

3. Об утверждении Методики оценки эффективности использования средств федерального бюджета, направляемых на капитальные вложения : приказ от 24.02.2009 № 58 (от 27.04.2009 № 13833) // Российская газета. – 22 мая 2009 г.

4. Грахов В. П., Викторов М. Ю., Коцеев В. А. Основные факторы реализации национального проекта по жилью // Интеллектуальные системы в производстве. – 2006. – С. 150–156.

E. A. Aristova, Master's Degree Student, Kalashnikov Izhevsk State Technical University
I. B. Ivanova, PhD in Economics, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

Technique of Productivity Estimating of Government-Commercial Partnership in Investment Project

The article presents author's method of estimating the government-commercial partnership. This method is based on the system of indicators from the position of each participant in investment project of complex low-rise construction.

Key words: government-commercial partnership, investment project, innovation, efficiency, productivity.

УДК 339.137

К. В. Шутова, магистрант, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова
Н. Г. Соколова, доктор экономических наук, доцент, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ОХРАННЫХ УСЛУГ ГОРОДА ИЖЕВСКА

Данная статья посвящена конкурентному анализу рынка. Проведен конкурентный анализ рынка охранных услуг, на основании которого можно оценить положение интересующей нас организации на рынке.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, конкуренты, рыночная квота, конкурентный анализ, рынок охранных услуг.

По мнению Б. А. Соловьева, конкурентный анализ представляет собой анализ конкурентной ситуации и оценку степени конкурентных преимуществ, как самой организации, так и ее соперников на рынке. Задача заключается в том, чтобы установить преимущество организации или ее продукции, а также оценить, как это преимущество можно сохранить в конкретной ситуации [1, 2].

В данном случае проведен конкурентный анализ рынка охранных услуг города Ижевска. Для этого рассмотрены имеющиеся на рынке города охранные организации, каковых на 2013 г. насчитывается 84, и проведен конкурентный анализ, основанный на занимаемых каждой из организаций конкурентных квотах в 2011 и 2013 гг. Перечень охранных организаций, их конкурентные квоты и прирост конкурентных квот представлены в форме табл. 1.

Таблица 1. Охранные организации г. Ижевска, их конкурентные квоты и приросты рыночных долей

№ п/п	Наименование организации	Конкурентная квота по годам		Прирост конкурентных квот, t_i	$(t_i - t_{ср1, 2})^2$
		2011	2013		
1	Охранное предприятие «Рунд»	0,11	0,12	4,166666667	17,52817778
2	Замок	0,09	0,1	5	25,2004
3	Охранная организация «Центр»	0,1	0,08	-12,5	155,7504
4	ЧОП «Крепость»	0,09	0,07	-14,28571429	203,5106041
5	ТОО «Охранная служба предпринимательства»	0,06	0,07	7,142857143	51,30652245
6	Партнер	0,05	0,05	0	0,0004
7	Пост-Сервис	0,05	0,05	0	0,0004
8	РМД	0,05	0,04	-12,5	155,7504
9	Пуаро-Ижевск	0,012	0,019	18,42105263	340,0724222
10	Легион-С	0,013	0,013	0	0,0004
11	Охранное предприятие «Риф»	0,007	0,013	23,07692308	533,4678556
12	Охранное предприятие «Витязь-1»	0,007	0,011	18,18181818	331,3061851
13	ЧОП «Щит-Нефтегаз»	0,006	0,011	22,72727273	517,4384165
14	Служба безопасности МРСК	0,009	0,01	5	25,2004
15	Охранное предприятие «Ассо»	0,008	0,01	10	100,4004
16	ОСП-Сервис	0,01	0,009	-5,555555556	30,64237531
17	ЧОП «Сталь»	0,009	0,009	0	0,0004
18	ЧОП «Атриум-СБ»	0,009	0,009	0	0,0004
19	Охранное предприятие «Легион Плюс»	0,009	0,009	0	0,0004

