

Ринкова концентрація та ринкова влада

План лекції

1. Зміст та індикатори ринкової концентрації
2. Сутність і джерела ринкової влади фірми
3. Показники ринкової влади



Ринкова концентрація – це такий стан ринкової пропозиції при якій значна частина ринкового попиту задовольняється невеликою кількістю фірм.

Парадигма:

«структура – поведінка – результат»

Гарвардська школа економіки, 1930-ті рр.



структура



поведінка



результат

$$Q_{PT} = \sum_{j=1}^n (Q_{Bj} - \Delta Q_{Zj} - Q_{BHj} - Q_{Ej} + Q_{Ij})$$

Q_{PT} – місткість ринку;

Q_{Bj} – обсяг виробництва товару j суб'єктом господарювання;

ΔQ_{Zj} – зміна обсягів запасів товару в j суб'єкта господарювання

Q_{BHj} – обсяг споживання товару j суб'єктом господарювання у технологічному процесі власного виробництва;

Q_{Ej} – обсяг вивезення (експорту) товару j суб'єктом господарювання за територіальні межі ринку;

Q_{Ij} – обсяг ввезення (імпорту) товару j суб'єктом господарювання з-поза територіальних меж ринку.

Частка ринку може бути розрахована :

□ за обсягом продажів;

$$S_i^q = \frac{q_i}{Q_{PT}}$$

де, q_i – обсяг продажів i -тої фірми на ринку;
 Q_{PT} – місткість ринку.

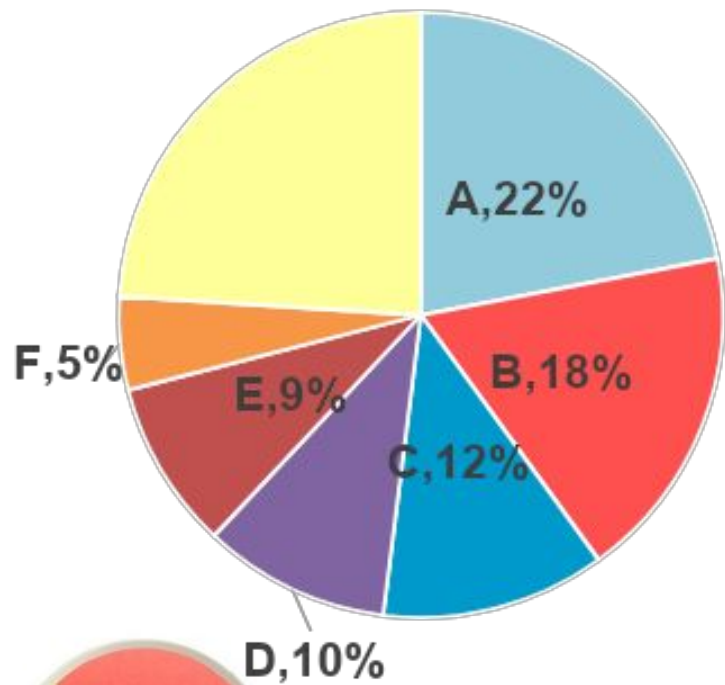
□ за вартісними показниками.

$$S_i^r = \frac{r_i}{R}$$

де, r_i – виручка від реалізації релевантного продукту i -тою фірмою-учасником ринку;
 R – обсяг ринкового обороту.



24 | 5
 4, 8



Назва	Частка, %
A	22
B	18
C	12
D	10
E	9
F	5
Інші	5
	5
	5
	5
	4
Разом	100

Коефіцієнт ринкової концентрації (CR_n)

$$CR_n = \sum_{i=1}^n Y_i$$

де n – кількість найбільших фірм на ринку, для яких розраховується коефіцієнт концентрації;

