

ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ С ОГРАНИЧЕННОЙ КОНКУРЕНЦИЕЙ

И. В. Ивановская

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

Перехода Республики Беларусь к рыночным отношениям требует создания хозяйственного механизма, адекватного современным требованиям развития постиндустриального общества. Особая роль в этом механизме отводится ценам, поскольку именно они становятся важнейшим регулятором общественного производства на всех уровнях управления, инструментом распределения ресурсов.

Рыночная экономика основывается на самостоятельных, экономически обоснованных товаропроизводителях, а для них цены являются решающим фактором, определяющим результаты производственно-хозяйственной деятельности. Рынок диктует условия выживания. Поэтому правильно выбранная ценовая стратегия, грамотная тактика формирования цен, экономически выверенные методы ценообразования составляют основу успешной деятельности любого предприятия в рыночных условиях независимо от формы собственности. Помимо факторов, определяющих рыночный спрос и рыночное предложение, уровень цены зависит от характеристик

рынка, на котором осуществляются сделки. Механизм ценообразования в условиях рынка с ограниченной конкуренцией отличается многовариантным стратегическим планом реакции производителя на ожидаемые действия немногочисленных конкурентов. Рассмотрим некоторые варианты поведения участников такого рынка.

Каждый из участников рынка может предлагать свою продукцию по высокой, средней и низкой цене. Когда все фирмы установят на свою продукцию низкие цены, тогда они получают одинаковую прибыль. Если при низкой цене на продукцию одной фирмы другие фирмы установят среднюю цену, то прибыль первой возрастет, а остальных снизится. Если предположить, что при определении своей цены один конкурент принимает цену другого как данную и неизменную величину, то на рынке установится равновесие, так как прибыль каждого продавца сокращается по мере повышения цены на его продукцию при неизменной цене другого. Но при разработке ценовой политики конкуренты могут исходить из того, что в ответ на изменение цены одним из них цену изменят и другие. Тогда равновесие на рынке установится при иных ценах: если фирма снизит цену на свою продукцию, то же сделает и конкурент, и прибыли уменьшатся; если она повысит цену, то конкурент не последует за ней, и ее прибыль сократится в еще большей мере. К такому же выводу могут прийти другие фирмы, и на рынке установится равновесие при средних ценах. Ни одна из фирм не заинтересована изменять цену на свою продукцию, пока ее конкурент не меняет цену на свою. В этом примере предполагается, что, после того как фирма перешла от средних цен к высоким, она уже не может вернуться к средним. Если это ограничение снять, то рыночное равновесие в нашем случае может установиться и при высоких ценах на продукцию фирм. Таким образом, на рынке с ограниченной конкуренцией без явного сговора между конкурентами равновесие может установиться при цене, соответствующей монополю. Однако такой результат тем менее вероятен, чем больше конкурентов действует в отрасли.

С целью поддержания монополюльной цены на данном рынке участники могут вступать в явный или скрытый сговор о распределении объема выпуска. Для этого необходимо, чтобы производство было распределено таким образом, чтобы индивидуальные предельные издержки были одинаковыми. Точка пересечения предельных издержек отрасли и кривой предельной выручки даст объем производства и уровень цены, максимизирующие прибыль, которая будет распределяться между фирмами согласно договору. Такая ситуация, как сговор, характеризуется согласованным разделом рынка и получением прибыли, соответствующей продажам.

Рассмотрим описанные выше ситуации на примере деревообрабатывающей промышленности. В Республике Беларусь она представлена большим количеством предприятий (на сегодняшний день их не менее 60). На рынке фанеры основными производителями являются ЧПУП «Фанерно-спичечный комбинат» и ОАО «ФанДОК». Этот рынок, по сути, является рынком с ограниченной конкуренцией и на нем должна действовать специфическая система ценообразования. Но в настоящее время цены на фанеру устанавливаются затратным методом частично с ориентацией на конкурентов. Нами предложена методика ценообразования, основанная на теории конкурентного ценообразования на олигополистическом рынке.

