

УДК 338.242.2

О. Е. Денисов,

старший викладач, Університет економіки та права "КРОК"

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ОЛІГОПОЛЬНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Розробка державної стратегії розвитку олігопольних ринків в Україні неможлива без проведення правильної оцінки існуючої ситуації на цих ринках та їх подальшого розвитку. Наявність величезної кількості узагальнюючих методик ставить перед дослідником нелегке завдання вибору. Знання та володіння інструментарієм для проведення аналізу дозволяє отримувати результати з високим рівнем достовірності.

Creation oligopolic markets national strategy development in Ukraine is impossible without a proper assessment of the current situation in these markets and their further development. The presence of large number of synthesis techniques makes it no easy task selecting the researcher. Knowledge and possession of tools for analysis allows to obtain results with high accuracy.

Ключові слова: олігопольний ринок виробничо взаємопов'язаних продуктів, виробнича програма.

ВСТУП

У сучасній економічній теорії виділяють чотири принципові моделі, які характеризуються відмінними параметрами в системі виробничих витрат, ціноутворення, збуту, методами підвищення загальної рентабельності та, як результат, різними методами управління, в тому числі й стратегічного.

При цьому процедура стратегічного аналізу з практичної точки зору доцільна для використання лише по відношенню до олігопольних та ринків монополістичної конкуренції. Причиною цього є, зокрема, відсутність потреби стратегічного аналізу на монополістичному ринку, оскільки основним фактором, що його формує виступає монополіст, що суттєво знижує багатоваріантність розвитку такого об'єкта аналізу. Ринок, що має риси абсолютної конкуренції, з одного боку, не зустрічається в чистому вигляді, а з іншого не дозволяє будувати стратегію розвитку підприємств на ньому, оскільки є абсолютно незалежним від дій останніх.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

У статті об'єктом дослідження обрано олігопольний ринок (ОР), що зумовлено кількома причинами:

- наявністю великої кількості ринків в Україні, структуру яких формують 2—5 учасників;
- великим рівнем капіталізації даних ринків;
- суттєвим впливом, що здійснюють такі ринки на економіку країни в цілому, їх стан є визначальним для окремих регіонів держави;
- можливістю формалізації процесу стратегічного аналізу з використанням різних методів [1; 2; 3] як результат чіткого визначення основних елементів, що формують даний ринок.

Олігопольний ринок (ОР) у загальному розумінні передбачає реалізацію одного виду товару або його асортименту обмеженим колом операторів. При цьому існує можливість чіткого розподілу витрат виробничого процесу, збутової системи та планування виробничої програми [4; 5; 6].

Загальний перелік олігопольних ринків в Україні можна знайти в списку підприємств, що підлягають контролю Антимонопольного комітету України. Об'єктами дослідження є ринки продуктів хімічної промисловості, де на виробництві працює близько 150 тис. осіб (дані Мінпромполітики), а структура ринків є достатньо однорідною. Так, наприклад, ринок аміачної селітри в Україні включає п'ять виробників, каустичної соди та хлору — 3, полівінілхлориду — 3, адипінової кислоти — 2, бензолу — 2, нафтопродуктів — 5, диоксиду титану — 2.

РЕЗУЛЬТАТИ

Автором розглянуто олігопольний ринок стандартизованої продукції промислового використання, який характеризується наявністю невеликої кількості виробників, обмеженим колом споживачів та постачальників. Ключовими елементами визначення ефективності роботи підприємств-операторів на такому ринку виступає співвідношення ціноутворення в системі збуту продукції (дохід), ефективності й інтенсивності використання технологічних процесів виробництва (витрати) [7].

До числа олігопольних ринків стандартизованої продукції в Україні потрапляють ринки сировинної хімії та металургії, енергоресурсів, нафтохімії та енергогенеруючі ринки, тобто це ринки каустичної соди, хлору, аміаку, карбаміду, сірчаної та соляної кислоти, аміачної селітри, вінілхлориду (ВХ), полівінілхлориду (ПВХ), металопрокату, коксу, залізної руди, нафтопродуктів, вугілля, газу, електроенергії та ін.

При формуванні принципів ціноутворення в системі збуту продукції на олігопольних ринках стандартизованої продукції ключову роль відіграють витрати сировини та матеріалів, витрати на оплату праці, вартість інвестицій та фінансових ресурсів, необхідних для функціонування підприємства. Кожен з учасників ОР формує ціну реалізації продукції, виходячи з власних виробничих витрат, з метою покриття останніх та отримання певного необхідного рівня прибутку [4]. При цьому перед підприємства-

ми-операторами постає потреба в пошуку оптимального співвідношення між обсягами реалізації продукції, ціною реалізації та поточними виробничими програмами.

Ще однією характеристикою досліджуваних ринків є суттєва перевага виробничих потужностей операторів над існуючими потребами, тому визначення оптимального виробничого плану потребує пошуку раціонального співвідношення між такими основними параметрами:

- умовно постійними витратами виробництва;
- умовно змінними витратами виробництва;
- зміною транспортної складової вартості товару в залежності від обсягів реалізації;
- зустрічною реакцією інших операторів ринку на спробу зменшення їх частки на ринку [8];
- зміною обсягу ринку в залежності від зміни цінової політики;
- посиленням або послабленням цінових бар'єрів для входу інших операторів на ринок [8];

— пошуком оптимальної пропорції меж ціноутворення на внутрішньому та зовнішніх ринках шляхом зниження експортних цін за рахунок додаткового ефекту від масштабів виробництва.

