новосибирск, 2006. – С. 3–8.
8. Юдина М.А. Диагностика проблем развития региональных социально-экономических систем на основе мультипараметрического моделирования (на примере Омской области): автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Екатеринбург, 2015. – 24 с.
9. Заикин Н.Н. Особенности развития конкурентной среды России в условиях глобальной нестабильности: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Томск, 2015. – 21 с.
10. Медведева Н.Б. Статистический анализ инновационной деятельности в Российской Федерации: региональный аспект: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2016. – 30 с.
11. Нугуманова Г.Ф. Оценка структурной дифференциации регионального рынка медицинских услуг (на примере Республики Татарстан): автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Казань, 2015. – 25 с.
12. Вершинина А.П. Оценка особенностей развития и результативность региональной политики поддержки малого предпринимательства: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Барнаул, 2015. – 26 с.
13. Воронцов П.П. Обеспечение конкурентоспособности экономики региона на основе инструментария антимонопольного регулирования: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Ростов-н/Д, 2015. – 24 с.
14. Колегов В.В. Совершенствование системы оценки регулирующего воздействия в государственном управлении на региональном уровне: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2015. – 26 с.
15. Чепик А.Е. Статистическое исследование неравномерности социально-экономического развития муниципальных образований региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2015. – 23 с.
16. Волков В.В. Повышение конкурентоспособности субъектов хозяйственной деятельности на основе учета индивидуальных особенностей развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Тамбов, 2015. – 22 с.
17. Игошина Д.Р. Государственное регулирование деятельности естественных монополий на уровне региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2015. – 20 с.
18. Торбина Е.С. Организационно-экономический механизм стратегического мониторинга социальной сферы муниципальных районов региона (на примере Оренбургской области): автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Челябинск, 2016. – 25 с.
19. Гребенкина Е.Н. Управление конкурентоспособностью регионов: стратегические направления и инструментарий: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Курск, 2014. – 23 с.
20. Никифорова О.П. Развитие локального продовольственного рынка региона: оценка и регулирование: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Улан-Удэ, 2014. – 24 с.
21. Назифуллин Р.И. Повышение функциональной роли мониторинга общественного мнения в деятельности органов исполнительной власти на региональном уровне: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Кисловодск, 2014. – 24 с.
22. Бондаренко Е.Н. Совершенствование методов оценки конкурентоспособности экономики региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Владикавказ, 2014. – 24 с.
23. Гусев В.В. Совершенствование методического обеспечения устойчивого социально-экономического развития региона на основе его системной диагностики: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Барнаул, 2014. – 27 с.
24. Литвинчук Е.С. Совершенствование мониторинга социальных факторов развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Курск, 2014. – 23 с.
25. Черкасов А.В. Организационно-методический инструментарий развития локального продовольственного рынка в регионе: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Тамбов, 2014. – 23 с.
26. Рожкова О.А. Межбанковская конкуренция на региональном уровне: оценка и регулирование (на примере Самарской области): автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Самара, 2014. – 24 с.
27. Ходаринова Н.В. Особенности и пути повышения эффективности регулирования товарных рынков промышленной продукции с ограниченной конкуренцией // Современная экономическая мысль. – 2013. – № 2. – С. 47–52.
28. Пичугин О.А. Применение технологий стратегического и антикризисного управления конкуренцией на рынке сельскохозяйственной продукции региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Екатеринбург, 2012. – 22 с.
29. Круглый стол «Вопросы теории конкуренции» // Современная конкуренция. – 2010. – № 3(11). – С. 4–37.
30. Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология. – М.: СИНТЕГ, 2007. – 668 с.
31. Новая философская энциклопедия: В 4-х т. – М.: Мысль, 2000. – Интернет-версия издания: Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Институт философии РАН; Национальный общественно-научный фонд. – <https://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/page/about> (дата обращения: 21.09.2017).
32. Инструментарий для оценки воздействия на конкуренцию. В 2-х т. Версия 2.0. – Организация экономического сотрудничества и развития. – OECD 2011. – [Текст]: <http://www.oecd.org/competition/toolkit> (дата обращения: 21.09.2017).