Y_i – відсоткова частка ринкових продажів, підконтрольна i -тій фірмі

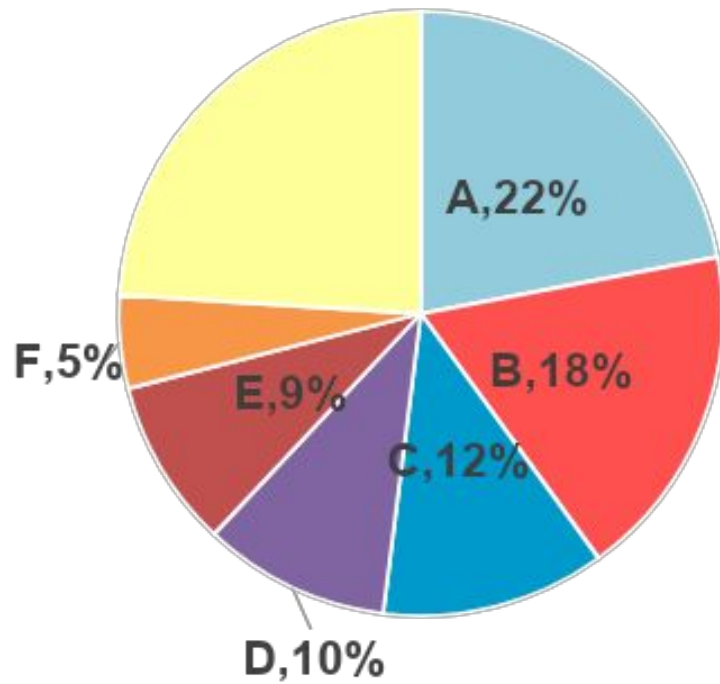
Критичні значення CR_n :

$$CR_1 > 35\%;$$

$$CR_3 > 50\%;$$

$$CR_5 > 70\%.$$





$$CR_1 = 22 \% < 35 \%$$

$$CR_3 = 22 \% + 18 \% + 12 \% = 52 \% > 50 \%$$

$$CR_5 = 52 \% + 10 \% + 9 \% = 71 \% > 70 \%$$



Індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ)

ННІ < 1000

низько концентрований

1000 ≤ ННІ < 2000

пормірно концентрований

ННІ ≥ 2000

високо концентрований

ННІ = 10000

абсолютна монополія

$$ННІ = \sum_{i=1}^n Y_i^2$$



Індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ)

Назва	Частка, %
A	22
B	18
C	12
D	10
E	9
F	5
Інші	5
	5
	5
	5
	4
Разом	100

$$HHI = \sum_{i=1}^n Y_i^2$$

$$HHI < 1000$$

низько концентрований

$$1000 \leq HHI < 2000$$

пормірно концентрований

$$HHI \geq 2000$$

високо концентрований

$$HHI = 10000$$

абсолютна монополія

$$HHI = 22^2 + 18^2 + 12^2 + 10^2 + 9^2 + 5^2 + 5^2 + 5^2 + 5^2 + 5^2 + 4^2 = 1274$$

$$HHI = 22^2 + 30^2 + 10^2 + 9^2 + 5^2 + 5^2 + 5^2 + 5^2 + 5^2 + 4^2 = 1706 \quad \Delta HHI = 432$$

$$HHI = 22^2 + 18^2 + 12^2 + 10^2 + 14^2 + 5^2 + 5^2 + 5^2 + 5^2 + 4^2 = 1364 \quad \Delta HHI = 90$$

Коефіцієнт варіації (V):

$$\text{СКВ} = \sqrt{\sigma^2}$$

$$V = \frac{\text{СКВ}}{\bar{S}_i} \times 100\%$$

σ^2 – дисперсія ринкових часток.

V – коефіцієнт варіації;
 СКВ – середньо квадратичне відхилення;
 \bar{S}_i – середня частка ринку.

$$\sigma^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (S_i - \bar{S}_i)^2$$

S_i – частка ринку;
 n – кількість періодів дослідження.

Аргументы функции

ДИСП.Г

Число1 = ЧИСЛО

Число2 = ЧИСЛО

=

Вычисляет дисперсию для генеральной совокупности. Логические и текстовые значения игнорируются.

Число1: число1;число2;... от 1 до 255 числовых аргументов, составляющих генеральную совокупность.

Значение:

[Справка по этой функции](#)

ОК Отмена

Коефіцієнт варіації (V):

Назва	Частка, %	Частка (Si)
A	22	0,22
B	18	0,18
C	12	0,12
D	10	0,1
E	9	0,09
F	5	0,05
Інші	5	0,05
	5	0,05
	5	0,05
	5	0,05
	4	0,04
Разом	100	1

дисперсія

$$\sigma^2 = 0,003317$$

Середньоквадратичне відхилення (СКВ)

$$\text{СКВ} = \sqrt{\sigma^2} = 0,058$$

Коефіцієнт варіації
(V)

$$V = \frac{\text{СКВ}}{\bar{s}_i} \times 100\% = 0,058 / 0,09 \times 100\% = 63,4\%$$

Ентропія ринкових часток (E)

$$E = \sum_{i=1}^n S_i \ln\left(\frac{1}{S_i}\right)$$

де S_i – частка i -тої фірми в ринкових продажах;
 n – загальна кількість фірм на ринку.

