

УДК338.46 ББК65.49

***Бреусова Анна Георгиевна*** –

к.э.н., доцент

Омский государственный университет

им. Ф.М. Достоевского, г. Омск

e-mail: annabreusova@yandex.ru

***Чернобаева Гульнара Ефимовна*** –

к.э.н., доцент

Омский государственный университет

им. Ф.М. Достоевского, г. Омск

e-mail: ch\_g@bk.ru

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРАМЕТРОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ РЕГИОНА**

*(Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, Правительства Омской области, номер проекта 17-12-55007)*

**Ключевые слова:** рынок социальных услуг, параметры оценки конкуренции, индикаторы доступности ресурсов

До недавнего времени основными субъектами предоставления социальных услуг являлись государственные и муниципальные учреждения. Государство, ставя цель передачи услуг в руки бизнеса, преследует следующие цели – сокращение бюджетных расходов и повышение качества оказываемых услуг, обеспечение доступности услуг. Решение последних двух задач напрямую связано с уровнем конкуренции на рынке данных услуг. Оценка конкуренции позволит органам власти как информировать бизнес об открывающихся возможностях, так и разрабатывать программы, направленные на повышение уровня конкуренции.

Целью данного исследования является формирование концептуального подхода к определению основных параметров оценки конкуренции на рынке социальных услуг.

Для этого на первом этапе необходимо определить целесообразность использования поведенческого подхода, как основного, отражающего возможность учесть специфичность развития и современного функционирования рынка социальных услуг в России.

Традиционно конкуренция рассматривается в рамках 3 основных подходов: функционального (И.В.Князева), структурного (Ю.Б.Рубин,

И.В. Князева, Ю.В. Тарануха) и поведенческого (М. Портер, Р.А. Фатхутдинов) [1, 2, 3].

Функциональный ориентирован на оценку механизма, обеспечивающего возможность реализации условий конкуренции на рынке, структурный чаще воплощается в оценке уровня и интенсивности конкуренции. А поведенческий ориентирован на изучение механизмов взаимодействия субъектов рынка в ходе борьбы за ограниченные ресурсы. Именно поведенческий подход позволяет учесть сложившуюся специфику обеспечения социальной сферы, где, при прочих равных условиях на рынке, конкуренция ведётся за доступ к финансовым и трудовым ресурсам.

Сформировавшаяся система функционирования социальной сферы в РФ предполагает преобладание бюджетных ресурсов в группе финансовых. При этом государственные учреждения социальной сферы зависимы от получения именно бюджетного финансирования. Но и частные учреждения данной сферы активно стремятся расширить свои финансовые возможности за счёт бюджетных средств. Принятыми инструментами финансирования в современной России учреждений исследуемой сферы являются: получение и выполнение государственных заданий как частными, так и государственными (муниципальными) учреждениями; участие в конкурсах на получение средств грантовой поддержки в целях покупки и модернизации основных фондов.

Использование поведенческого подхода позволяет изучить особенности поведения субъектов рынка социальных услуг в борьбе за основные группы ресурсов, обеспечивая наиболее «комфортные», с точки зрения проявления положительных результатов развития конкуренции, условия для наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей данного вида услуг и государства, заинтересованного в привлечении на данный рынок негосударственных игроков.

На втором этапе данного исследования необходимо определить проявления ценовой и неценовой конкуренции между учреждениями, оказывающими социальные услуги, за выделенные две группы основных ресурсов. Выявление преобладающих проявлений борьбы за ресурсы позволит нам на третьем этапе уточнить оцениваемые параметры конкуренции через индикаторы доступности ресурсов.

В таблице 1 представлены результаты анализа наиболее типичных для рынка социальных услуг проявлений скрытой или явной борьбы участников рынка. С точки зрения экономической теории по типу конкуренция может быть разделена на ценовую и неценовую. Ценовая конкуренция предполагает возможность обеспечения конкурентоспособности предприятия и его продукции за счет снижения цены, обеспечивающего привлечение потребителей. С точки зрения маркетинга ценовая конкуренция может проявляться не только в борьбе за потребителя посредством снижения цены, но и посредством ее повышения. Данный аспект особенно значим для сферы

социальных услуг, в частности, в сфере здравоохранения высокий уровень риска заставляет потребителя делать выбор в пользу более дорогостоящих услуг известных игроков рынка. Неценовая конкуренция предполагает получение преимуществ компании за счет повышения качественных характеристик товаров и услуг.

