

персонифицированный учет накопленных страховых взносов и доходов от инвестиций и информировать ежегодно застрахованных граждан о состоянии их лицевого счета.

В целях перманентного контроля финансовой обеспеченности пенсионных обязательств и их соответствия накопленным пенсионным правам застрахованных по итогам финансового года необходимо проводить актуарное оценивание. Анализ исполнения финансовых функций Фонда, прогноз основных параметров его деятельности, оценка финансовой сбалансированности бюджета Фонда позволят выработать рекомендации по поддержанию финансовой устойчивости и стабильности бюджета Фонда не только на текущий момент, но и в среднесрочной перспективе. Результатом актуарного оценивания должно быть открытое актуарное заключение с характеристикой принятых Фондом долгосрочных финансовых обязательств перед застрахованными, размером пенсионных резервов и средств пенсионных накоплений.

Функции Фонда социальной защиты населения как субъекта инвестирования пенсионных накоплений должны существенно отличаться от его функций по управлению распределительной частью трудовой пенсии. Они обязаны предусматривать сотрудничество с государственной управляющей компанией на основе договоров доверительного управления средствами пенсионных накоплений, а также работу специализированного депозитария по учету прав на имущество Фонда. Все операции, связанные с формированием пенсионных накоплений, а также связанные с выплатой накопительной части трудовой пенсии необходимо учитывать отдельно от других операций. Оплата необходимых расходов по управлению накопительной составляющей должна производиться из средств страховых взносов на формирование накопительной части пенсии.

Договоры об оказании услуг специализированного депозитария и договоры доверительного управления средствами пенсионных накоплений необходимо заключать на конкурсной основе с учетом инвестиционного индекса управляющей компании. Средства пенсионных накоплений не могут инвестироваться в ценные бумаги зарубежных эмитентов, не имеющих кредитных рейтингов признанных международных агентств на уровне инвестиционного класса.

Н.Н. Анохина, БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА ИНТЕНСИВНОСТИ КОНКУРЕНЦИИ

В ходе анализа конкретных сторон деятельности конкурентов часто возникают вопросы, связанные с необходимостью объяснения мотивов тех или иных действий. Многие из них продиктованы конкурентной средой — совокупностью субъектов рынка и их отношениями, складывающимися в ходе соперничества при проектировании, производстве, реализации и эксплуатации продукции. Ее диагностика представляет собой важный этап

исследовательского процесса, необходимый для формирования более полного и точного представления о внутренних мотивах поведения конкурентов.

Уровень активности конкурентной среды является определяющим моментом в построении маркетинговой политики организации, в выборе средств и методов ведения конкурентной борьбы. Ее оценка является необходимым элементом подготовки маркетинговых мероприятий.

Одной из важнейших характеристик активности конкурентной среды следует считать степень противодействия конкурентов в борьбе за потребителей и новые рыночные ниши или интенсивность конкуренции. Ввиду сложности непосредственной оценки взаимоотношений факторов конкурентной среды возможно косвенное измерение интенсивности конкуренции. Оно основано на оценке реально контролируемых следствий данных отношений. Существует два агрегированных фактора определяющих интенсивность конкуренции: распределение рыночных долей между конкурентами и рентабельность рынка.

Для оценки характера распределения рыночных долей между конкурентами обычно используют показатель, отражающий степень концентрации производства в отрасли. Он позволяет оценить степень монополизации рынка и является величиной, обратной интенсивности конкуренции. В соответствии с принятой практикой расчета используется так называемый четырехдольный показатель концентрации CR_4 (Concentration Ratio), который представляет собой общую долю четырех наиболее крупных организаций на рассматриваемом рынке. Существенным недостатком данного показателя считается его «нечувствительность» к различным вариантам распределения долей между конкурентами.

Другим известным подходом, частично лишенным этого недостатка, представляется оценка распределения рыночных долей с помощью суммы квадратов рыночных долей конкурентов – индекса Херфиндала I_H . Значение индекса Херфиндала увеличивается по мере роста концентрации в отрасли и достигает единицы при чистой монополии.

Для модифицированного индекса Херфиндала-Хершмана суммы квадратов долей рассчитываются только для первых 50 наиболее крупных организаций, работающих на анализируемом рынке. Расчеты индекса Херфиндала-Хершмана для белорусских отраслей промышленности свидетельствуют о высокой концентрации соответствующих рынков.

Кроме того, в мировой практике существуют другие подходы, позволяющие получить аналогичные результаты (индекс Розенблюта, коэффициент Джини и другие).

Указанные показатели, несмотря на их достаточно высокую информативность, дают лишь общую оценку распределения долей без учета конкретных особенностей рынка. Для более полной оценки взаимовлияния интенсивности конкуренции и распределения долей рынка между предприятиями целесообразно обратиться к опыту ведения конкурентной борьбы.