Продолжение табл. 1

№ п/п	Наименование организации	Конкурентная квота по годам		Прирост конкурентных квот, t_i	$(t_i - t_{ср, 2})^2$
		2011	2013		
20	Охранное предприятие «Редут»	0,009	0,009	0	0,0004
21	Орлан	0,009	0,009	0	0,0004
22	Эверест	0,009	0,009	0	0,0004
23	АСПЭК	0,008	0,009	5,555555556	31,08681975
24	Охранное предприятие «Мик»	0,007	0,009	11,11111111	123,9016346
25	ЧОП «Молот»	0,006	0,009	16,66666667	278,4448444
26	Святогор	0,005	0,009	22,22222222	494,7164494
27	Охранное предприятие «Сигма»	0,004	0,009	27,77777778	772,7164494
28	Частное охранное предприятие «Сегун»	0,003	0,009	33,33333333	1112,444844
29	Частное охранное предприятие «Люрикс Плюс»	0,003	0,009	33,33333333	1112,444844
30	Частное охранное предприятие «Бокар»	0,008	0,008	0	0,0004
31	Артемий	0,008	0,008	0	0,0004
32	Альфа	0,008	0,008	0	0,0004
33	Охранное предприятие «Форум»	0,006	0,008	12,5	156,7504
34	Орион	0,007	0,007	0	0,0004
35	Охранное предприятие «Гвард-сервис»	0,007	0,007	0	0,0004
36	Охранное предприятие «Кедр»	0,004	0,007	21,42857143	460,0412163
37	Охранное предприятие «Примула-безопасность»	0,006	0,006	0	0,0004
38	ЧОО «ГРАНИТ»	0,006	0,006	0	0,0004
39	ОСП-Плюс	0,006	0,006	0	0,0004
40	БАСТИОН	0,006	0,006	0	0,0004
41	Лифантич	0,005	0,006	8,333333333	69,77817778
42	Охранное предприятие «Атлант»	0,004	0,006	16,66666667	278,4448444
43	Оберег	0,007	0,005	-20	399,2004
44	Охранное предприятие «РИФ»	0,006	0,005	-10	99,6004
45	ОП «Авангард»	0,005	0,005	0	0,0004
46	ЧОО «Кобра-СБ»	0,005	0,005	0	0,0004
47	Охранное предприятие «Доспех № 1»	0,004	0,005	10	100,4004
48	Охранное предприятие «Макрос-Иж»	0,004	0,005	10	100,4004
49	Бракон-Сервис	0,004	0,005	10	100,4004
50	Охранное агентство «Кобра»	0,007	0,004	-37,5	1404,7504
51	ЧОП «Алекс-М»	0,007	0,004	-37,5	1404,7504
52	ЧОП «Мечел-Ижсталь»	0,004	0,004	0	0,0004
53	ЧОП «Грест»	0,004	0,004	0	0,0004
54	Гвард	0,004	0,004	0	0,0004
55	ЧОП «Сегун»	0,003	0,004	12,5	156,7504
56	ЧОП «Рубин»	0,003	0,004	12,5	156,7504
57	Рекрут	0,003	0,004	12,5	156,7504
58	Бриз	0,002	0,004	25	626,0004
59	Вихрь	0,007	0,003	-66,66666667	4441,778178
60	Охранное предприятие «Рубеж»	0,007	0,003	-66,66666667	4441,778178
61	Охранное предприятие «Сайгас»	0,006	0,003	-50	2498,0004
62	Частная охранная организация «Продмаш-Протект»	0,006	0,003	-50	2498,0004
63	ЧОП «Нико»	0,004	0,003	-16,66666667	277,1115111
64	Ровнейко и С	0,004	0,003	-16,66666667	277,1115111
65	Охранное предприятие «Рунд»	0,003	0,003	0	0,0004
66	Охранное предприятие «ДомКонтроль»	0,003	0,003	0	0,0004
67	ЧОО «РН-Охрана-Ижевск»	0,001	0,003	33,33333333	1112,444844
68	Тайфун	0,003	0,002	-25	624,0004
69	Частное охранное предприятие «Дружина»	0,001	0,002	25	626,0004
70	Охранное предприятие «Аргос»	0,001	0,002	25	626,0004
71	ЧОП «Спектр»	0,007	0,001	-300	89988,0004
72	Частное охранное предприятие «Арес»	0,006	0,001	-250	62490,0004
73	Охранное агентство «Спецназ»	0,005	0,001	-200	39992,0004
74	Максимус	0,005	0,001	-200	39992,0004
75	ЧОП «Защита»	0,004	0,001	-150	22494,0004
76	ЧОО «Союз-1»	0,004	0,001	-150	22494,0004
77	Охранное предприятие «Римский квадрат»	0,001	0,001	0	0,0004
78	ОП «Сатурн-1»	0,001	0,001	0	0,0004
79	ЧОО «Мангуст»	0,001	0,001	0	0,0004