Таблица 1

Проявления конкуренции при борьбе за определённые виды ресурсов

| Борьба за ресурсы              | Конкуренция между производителями   |  |
|--------------------------------|---|--|
|                                | Ценовая   | Неценовая  |
| Бюджетные (финансовые) ресурсы | Получение субсидий со стороны органов власти позволяет снижать стоимость услуг для потребителя и вытеснять с рынка другие организации | Покупка передового оборудования за счет бюджетных средств может влиять на качество услуг<br>Эффективное использование собственных ресурсов позволяет улучшать качество |
| Трудовые ресурсы               | Обеспечение низкой цены услуги за счёт отказа от расходов на привлечение и удержание высококвалифицированного персонала               | Высококвалифицированный персонал повышает качество оказываемой услуги, что способствует формированию положительного образа компании и оказываемых ею услуг             |

Определим критерии оценки доступности ресурсов для производителей социальных услуг. Под доступностью ресурсов мы будем понимать состояние ресурсов, при котором субъекты, имеющие права доступа, могут реализовывать их беспрепятственно. Наличие барьеров оценивается как существенное препятствие развитию конкуренции на рынке социальных услуг.

Особенности функционирования рынка социальных услуг в России требует учета не только объективных показателей доступности ресурсов. Зачастую развитию конкуренции препятствует не объективная недоступность ресурсов, за которые ведётся чрезмерно ожесточенная борьба. Субъективное восприятие потенциальными, особенно частными, игроками рынка социальных услуг низкой доступности ресурсов будет препятствовать их выходу на рынок. Расхождения объективной и субъективной оценки доступности ресурсов требует от органов государственной власти совершенно иных методов повышения конкуренции на рынке. Не стоит забывать, что серьёзную угрозу для частных игроков на рынке социальных услуг может представлять не только оценка доступности к определенным ресурсам как крайне низкая, что повысит показатели уровня риска выхода на данный рынок. Не меньшие проблемы принесёт и завышенная оценка доступности. Частное учреждение

социальной сферы, выходя на рынок, будет сталкиваться с неожиданными ограничениями доступа к ресурсам. Это приведёт к невозможности реализации сформированных стратегий выхода на рынок, к увеличению расходов и к прочим ограничивающим возможную успешность учреждения проблемам.

Оценка доступности должна проводиться и через субъективное восприятия респондентами наличия ограничений прав доступа к ресурсам, выраженных через индикаторы доступности ресурсов, что отражено в таблице 2.

Таблица 2

Оцениваемые параметры конкуренции за ресурсы

| Вид ресурсов      | Оцениваемые параметры конкуренции  | Индикаторы доступности ресурсов   |
|-------------------|--|---|
| Бюджетные ресурсы | Конкуренция между частными организациями за привлечение бюджетных средств на выполнение государственного (муниципального) задания        | доступность информации о конкурсе;<br>качество информации о конкурсе;<br>прозрачность процедур участия<br>количество жалоб на процедуры в контролирующие ведомства;<br>количество различного рода барьеров для участия в конкурсах.   |
|                   | Конкуренция между государственными учреждениями за привлечения бюджетных средств на выполнение государственного (муниципального) задания | четкость критериев определения объёмов государственного (муниципального) задания.   |
|                   | Конкуренция между государственными и частными за получение субсидий на покупку и модернизацию основных фондов                            | доступность информации о субсидиях;<br>качество информации о субсидиях;<br>прозрачность процедур участия<br>количество жалоб на конкурсные процедуры в контролирующие ведомства<br>количество барьеров для участия в конкурсах;<br>объективность критериев отбора получателей субсидий<br>соответствие субсидируемой сферы стратегическим направлениям развития территории. |

|          |  |  |
|----------|--|--|
| Трудовые | Конкуренция между государственными (муниципальными) учреждениями за привлечение квалифицированной рабочей силы             | качество программ поддержки квалифицированных специалистов государственных (муниципальных) учреждений;<br>значимость программ для привлекаемых кадров;<br>уровень организации труда<br>возможности карьерного роста. |
|          | Конкуренция между государственными (муниципальными) и частными организациями за привлечение квалифицированной рабочей силы | уровень заработной платы;<br>уровень организации труда;<br>возможности карьерного роста;<br>уровень социальных гарантий.   |

Индикаторы доступности ресурсов и будут определяющими для оценки конкуренции. При этом мы можем говорить о двух моментах:

1. Чем выше уровень доступности ресурсов, тем потенциально выше конкуренция и наоборот.

2. Чем ближе субъективная оценка уровня доступности ресурсов к объективной, тем выше и устойчивей конкуренция на рынке социальных услуг.

В данной статье представлены результаты первого этапа исследования, направленного на определение параметров оценки конкуренции на рынке социальных услуг. На следующем этапе будет реализован процесс операционализации процедуры объективной и субъективной оценки индикаторов доступности ресурсов. Основной задачей выбора технологии операционализации станет возможность интерпретации полученных результатов оценки как органами власти, разрабатывающими и реализующими инструменты повышения конкуренции на рынке, так и предпринимателями, принимающими решение о выходе на рынок социальный услуг.

#### Список литературы:

3. Круглый стол: вопросы теории конкуренции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [cyberleninka.ru/article/n/kruglyy-stol-voprosy-teorii-konkurentsii](http://cyberleninka.ru/article/n/kruglyy-stol-voprosy-teorii-konkurentsii)
4. Портер М.Э. Конкуренция. - М.: Вильямс. 2005. – 608 с.
5. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учеб.пособие. - М.: «Эксмо», 2005. – 546 с.