$0 < E < 0.5$ – монополізований ринок;

$0.5 \leq E < 2$ – олігопольний ринок;

$E \geq 2$ – конкурентний ринок.



Ентропія ринкових часток (Е)

Назва	Частка, %	Частка (Si)	1/ Si	Ln (1/Si)	Si*ln(1/Si)
A	22	0,22	4,545455	1,51	0,33
B	18	0,18	5,555556	1,71	0,31
C	12	0,12	8,333333	2,12	0,25
D	10	0,1	10	2,30	0,23
E	9	0,09	11,11111	2,41	0,22
F	5	0,05	20	3,00	0,15
Інші	5	0,05	20	3,00	0,15
	5	0,05	20	3,00	0,15
	5	0,05	20	3,00	0,15
	5	0,05	20	3,00	0,15
	4	0,04	25	3,22	0,13
Ентропія					2,22



Індекс Джині (G)

$$G = \sum_{i=1}^n (F_{n-1} \times S_n - F_n \times S_{n-1})$$

де S_n – кумулятивна частка ринкових продаж, належна n найменших фірм на ринку;

F_n – кумулятивна частка ринку, що належала б n найменших фірм на ринку за умови абсолютно рівномірного розподілу.



$$0 < G < 1$$

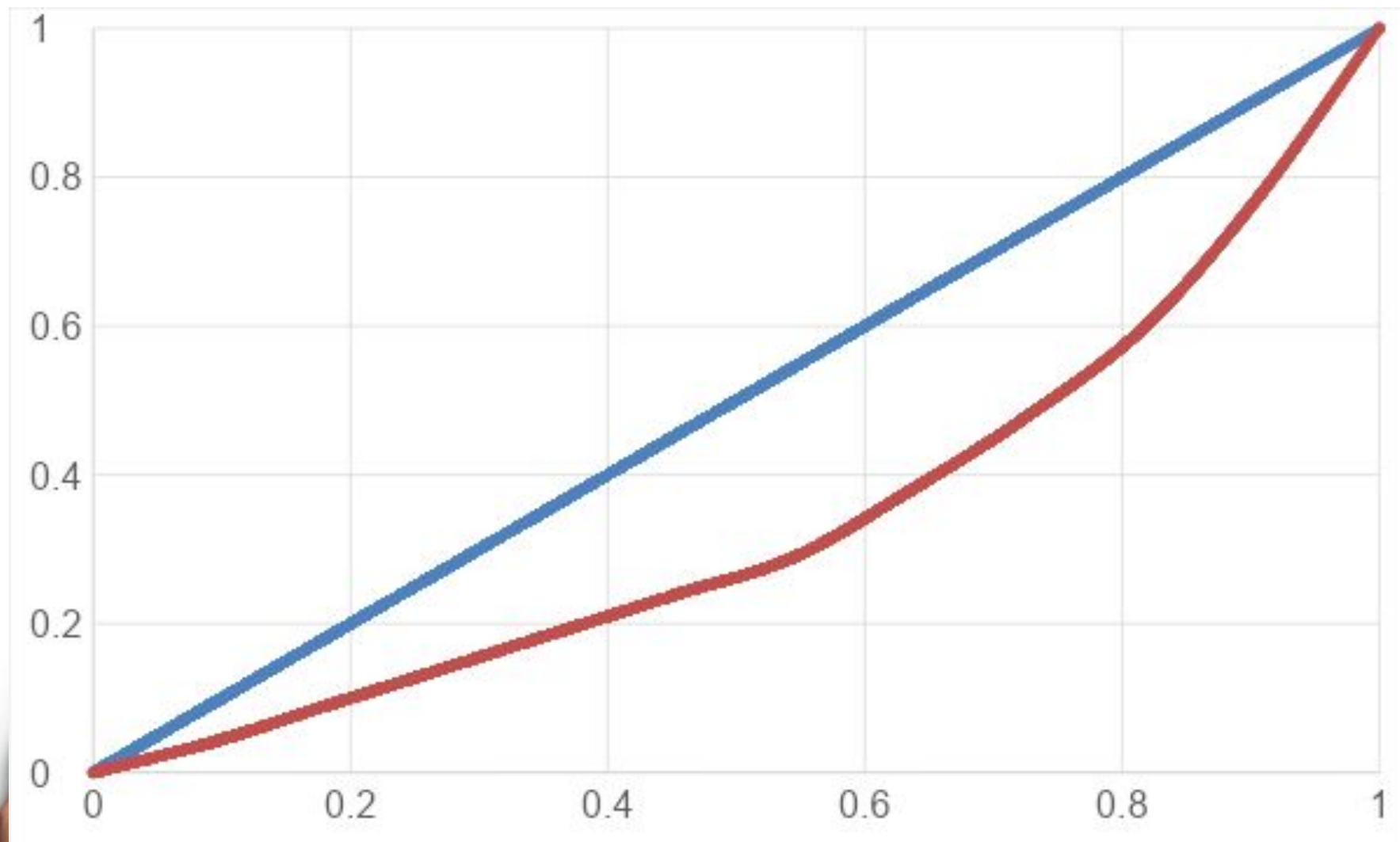
0 – абсолютно рівномірний розподіл ринкових часток;

