

4.4. Структуры рынка и рыночное равновесие

Варианты взаимного расположения кривой совокупного спроса и кривой предложения на графике, изображающем модели поведения продавца-производителя и покупателя-посредника, многообразны.

Если, например, кривая спроса не пересечет кривую предложения и пройдет ниже последней, то рыночного взаимодействия не произойдет – технико-экономические показатели производства таковы, что его себестоимость превышает цену, которую согласны платить покупатели, поэтому торги никогда не состоятся.

Чисто теоретически возможна и другая ситуация, а именно, когда кривая суммарного спроса коснется кривой предложения только в одной точке (рисунок 4.6). На рисунке кривая предложения изображена более жирной линией, чем кривая совокупного спроса. Точка пересечения этих

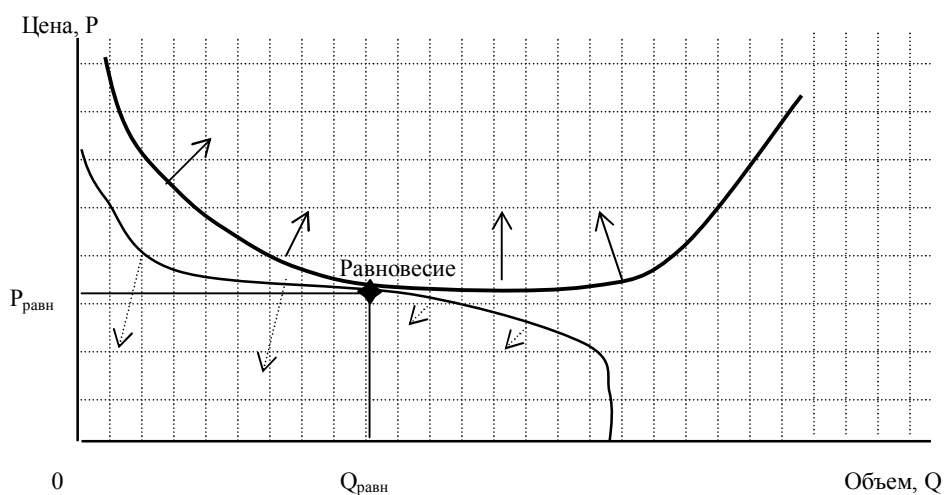


Рисунок 4.6. График поведения совокупного спроса (посредников) и предложения (производителя), когда имеется одна равновесная точка

двух кривых и будет представлять собой равновесную точку. Альтернативы этой точки нет: в этой ситуации предложение других объемов или цен со стороны производителя не встретит интереса со стороны спроса, и наоборот. Посредников, представляющих спрос, устроит только данная цена $P_{равн}$, по которой посредники в совокупности своей приобретут $Q_{равн}$ единиц товара.

Следует указать, что эта равновесная точка оказывается неустойчивой, во-первых, и крайне не выгодной для сторон, во-вторых.

Неустойчивой она является, например, потому, что малейшее ухудшение технико-экономических показателей производства приводит к увеличению себестоимости и кривая предложения сдвинется выше и сделка не состоится, поскольку кривые не пересекутся.

Невыгодной она является потому, что ни продавец, ни покупатель не получают от этой сделки никакой прибыли. А если это так, то любое

изменение её условий приводит к тому, что стороны вообще ни о чём не договариваются, что отражает ещё одну сторону неустойчивости данного равновесия.

Тем не менее, зная эту точку, легко определить объёмы потребления каждого сегмента – для этого, по равновесной цене $P_{равн}$ рисунка 4.6, можно, используя график рисунка 4.4, на котором были изображены кривые спроса по сегментам, увидеть какие объёмы будут приобретать потребители каждого сегмента. Графически это можно сделать так. На вертикальной оси цен рисунка 4.4 отмеряется цена $P_{равн}$. Через нее проводится прямая линия, параллельная оси объемов. Точка пересечения этой прямой с кривыми спроса и даст искомые величины объемов спроса каждого из сегментов.

Случай, когда имеется только одна точка пересечения кривых предложения и спроса следует признать редчайшим.

