

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ГРАНИЦ РЫНКА С ОГРАНИЧЕННОЙ КОНКУРЕНЦИЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ)

И. В. Ивановская

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Е. М. Карпенко

Если перед потребителем фанеры встает вопрос о приобретении данного товара, его выбор падет на одну из трех торговых марок: ЧПУП «Фанеро-спичечный комбинат», ЗАО «Пинскдрев», ОАО «ФанДОК». Эти три предприятия производят практически всю фанеру в Республике Беларусь. Именно эти фирмы определяют объем выпуска фанеры, совместно задавая рыночную кривую спроса, формируют цену. Как описать такой рынок? На совершенно конкурентном рынке каждая фирма настолько мала в сравнении со всем рынком, что она не имеет никакой возможности повлиять на рыночную цену своей продукции и принимает ее как заданную условиями рынка. На монополизированном рынке весь объем товара поставляется единственной фирмой, способная выбирать любую комбинацию цена–объем выпуска на рыночной кривой спроса.

Рынок фанеры не соответствует ни модели совершенной конкуренции, ни модели монополии. Конкуренция и монополия – предельные формы структуры рынка. Когда на рынке действует множество фирм, предлагающих по существу однородную продукцию, – преобладает конкуренция; когда на рынке господствует единственная фирма, – мы имеем дело с монополией. Однако значительное число отраслей, включая производство фанеры, находятся между двумя крайностями. В этих отраслях конкурируют несколько фирм, однако в силу недостаточной интенсивности соперничества мы не имеем оснований отнести их к принимающим цену производителям. Экономисты называют такую ситуацию несовершенной конкуренцией.

Таблица 1

Важнейшие признаки основных рыночных структур

Параметры структуры рынка	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Численность покупателей на рынке и их дифференциация по объему покупки	Большое число покупателей, объем покупок каждого из которых мал по отношению к размеру рынка			
Численность продавцов и их дифференциация по объему продаж	Большое число продавцов, объем продаж каждого из которых мал по отношению к размеру рынка		Несколько продавцов на рынке, объем продаж каждого из которых достаточно велик по отношению к размеру рынка	Один продавец на рынке

Окончание табл. 1

Параметры структуры рынка	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Степень замещения продукта	Абсолютная (стандартизированный (однородный) товар)	Высокая, но не абсолютная (дифференцированный товар)	Различная (стандартизированный (однородный) и дифференцированный продукты)	Продукт не имеет заменителей на рынке (уникальный продукт)
Доступность рыночной информации	Полная	Может быть как полной, так и ограниченной	Может быть как полной, так и ограниченной	Полная
Условия входа в отрасль и выхода из нее	Барьеры входа/выхода не существуют	Барьеры входа/выхода не существуют	Возможно наличие технологических и экономических барьеров входа/выхода	Технологические и экономические барьеры полностью блокируют вход в отрасль
Степень рыночной власти	Отсутствует	Незначительная	Значительная	Максимальная
Характер взаимодействия продавцов	Отсутствие стратегического поведения	Отсутствие стратегического поведения	Наличие стратегического поведения	Отсутствие стратегического поведения
Тип конкуренции	Совершенная	Несовершенная, ценовая и неценовая за объем продаж	Несовершенная, ценовая и неценовая за объем продаж	Отсутствует

В данной работе мы исследуем частный случай несовершенной конкуренции – олигополию или точнее – рынок с ограниченной конкуренцией.

Сущность олигополистического рынка заключается в том, что на нем действуют несколько поставщиков, причем любой из них имеет возможность существенно повлиять на прибыли остальных конкурентов. Ведущие ученые в области экономики отраслевых рынков утверждали: «Если мы хотим изучить, как в действительности функционирует система цен в экономике, мы должны уяснить принципы и понять модели олигопольного ценообразования».

Олигополия – это рыночная структура, характеризующаяся наличием на рынке нескольких продавцов. Иными словами, к олигополистическим структурам можно отнести такие рынки, на которых сосредотачивается от 2 до 24 продавцов. Если два продавца, то это дуополия, или частный случай олигополии, ибо это уже не монополия. Верхний предел условно ограничен 24 хозяйствующими субъектами, так как с числа 25 начинается отсчет структур монополистической конкуренции.

Рынком с ограниченной конкуренцией будем считать рыночную структуру, которая представлена таким количеством фирм, которое реально формирует рынок и может оказать существенное влияние на смещение рыночного равновесия.

Определение границ рынка с ограниченной конкуренцией на основе расчета индекса Линда. Большинство современных индустриальных товарных рынков представляют собой устойчивое сочетание олигополии и мелкого предпринимательства,

в связи с чем возникает вопрос о выделении олигопольной структуры в общем количестве фирм на рынке. Целью нашего исследования является определение количества фирм, которое образует структуру рынка с ограниченной конкуренцией в общем количестве функционирующих фирм. В этой связи представляется целесообразным определение индекса Линда, который позволит ответить на поставленный вопрос. Расчет будем проводить в рамках исследуемой структуры рынка фанеры Республики Беларусь.

Индекс Линда (L) может быть определен, исходя из следующего соотношения:

$$L = \frac{1}{k(k-1)} * \sum_{i=1}^k Q_i,$$

где k – число крупных продавцов на рынке ($k = 2, \dots$); Q_i – отношение между средней долей i продавцов на рынке к доли ($k=1$) продавцов на рынке; i – число ведущих продавцов среди k крупных продавцов. Величина Q_i может быть определена по формуле:

$$Q_i = \frac{A_i}{i} \div \frac{A_k - A_i}{k - i},$$

где A_i – общая доля рынка, приходящаяся на первых i продавцов отрасли среди k продавцов; A_k – доля рынка, приходящаяся на k крупных продавцов в отрасли.

Определение индекса Линда (L) позволяет найти границу рынка с ограниченной конкуренцией. Обнаружению границ рынка будет соответствовать нарушение непрерывности в значениях индексов L_{k+1} и L_k , т. е. когда будет выполняться условие: $L_{k+1} > L_k$. Соответственно, появление такого нарушения при анализе $k + 1$ крупных фирм точно определит величину k фирм, образующих структуру рынка с ограниченной конкуренцией.

Результаты расчета индекса Линда представим в следующей табл. 2.

Таблица 2

**Определение числа фирм на рынке с ограниченной конкуренцией
на основе расчета индекса Линда (L)**

Значение параметра k	$Q_{1i} = 1$	$Q_{2i} = 2$	$Q_{3i} = 3$	$Q_{4i} = 4$	Значение индекса L
$K = 2$	0,1428	–	–	–	0,5714
$K = 3$	1,9104	2,3076	–	–	0,9671
$K = 4$	2,3529	3,0000	4,2631	–	1,5195

Полученные результаты показывают, что нарушение непрерывности индекса L произошло при $k = 3$, что свидетельствует о том, что рынок с ограниченной конкуренцией образуют только две из всех присутствующих на рынке фирм. Соответственно, ОАО «ФанДОК» и присутствующие на отечественном рынке фанеры российские конкуренты не входят в структуру рынка с ограниченной конкуренцией на исследуемом рынке, т. к. их рыночные доли оказываются существенно ниже рыночных долей ЧПУП «Фанеро-спичечный комбинат» и ЗАО «Пинскдрев». Таким образом результаты показывают, что именно данные два предприятия могут оказать существенное влияние на смещение рыночного равновесия, и именно стратегическим действиям этих фирм необходимо уделять наибольшее внимание при разработке механизма ценообразования на рынке с ограниченной конкуренцией.