1 – абсолютно нерівномірний розподіл ринкових часток

Індекс Джині (G)

Назва	Частка, %	Частка (Si)	Sn	Fn	G
			0	0	
Інші	4	0,04	0,04	0,090909	0
F	5	0,05	0,09	0,18	0,0009
Інші	5	0,05	0,14	0,27	0,0009
	5	0,05	0,19	0,36	0,0009
	5	0,05	0,24	0,45	0,0009
	5	0,05	0,29	0,55	0,0009
E	9	0,09	0,38	0,64	0,0227
D	10	0,1	0,48	0,73	0,0291
C	12	0,12	0,6	0,82	0,0436
B	18	0,18	0,78	0,91	0,0927
A	22	0,22	1	1	0,1291
Індекс Джині					0,3218

Крива Лоренца



Ринкова влада - здатність суб'єкта господарювання (групи суб'єктів господарювання) визначати чи суттєво впливати на умови обороту товару на ринку, не допускати, усувати, обмежувати конкуренцію, зокрема підвищувати ціну та підтримувати її понад рівень ціни, що існував би за умов значної конкуренції.



Ознаками ринкової влади є:

- здатність диктувати умови при продажу товару, укладенні договору постачання, нав'язувати споживачу не вигідні умови;
- здатність шляхом монополізації ринку постачання виробничих ресурсів обмежувати конкуренцію, витіснити з ринку інших підприємців, які виробляють відповідні товари із застосуванням цих виробничих ресурсів, або створювати бар'єри вступу на ринок;
- здатність скорочувати або обмежувати випуск товарів і постачання їх на ринок збуту з метою отримання односторонньої користі при купівлі або продажу товарів, при укладанні договорів постачання, за умови, що інші суб'єкти господарювання, які є його (їх) конкурентами, не здатні компенсувати утворений дефіцит;
- здатність підвищувати ціни і підтримувати їх на рівні, що перевищує рівень, обумовлений конкуренцією на ринку.