Существует некоторая критическая пропорция долей двух независимых конкурентов, когда стремление к изменению данной пропорции затухает. Обычно эту пропорцию определяют как 2:1 и более. Отсутствие существенного различия значений рыночных долей значительно повышает активность предприятий в борьбе за конкурентные преимущества. Более слабые пытаются атаковать ближайших конкурентов, незначительно превосходящих их по степени доминирования на рынке. В свою очередь, более сильные стремятся утвердить свою позицию, что также требует определенных усилий.

Наибольшая конкурентная активность наблюдается при примерном равенстве долей. В этом случае при равносильности конкурентов, их стратегии часто идентичны, что является признаком неустойчивого, конфликтного состояния на рынке. Таким образом, можно сделать вывод, что при отсутствии явных лидеров и аутсайдеров, когда весь рынок рассматриваемого товара представлен конкурентами, владеющими равными долями рынка (при прочих равных условиях) — интенсивность конкуренции максимальна.

Данное положение является основой для оценки интенсивности конкуренции на заданном товарном рынке с помощью измерения степени сходства рыночных долей конкурентов. Для такой оценки целесообразно воспользоваться коэффициентом вариации, равным отношению среднеквадратического отклонения долей к их среднеарифметическому значению. Очевидно, что чем выше коэффициент вариации, тем ниже интенсивность конкуренции и наоборот.

Нетрудно заметить, что среднее арифметическое значение долей всей совокупности предприятий зависит только от количества фирм, работающих на рассматриваемом рынке.

Другим важным экономическим фактором, определяющим интенсивность конкуренции, является коэффициент рентабельности рассматриваемого рынка R , определяемый отношением совокупной прибыли, полученной предприятиями на данном рынке к общему объему продаж.

Рынок с высокой рентабельностью характеризуется превышением спроса над предложением. Это обстоятельство позволяет реализовывать цели, стоящие перед организациями, относительно бесконфликтными приемами и методами, не затрагивающими интересы конкурентов. С уменьшением прибыльности бизнеса ситуация меняется на противоположную.

Помимо индикатора прибыльности рынка коэффициент рентабельности R показывает уровень активности конкурентной среды предприятий. Чем R выше, тем сильнее влияние предприятия на рынке и, следовательно, тем меньше оно зависит от конкурентов, поставщиков, потребителей и т.п. Таким образом, чем выше рентабельность, тем ниже интенсивность конкуренции и, наоборот.

Рассмотренные факторы не исчерпывают все возможные направления влияния конкурентной среды на интенсивность конкуренции. В частности, не акцентировалось внимание на технологических нововведениях, модификации продукции, изменении стратегической значимости рынка и других важных факторах, способных существенно изменить характер конкурентной борьбы.

Однако при детальном рассмотрении абсолютное большинство изменений конкурентной среды находит отражение в динамике рыночных долей конкурентов и рентабельности рынка, что подтверждают исследования конкуренции.

Для удобства проведения сравнительного анализа интенсивности конкуренции на различных рынках (сегментах рынка) и оценки их привлекательности с точки зрения конкурентной активности представляется полезным оперирование обобщенной характеристикой интенсивности конкуренции.

Более полный учет различных сторон деятельности конкурентов позволит детализировать оценку и описывать с ее помощью все многообразие состояний анализируемой деятельности.

Т.Н. Байбардина, БТЭУПК (Гомель)

РЕФОРМИРОВАНИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Идея реформирования отечественных предприятий, совершенствования их деятельности, возникшая в результате трансформации общественного сознания, изменений, происходящих в социально-экономической среде, обусловлена объективными предпосылками для решения задач рационального и эффективного использования ресурсного потенциала потребительской кооперации в целях удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений сельского населения Республики Беларусь.

Необходимость реформирования потребительской кооперации весьма актуальна для Республики Беларусь. Экономика потребительской кооперации является составной частью единого общенационального (общереспубликанского) народнохозяйственного комплекса, имела и имеет многоотраслевой, интегрированный характер. Вместе с тем, являясь частью целого организма народного хозяйства страны, развитие потребительской кооперации должно осуществляться в контексте с принятой и утвержденной национальной стратегией устойчивого развития РБ. В рамках разработанной и принятой модели устойчивого развития РБ, вектор развития потребительской кооперации не может противоречить процессу развития как страны, так и процессу развития мировой цивилизации в целом.

Современный этап развития рыночных реформ в Белоруссии все более обостряет производственные, экономические, организационные и финансовые отношения между предприятиями как смежных, так и родственных видов деятельности. Стратегия подъема отечественных производств становится главным направлением хозяйственной деятельности предприятий и организаций практически всех отраслей как народного хозяйства в целом, так и системы потребительской кооперации в частности.

Усиление конкуренции в эффективном производстве и реализации продукции, предоставлении разного рода услуг населению требует от