Окончание табл. 1

№ п/п	Наименование организации	Конкурентная квота по годам		Прирост конкурентных квот, t_i	$(t_i - t_{cp, 2})^2$
		2011	2013		
80	Ирбис	0,001	0,001	0	0,0004
81	Город	0,001	0,001	0	0,0004
82	Риф	0,001	0,001	0	0,0004
83	Бастион-М	0,001	0,001	0	0,0004
84	ООО «Редуктор-Щит-Сервис»	0,001	0,001	0	0,0004

Анализ концентрации рынка. Для оценки степени монополизации и концентрации рынка рассчитывается четырехдольный показатель концентрации рынка охранных услуг г. Ижевска. В соответствии с нижеприведенной формулой суммируются доли конкурентов первых четырех лидирующих охранных организаций:

$$CR_4 = \sum_{i=1}^4 d_i, \quad (1)$$

где CR_4 – четырехдольный показатель концентрации [1, с. 160]; d_i – рыночная квота i -го конкурента.

$$CR_4 = 0,12 + 0,1 + 0,08 + 0,07 = 0,37.$$

Так как четырехдольный показатель концентрации меньше 0,75, то можно сделать вывод, что рынок охранных услуг г. Ижевска немонополизирован.

Определение интенсивности конкуренции на рынке охранных услуг г. Ижевска. Для определения интенсивности конкуренции на рассматриваемом рынке рассчитаем индекс Херфиндала – Хоршмана (INN) как сумму квадратов долей всех организаций-конкурентов, присутствующих на рынке [3, с. 163]:

$$INN = \sum x^2, \quad (2)$$

где INN – индекс Херфиндала – Хоршмана; x – доля каждой отдельной организации-конкурента.

$$INN = 0,05052.$$

Так как индекс Херфиндала – Хоршмана (INN) $0,05052 < 0,180$, то можно сделать вывод, что на рынке охранных услуг г. Ижевска идет интенсивная конкуренция.

Далее рассчитывается Ut – показатель интенсивности конкуренции в зависимости от темпов роста рынка – по формуле (5). Темп роста определяется как отношение объема продаж на рынке текущего года (2013) к объему продаж прошлого периода (2011); Ud – показатель интенсивности конкуренции по распределению долей:

$$Ud = 1 - \sqrt{\frac{(1/n \cdot \sum (d_i - d_{cp})^2)}{d_{cp}}}, \quad (3)$$

где Ud – интенсивность конкуренции по распределению долей; $1 - \sqrt{\frac{(1/n \cdot \sum (d_i - d_{cp})^2)}{d_{cp}}}$ – коэффициент вариации рыночных долей; d_i – рыночная доля i -го конкурента; d_{cp} – среднее арифметическое значе-

ние D_i ; n – количество конкурентов на рассматриваемом товарном рынке.

Среднее арифметическое значение долей всей совокупности организаций зависит только от количества организаций, работающих на рассматриваемом рынке (n), и рассчитывается по следующей формуле:

$$d_{cp} = 1/n. \quad (4)$$

$$Ut = 1 - \frac{T_p - 70}{140 - 70} = 1 - \frac{140 - T_p}{70}, \quad (5)$$

где T_p – годовой темп роста продаж без учета инфляции.