Джерела ринкової влади

структурні

інституціональні



Ринкова концентрація

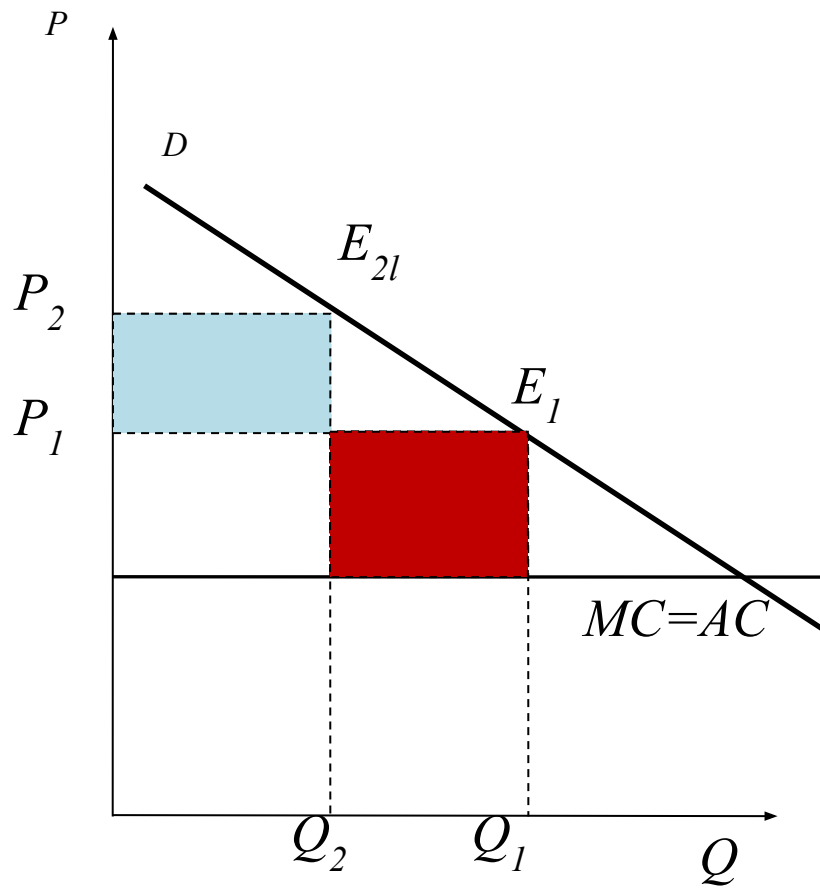
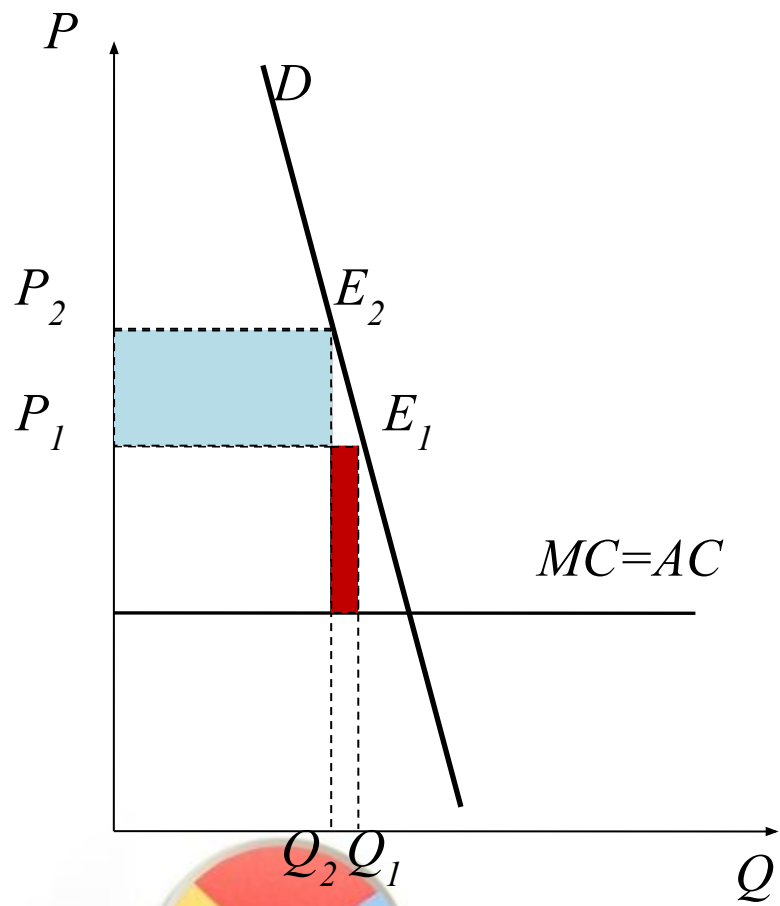


Бар'єри вступу в ринок



Еластичність попиту





Джерела ринкової влади

структурні

інституціональні

Ринкова концентрація

Державне регулювання

Бар'єри вступу в ринок

Інформаційна асиметрія

Еластичність попиту

Соціальний капітал

Диференціація товарів

Соціальний капітал – це ресурс, утворений у результаті соціальної взаємодії й використовуваний для досягнення деякого соціально-економічного ефекту.

Індикатори ринкової влади

1. Індекс Ротшильда;
2. Індекс Папандреу;
3. Індекс Лернера;
4. Індекс Бейна;
5. Індекс Тобіна;
6. Індекс основного (ключового) постачальника (Pivotal Supplier Index);
7. Індекс залишкової пропозиції (Residual Supply Index).



Індекс Ротшильда

$$R = \frac{\varepsilon_m}{\varepsilon_f}$$

ε_m – коефіцієнт цінової еластичності попиту на деякий товар;

ε_f – коефіцієнт цінової еластичності попиту на продукцію конкретної фірми.