Рассмотрим случай, когда диапазон объема спроса соответствует

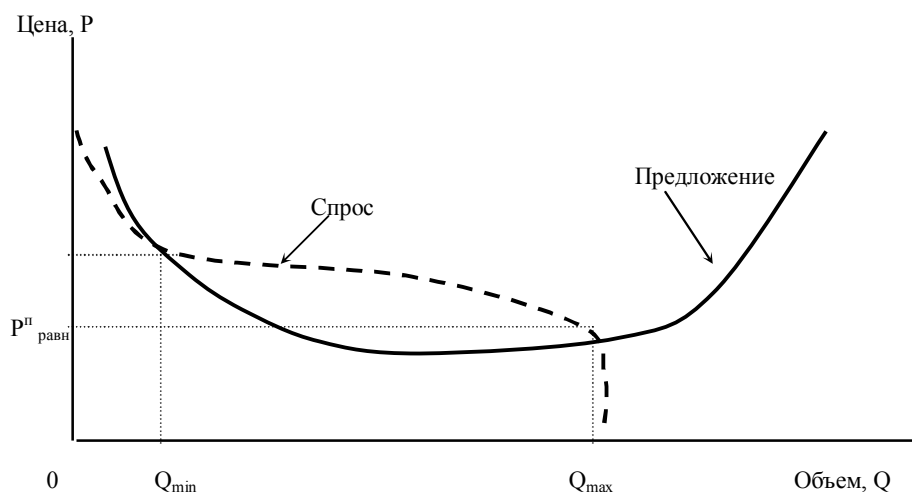


Рисунок 4.7. Суммарный спрос (посредников) и предложение (производителя)

объему производства, а цена спроса превышает в основной части цену предложения (рисунок 4.7).

Кривая совокупного спроса пересекает кривую предложения в двух точках: при небольшом объеме Q_{min} и при значительном объеме Q_{max} , приближающемся к номинальному значению производства. Для каждой из этих точек характерно нулевое значение прибыли и у продавца, и у покупателей.

Между этими двумя крайними точками лежит область точек, ограниченная сверху кривой совокупного спроса, а снизу – кривой предложения. Именно она, эта область, и представляет собой главный интерес для рассмотрения, поскольку каждая из точек, лежащих в данной области приносит и продавцу, и покупателю прибыль, не равную нулю – в этой области лежат пересекающиеся интересы продавца и покупателя, в этой области происходит соперничество между ними.

Экономическая теория (микроэкономика) говорит о том, что результатом встречи спроса и предложения на рынке является точка пересечения двух кривых. В рассматриваемой постановке пересечением интересов продавца и покупателя является некоторая область. Именно в этой области и находится точка, представляющая взаимовыгодный интерес, как для продавца, так и для покупателя. В этой области в результате торгов одна из сторон может получить больше прибыли, а другая меньше. Это означает, что область пересечения двух полуплоскостей можно определить как область потерь или получения прибыли. Если в ходе торгов договорная цена приблизится к верхней границе области – кривой спроса, то посредник потеряет прибыль, а продавец эту прибыль получит. Если же рассматривать другой крайний вариант, то есть - когда в ходе торгов будет достигнута договорная цена, приближающаяся к кривой предложения, то основную прибыль от сделки получит посредник, а продавец мало что получит, кроме возмещения затрат на производство.

От чего зависит расположение договорной точки в той или иной части области потерь - получения прибыли? От умения и возможности торговаться. Умение торговаться определяется тем, как у каждой из сторон развит маркетинг, а вот возможность торговаться определяется внешними причинами – структурой рынка. Эти причины и следует рассматривать при изучении механизма рыночного ценообразования.

Сегодня теория конкуренции предлагает различные типы структур рынка в зависимости от того, какую классификацию предлагают учёные¹. В основу классификации рынков могут быть положены различные критерии. Наиболее распространенный критерий в теории конкуренции - число участников рынка. Наиболее подробно структура рынка описывается перекрёстной классификацией, когда используется два классификационных критерия – один это число продавцов на рынке, второй – число покупателей на нём. Отнесение конкретного рынка к тому или иному типу осуществляется экспертным путём, поскольку понятие "много продавцов на рынке" не имеет количественной оценки. Многочисленные способы определения типа рынка с помощью расчётных процедур не имеют убедительного обоснования. Расчёты на примере рынка пива европейской части России в 2002 году с помощью известных методик (индекс концентрации, коэффициент относительной концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, коэффициент энтропии, коэффициент вариации рыночных долей, коэффициент Джини) показал, что каждая методика относит этот рынок к разным типам².

Необходимость отнесения того или иного рынка к определённому типу диктуется следующими обстоятельствами. Уровень конкурентной борьбы пока что невозможно измерить. Нет ни показателя, который бы это мог сделать, ни соответствующей шкалы. Поэтому предполагается, что этот

¹ Светуных С.Г. Методы маркетинговых исследований. – СПб.: Издательство ДНК, 2003. – С. 296 – 297.