Практика бизнеса свидетельствует, что большинство ситуаций, описывающих динамику рынков конкретных товаров, можно ограничить двумя предельными значениями годовых темпов роста объемов реализации: 70 и 140 %. При значениях $T_p < 70$ % (сворачивание рынка) интенсивность конкуренции значительно ослабевает. При значениях $T_p > 140$ % каждое новое предприятие на рынке получает свою долю не за счет конкуренции, а за счет роста рынка, увеличения спроса. Таким образом, в интервале $T_p = 70 \dots 140$ % – интенсивная конкуренция.

$$T_p = \frac{V_1}{V_2} \cdot 100 \%, \quad (6)$$

где V_1 – объем продаж за текущий период; V_2 – объем продаж за прошедший период.

Если $T_p \geq 140$ %, $Ut \rightarrow 0$. Если $T_p = 70$ %, $Ut \rightarrow 1$. Другим важным экономическим фактором, определяющим интенсивность конкуренции, является коэффициент рентабельности рассматриваемого рынка (P_p), определяемый отношением совокупной прибыли, полученной предприятиями на данном рынке (Π), к общему объему продаж (O_p):

$$Ur = 1 - \frac{\Pi}{O_p} = 1 - P_p, \quad (7)$$

где Ur – показатель интенсивности конкуренции, учитывающий рентабельность рынка.

Таким образом, мы получили следующие показатели по рынку охранных услуг г. Ижевска:

$$Ud = 0,803492397;$$

$$Ut = 1,985992926;$$

$$Ur = 0,355123414.$$

Итак, все частные показатели рассчитаны, теперь можно определить обобщенный показатель интенсивности конкуренции с помощью извлечения корня третьей степени из произведения всех полученных показателей [4, с. 40]:

$$U_x = \sqrt{U_d \cdot U_t \cdot U_r}, \quad (8)$$

где U_x – обобщенный показатель интенсивности конкуренции, $0 \leq U_x \leq 1$.

По рынку охранных услуг г. Ижевска обобщенный показатель интенсивности конкуренции равен 0,828. Это говорит о том, что на рынке охранных услуг в Ижевске в 2013 году идет интенсивная конкуренция между представленными на рынке организациями.

Далее были построены горизонтальная и вертикальная конкурентные карты. Основой для расчетов послужили данные из табл. 1, а именно:

- средняя квота $d_{cp} = 0,011904762$;
- максимальная квота $d_{max} = 0,12$;
- минимальная квота $d_{min} = 0,001$.

После в каждой группе конкурентов, и в сильной и в слабой, была найдена средняя квота:

- d_{cp1} (для сильных) = 0,0568;
- d_{cp} (для слабых) = 0,0055.

Далее по каждой группе была найдена дисперсия и ее тройное значение:

- δ_1 сильные = 0,0336;
- δ_2 слабые = 0,0031;
- $3\delta_1$ сильные = 0,1007;
- $3\delta_2$ слабые = 0,0093.

После всех расчетов можно построить горизонтальную конкурентную карту. Горизонтальная конкурентная карта представлена на рис. 1.

Далее необходимо перейти к построению вертикальной конкурентной карты. В табл. 1 представлены приросты рыночных долей, в %, каждой охранной организации. Отрицательные значения свидетельствуют о снижении темпов роста.

Для построения вертикальной карты необходимо определить:

- максимальный прирост $t_{max} = 33$;
- минимальный прирост $t_{min} = -300$;
- средний прирост $t_{cp} = -0,2$;
- дисперсию $\delta = 60,4503$;
- $3\delta = 181,351$.

Вертикальная конкурентная карта представлена на рис. 2.

71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84	12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11	1
←0.003		0.113→	
0.001→	0.012→		0.12→
Аутсайдеры	Предприятия со слабой конкурентной позицией	Предприятия с сильной конкурентной позицией	Лидеры

Рис. 1. Горизонтальная конкурентная карта

$t_{cp} + 3\sigma$	181,3309841	
t_{max}	33,33	нет Предприятия с быстро улучшающейся конкурентной позицией
	1, 2, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 45, 46, 47, 48, 49, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 65, 66, 67, 69, 70, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84	Предприятия с улучшающейся конкурентной позицией
	-0,02	
	-181	3, 4, 8, 16, 43, 44, 50, 51, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 68, 75 Предприятия с ухудшающейся конкурентной позицией
t_{min}	-300	76,75,74,71,72,73, Предприятия с быстро ухудшающейся конкурентной позицией

Рис. 2. Вертикальная конкурентная карта

Далее для более точного определения положения на рынке интересующей нас организации необходимо построить совместную матрицу конкурентных позиций рынка охранных услуг г. Ижевска за 2013 г. Она позволяет выделить шестнадцать типовых положений предприятий, отличающихся степенью использования конкурентных преимуществ и потенциальной возможностью противостоять давлению конкурентов [4, с. 101]. Данная матрица представлена в виде табл. 2.