$R \rightarrow 0$, фірма не має ринкової влади;

$R=1$, фірма має ринкову владу.

Коефіцієнт цінової еластичності

$$\varepsilon = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \frac{P}{Q}$$

Q – обсяг попиту на товар;

P – ціна товару.



Індекс Папандреу

$$PI = \lambda_j \frac{\partial Qd_i}{\partial P_j} \times \frac{P_j}{Qd_i}$$

Qd_i – обсяг продажів досліджуваної компанії;

P_j – ціна, встановлена на товар конкурентом (конкурентами);

$\frac{\partial Qd_i}{\partial P_j} \times \frac{P_j}{Qd_i}$ – коефіцієнт перехресної еластичності попиту;

λ_j – коефіцієнт обмеженості потужностей конкурентів.

$$\lambda = \frac{\Delta S}{\Delta D}$$

ΔS – приріст випуску продукції фірмою;

ΔD – приріст попиту, обумовленого зміною цін.



Індекс Лернера

$$L = \frac{P - MC}{P} = \frac{1}{\varepsilon}$$

P – ринкова ціна товару;
 MC – граничні витрати виробництва товару;
 ε – еластичність попиту за власною ціною блага.

$$L = \frac{s_i}{\varepsilon} \quad L = \frac{HHI}{\varepsilon}$$

s_i – частка компанії в ринкових продажах, представлена десятковим дробом;
 HHI – індекс Херфіндаля-Хіршмана.

$$L = (\beta - 1) \frac{s_i}{\varepsilon} - \frac{\beta}{\varepsilon}$$

$$L = (\beta - 1) \frac{HHI}{\varepsilon} - \frac{\beta}{\varepsilon}$$

β – коефіцієнт узгодженості конкурентних стратегій учасників ринку (коефіцієнт змови).

$$0 \leq L \leq 1$$



Коефіцієнт Бейна

$$K_B = \frac{\text{Бухгалтерський прибуток} - \text{Нормальний прибуток}}{\text{Власний капітал фірми}}$$

Нормальний прибуток = $(i_0 + i_p) \times \text{Власний капітал фірми}$

i_0 – норма доходності по безризиковим цінним паперам;
 i_p – премія за ризик.



Коефіцієнт Тобіна

$$q = \frac{MV}{RA}$$

MV – ринкова вартість активів компанії;

RA – відновлювальна вартість активів компанії.

$q < 1$, фірма не має ринкової влади;

$q > 1$, фірма має ринкову владу.



Індекс основного (ключового) постачальника (Pivotal Supplier Index)

$$PSI_k = \begin{cases} 1 & \text{якщо } C_k > \sum_{i=1}^n C_i - TD & \text{ринкова влада наявна у} \\ & & \text{суб'єкта } k; \\ 0 & \text{якщо } C_k \leq \sum_{i=1}^n C_i - TD & \text{ринкова влада відсутня у} \\ & & \text{суб'єкта } k. \end{cases}$$

PSI_k – індекс основного (ключового) постачальника для k -ого суб'єкта господарювання;

C_k – величина виробничої потужності k -ого суб'єкта господарювання (в тому числі максимально можливого імпорту товару k -им суб'єктом господарювання);

C_i – величина виробничої потужності i -ого суб'єкта господарювання (в тому числі максимально можливого імпорту товару i -им суб'єктом господарювання);

n – кількість учасників ринку;

TD – обсяг попиту на товар.

Індекс залишкової пропозиції (Residual Supply Index)

$$RSI_k = \frac{TGC + I - GC_k}{TD}$$

RSI_k – індекс залишкової пропозиції
k-ого суб'єкта господарювання;
 TGC – сумарна виробнича
потужність усіх виробників товару
на ринку;

I – величина потужності для максимально можливого ввезення
(імпорту) товару на ринок;

GC_k – виробнича потужність k-ого суб'єкта господарювання;

TD – обсяг попиту на товар.

$RSI_k = 0$, абсолютна ринкову влада k-ого суб'єкта господарювання;

$RSI_k = 1$, втрата k-им суб'єктом господарювання ринкової влади;

$RSI_k = 1,1$ вкорінення конкурентного статусу k-ого суб'єкта
господарювання.

Якщо для понад 95 % ринкових періодів взаємодії значення індексу
залишкової пропозиції для досліджуваного виробника є більшим за
1,1, то ринкова влада у нього відсутня.

Дякую

за увагу!