² Светуных С.Г., Литвинов А.А. Конкуренция и предпринимательские решения. – Ульяновск: Изд-во «Корпорация технологий продвижения», 2000. – С.96 - 104.

уровень определяется тем, сколько на рынке участников этой конкурентной борьбы, точнее - предполагается наличие прямой линейной зависимости между числом конкурентов на рынке и уровнем конкурентной борьбы на нём. На самом-то деле зависимость, во-первых, носит нелинейный характер, а во-вторых, на конкурентную борьбу на рынке оказывают влияние и другие факторы (привлекательность рынка, этап жизненного цикла спроса на товар и т.п.). Нам сейчас не интересен уровень конкурентной борьбы и способы его измерения. Интересно говорить о том, что рынок конкурентный или нет, и какова рыночная сила каждой из сторон.

Именно это определяет то, где окажется равновесная точка, и какими характеристиками она будет обладать.

Пусть мы имеем ситуацию, когда имеется конкурентный рынок с равными рыночными силами сторон. При этом кривая постоянной прибыли

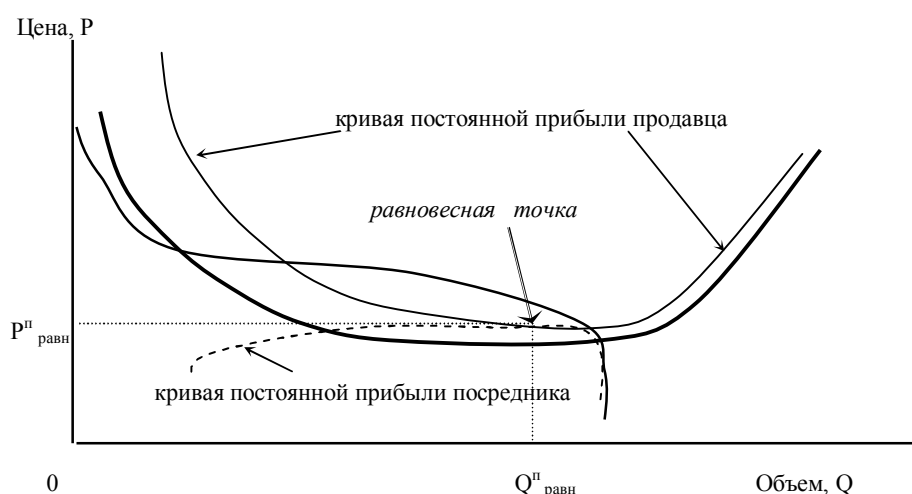


Рисунок 4.8. График поведения совокупного спроса (посредников) и предложения (производителя) для конкурентного рынка с равными рыночными силами сторон

посредника будет проходить слегка выше, чем кривая затрат, характеризуя незначительную величину прибыли. Кривая постоянной прибыли посредника будет также недалеко находиться от кривой совокупного спроса, характеризуя в свою очередь незначительный объем прибыли у посредника. Пересечением двух любых кривых постоянных прибылей покупателя и продавца являются две точки. Множество точек, лежащих внутри области пересечения этих двух кривых, оказывается предпочтительнее и для продавца, и для покупателя. Продолжая процесс нанесения на график кривых постоянной прибыли, сдвигая их навстречу друг другу, мы, наконец, найдём точку, где касательные к этим кривым совпадают друг с другом (на которую указывает стрелка на рисунке 4.8). При этом никакой внутренней области более выгодных цен и объёмов не остаётся. Эта точка и будет характеризовать равновесную цену и равновесный объём. Любые другие

точки либо лишают части валовой прибыли продавца, либо лишают части валовой прибыли покупателя (посредника).

Цена за единицу товара на конкурентном рынке (рисунок 4.8) не очень высока, а объёмы продаж таковы, что производственные мощности загружены почти полностью. Так, по крайней мере, получилось на рисунке.

Иная ситуация будет на другом типе рынка, а именно на рынке, где продавец обладает большей рыночной силой, чем покупатель. В теории конкуренции таким рынком может быть, например, олигопольный рынок. Для этого рынка характерно достаточно большое число покупателей и небольшое число продавцов. Это означает, что покупатели не могут особенно сильно требовать снижения цены, добиваясь получения собственной прибыли за счёт разницы в ценах. Продавец же, как и другие немногие при олигополии продавцы, может уже в более значительной