При построении совместной конкурентной карты видно, что, на пример, ООО «Охранная организация Центр» является организацией с сильной, но ухудшающейся конкурентной позицией. Основываясь на этом можно сделать вывод, что руководству данной организации стоит провести работу над своими проблемными местами в работе организации. В противном случае организация имеет перспективу потерять свою, весьма не плохую, позицию на рынке охранных услуг г. Ижевска.

Таблица 2. Матрица конкурентных позиций рынка электроинструмента г. Ижевска (2013 г.)

Рыночная доля, <i>d</i> Темпы прироста рыночной доли, <i>t</i>	Лидеры рынка	Предприятия с сильной конкурентной позицией	Предприятия со слабой конкурентной позицией	Аутсайдеры рынка
Предприятия с быстро улучшающейся конкурентной позицией	–	–	–	–
Предприятия с улучшающейся конкурентной позицией	1	2, 5, 6, 7, 9, 10, 11	12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 323, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 45, 46, 47, 48, 49, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 65, 66, 67, 69, 70	77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84
Предприятия с ухудшающейся конкурентной позицией	–	3, 4, 8	16, 43, 44, 50, 51, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 68	
Предприятия с быстро ухудшающейся конкурентной позицией	--	–	–	71, 72, 73, 74, 75, 76

Библиографические ссылки

1. Соловьев Б. А. Управление маркетингом: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 13. – М.: Инфра-М, 1999. – 336 с.
2. Соколова Н. Г. Анализ развития сетевых структур и конкурентной ситуации на рынке розничных торговых

услуг города Ижевска // Вестник ИжГТУ. – 2009. – № 1(41). – Ижевск: Изд-во ИжГТУ, 2009. – С. 53–56.

3. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг: учебник / под общ. ред. Г. Л. Багиева. – М.: Экономика, 1999. – 703 с.

4. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

K. V. Shutova, Master's Degree Student, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

N. G. Sokolova, Doctor of Economics, Associate Professor, Kalashnikov Izhevsk State Technical University

Competitive Analysis of Security Services in Izhevsk

This article focuses on the analysis of the competitive market. The article provides competitive market analysis of security services, based on which we can estimate the market position of an organization of the interest.

Key words: competitive advantages, competitors, marketing quota, competitive analysis, market of security services.

УДК 642.5:658

Г. Е. Калинкина, доктор экономических наук, профессор, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

Р. Ф. Маратканова, аспирант, Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова

ЗНАЧЕНИЕ СФЕРЫ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Рассматриваются особенности развития сферы услуг в России. Затрагиваются вопросы взаимосвязи уровня развития сферы услуг и качества жизни населения. Делаются выводы о возрастающей роли сферы общественного питания в экономике и актуальности изучения данной области.

Ключевые слова: сфера услуг, услуги общественного питания, качество жизни.

Развитие процессов глобализации мировой экономики, рост взаимовлияния национальных экономик, обусловленный ограниченностью ресурсов, приводят к повышению конкурентной борьбы между субъектами мирового хозяйства и региональными экономиками. В связи с этим обостряется конкурентная борьба между городами и возрастает значение сферы услуг как необходимого фактора повышения уровня жизни на определенной территории.

В древние времена общественное оказание услуг было неразвито. Товарный обмен и торговля осуществлялись в основном в виде готовых результатов сельскохозяйственного или ремесленного труда.

По мере эволюции человеческого общества, научно-технического прогресса, механизации и автоматизации физического труда сфера услуг набирает темпы своего развития и становится ключевым сектором экономики [1].