В соответствии с предлагаемой методикой ЧПУП «Фанерно-спичечный комбинат» и ОАО «ФанДОК» определяя цену своей фанеры, могут действовать в соответствии с двумя вариантами: либо вступить в тайный сговор, либо действовать в условиях жесткой конкуренции. Рассмотрим оба варианта подробнее.

Мы определили, что отраслевой спрос на фанеру характеризуется функцией $P = 1057,7 - 2,7Q$. В связи с тем, что оба предприятия закупают сырье в леспромхозах «Беллесбумпром», применяют схожие технологии производства и оборудования общие затраты прием равными. Тогда $TC = 2,01Q + 698,8$. Равновесный объем производства, цена и прибыль предприятий в первом и втором случае представлены в таблице.

Ценообразование в ситуации тайного сговора

$$Q = 64,8 \text{ тыс. м}^3$$

$$P = 963,6 \text{ тыс. р. за } 1 \text{ м}^3$$

$$\text{Прибыль ЧПУП «ФСК»} = 30593,9 \text{ тыс. р.}$$

$$\text{Прибыль ОАО «ФанДОК»} = 30593,9 \text{ тыс. р.}$$

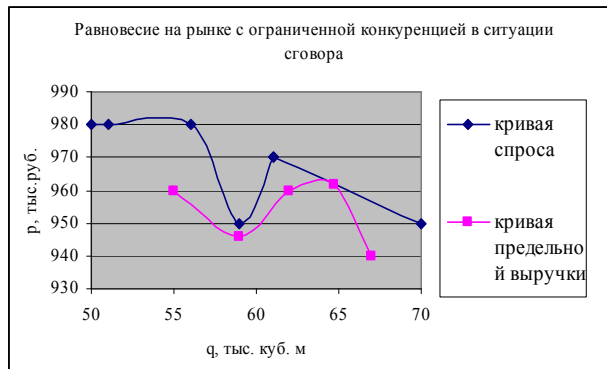
Ценообразование в ситуации жесткой конкуренции

$$q_{\text{фск}} = 30,7 \text{ тыс. м}^3, q_{\text{фд}} = 30,7 \text{ тыс. м}^3$$

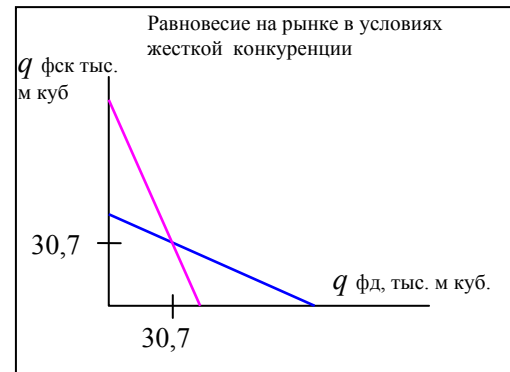
$$P = 821,7 \text{ тыс. р. за } 1 \text{ м}^3$$

$$\text{Прибыль ЧПУП «ФСК»} = 26599,5 \text{ тыс. р.}$$

$$\text{Прибыль ОАО «ФанДОК»} = 26599,5 \text{ тыс. р.}$$



а)



б)

Рис. 1. Равновесие на рынке: а – с ограниченной конкуренцией в ситуации сговора; б – в условиях жесткой конкуренции

Таким образом, в ситуации тайного сговора на рынке фанеры могут установиться монопольно высокие цены. Однако участники рынка, вступая в тайный сговор, несут дополнительные издержки, связанные, например, с отслеживанием квот продаж. Кроме этого, государство проводит планомерную антимонопольную политику. И если эти дополнительные издержки превышают сумму дополнительной прибыли от тайного сговора, предприятиям выгоднее формировать свои цены по второму варианту. В любом случае, цена на рынке с ограниченной конкуренцией при прочих равных условиях превышает цену, складывающуюся на рынке совершенной или монополистической конкуренции, и ниже монопольной цены.