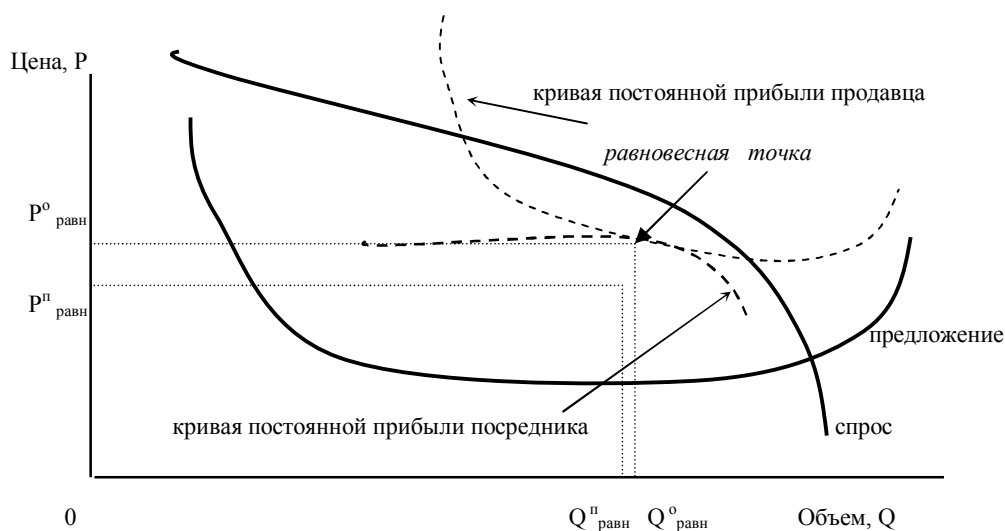


Рисунок 4.9. Равновесие на рынке, где продавец-производитель обладает большей силой, чем покупатель-посредник

степени повышать цену за единицу товара, поскольку другие продавцы на рынке ведут себя также. К тому же, занимая весомую часть рынка, продавец спокоен ещё и в том, что его соперники – конкуренты будут не в состоянии обеспечить потребителей дополнительным количеством товара, если потребители придут к ним за ним.

Таким образом, производитель-продавец может получить больше прибыли, чем покупатель-посредник, и в равновесном случае итоговая кривая постоянной прибыли продавца будет находиться выше и дальше от кривой предложения, чем в случае конкурентного рынка с одинаковыми рыночными силами сторон (рисунок 4.9). Точно также и кривая постоянной прибыли, на которой, в конце концов, остановится посредник-покупатель, окажется ближе к кривой суммарного спроса, чем в случае конкурентного

рынка с равными силами. При этом посредник будет получать меньше прибыли, чем в первом случае.

На рисунке 4.9 несколько изменён масштаб по сравнению с рисунком 4.8. Это сделано потому, что точка равновесия находится внутри области допустимых решений, а именно эта область представляет исследовательский интерес. Кроме того, на оси цены и объёма нанесены координаты точки равновесия для предыдущего случая – случая двусторонней полиполии, то есть равновесная цена $P^o_{равн}$ и равновесный объём $Q^o_{равн}$. На эти же оси нанесены координаты равновесной точки для олигопольного рынка, а именно $P^m_{равн}$ и $Q^m_{равн}$. В изучаемом случае расположения кривых спроса и предложения при переходе от полипольного рынка к олигопольному условия равновесия изменились. Рыночная цена за единицу изделия повысилась, а объём продаж несколько увеличился. При другом характере и расположении кривых могут быть получены и другие результаты, но вряд ли может

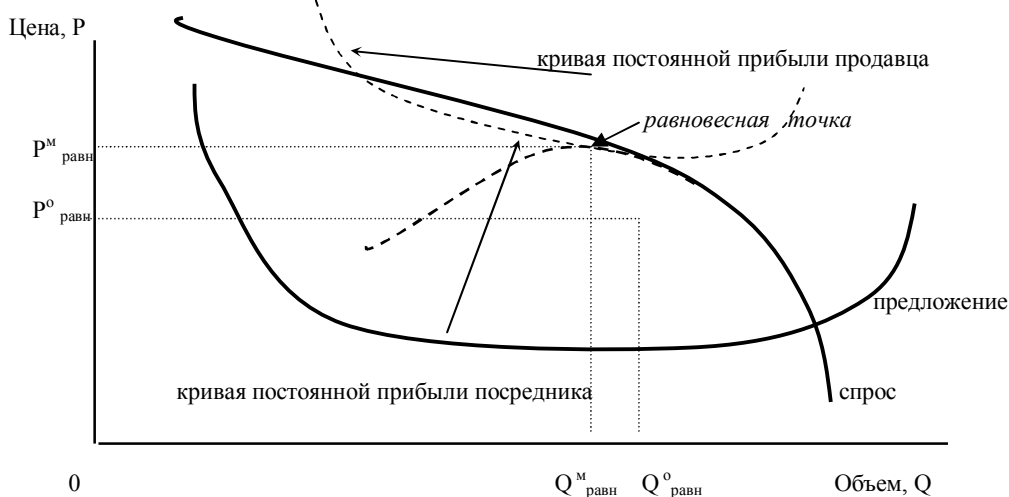


Рисунок 4.10. Равновесие на монопольном рынке

получиться результат с понижением цены.

Теперь интересно посмотреть, как сложится рыночное равновесие на монопольном рынке, когда имеется много потребителей и только один производитель. Ясно, что именно производитель обладает основной рыночной властью, а потребители этой властью не обладают. При этом посредники всё же должны получать посредническую прибыль, иначе они просто уйдут на другой рынок. Таким образом, кривая постоянной прибыли продавца-производителя, дающая ему максимальную прибыль, окажется ближе всего к кривой совокупного спроса, также как и кривая постоянной прибыли посредника-покупателя (рис. 4.10). На рисунке 4.10 вновь оставлены координаты равновесной точки для предыдущего – олигопольного – случая. Это вновь позволяет сделать сравнение. Цена на товар увеличилась, что является вполне очевидным следствием, а объём продаж уменьшился.

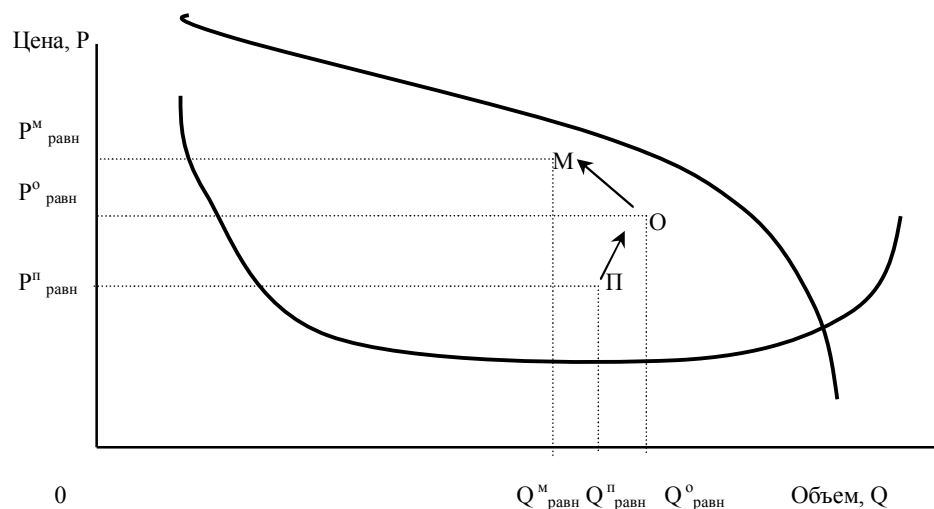


Рисунок 4.11. Равновесные точки при полиполии (П), олигополии (O) и монополии (M)

Теперь можно сделать некоторые обобщения о характере рыночной ситуации в зависимости от степени конкурентности.

Для этого все равновесные случаи приведены на рисунке 4.11. Из них легко увидеть, что в рассматриваемом случае наблюдается закономерность — чем сильнее концентрация на рынке, тем выше равновесная цена на рынке. Объёмы продаж меняются с ростом концентрации — сначала увеличиваются, а затем снижаются. Впрочем, графическая модель по определению не должна использоваться для некоторых количественных сравнительных оценок. Она может показывать лишь некоторые соотношения, порядок, направление. Поэтому полученный вывод о характере изменения объёмов и цен в зависимости от уровня концентрации рыночной власти на рынке носит условный характер.

Но важный вывод, который можно сделать уже сейчас — классификация структур рынка, принятая в экономической теории (монополия, олигополия и т.п.), становится малоинформативной, если рассматривать рыночное взаимодействие так, как это предлагается в теоретической экономике. Диагностика типа рынка становится малозначимой — важно определить степень рыночной власти. А рыночная власть определяется той долей валовой прибыли, которая приходится на каждого из соперников по оптовому рынку. Лучшим показателем этой рыночной силы и конкурентной позиции выступает рентабельность по себестоимости каждого участника сделки - валовая прибыль, отнесённая к собственным издержкам. Если, например, она у производителя составит 15%, а у посредника — 115%, легко понять — в чьих руках рыночная власть и где нарушено конкурентное равновесие.

Но теория конкуренции и методы диагностики уровня конкуренции в данной работе не рассматриваются...