Ці параметри автор відносить до основних елементів ціноутворення на олігопольному ринку стандартизованої продукції та ставить за мету необхідність їх визначення для чіткого прогнозування дій підприємств на ринку.

Для оптимізації діяльності підприємств У стратегічному періоді до аналізу елементів, що впливають на тактичні рішення операторів ринку, додається потреба в передбаченні того, яким чином ці елементи будуть змінюватись в майбутньому в залежності від факторів, що їх утворюють, це дозволяє досліднику побудувати динамічну модель розвитку ринку. Для своєчасної адаптації до майбутніх змін у зовнішньому середовищі перед підприємствами постає потреба в чіткому розподілі вищенаведених факторів у причинно-наслідкову модель, визначенні параметрів зміни та прогнозуванні на цій основі їх стану в майбутньому.

При теоретичному аналізі можна виділити лише типи для кожного олігопольного ринку стандартизованої продукції елементи об'єкта дослідження та визначити рівні взаємовпливу факторів, що окреслюють діяльність даного ринку [4]. В статті переслідуються мета створення моделі дослідження ринку з певними відмінними факторами, тому необхідним є їх чіткий стратегічний аналіз.

Звужуючи коло наукових проблем, автор обрав об'єктом дослідження олігопольний ринок виробничо пов'язаних товарів, специфікою якого виступає, з одного боку, наявність всіх вищенаведених характеристик для системи збуту двох непов'язаних між собою на ринках споживання продуктів та, з іншого — неможливість реального розподілу виробничих витрат та планування виробничої програми для кожного продукту окремо.

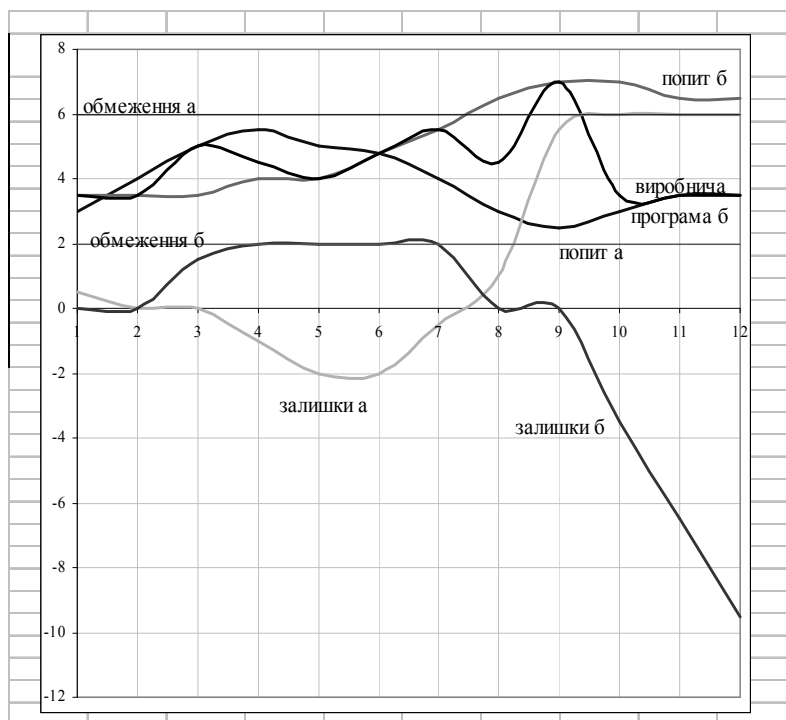


Рис. 1. Графічна модель формування виробничої програми на ринку виробничо пов'язаних товарів

До унікальних характеристик олігопольного ринку виробничо пов'язаних товарів в дослідженні віднесено:

- 1) пропорційну виробничу програму незалежно від поточного рівня попиту на кожному з ринків окремо;
- 2) спільні виробничі витрати, розподіл яких між продуктами має лише умовний характер;
- 3) обмеженість складських ресурсів за умови непропорційного рівня попиту на кожному з ринків реалізації продукції;
- 4) неможливість утилізації одного з продуктів для забезпечення стабільної програми виробництва іншого.

Незалежно від параметрів попиту на олігопольному ринку, за умов відсутності конкурентної війни та індикативів цін, виробники продукції при ціноутворенні відштовхуються від параметра компенсації виробничих витрат [4; 8], аналогічна ситуація має місце й на цьому ринку.

Автором звернено особливу увагу на чітке використання принципу компенсації витрат виробництва за рахунок підняття ціни на товар з незадоволеним попитом кожним з операторів ринку.

Графічна інтерпретація стану факторів, що впливають на прийняття рішення операторами на ринку відносно оптимізації власної виробничої програми, представлена автором на рис. 1.

При формуванні обсягів реалізації продукції не використовується принцип нероздільності виробничих витрат, оскільки цей фактор знаходить свої використання при визначенні принципів розподілу виробничої програми ринку між його учасниками як наслідок формування цін на продукцію.

Виробничу програму на ОР автор пропонує формувати як результат існування певного прогнозного рівня попиту на продукцію а та б, співвідношення яких не є сталими, на відміну від обсягів виробництва, тобто для повного

Таблиця 1. Параметри виробничої програми операторів ринку виробничо пов'язаних товарів у залежності від стану попиту

№ п/п	Стан попиту на товари	Виробнича програма
1	Попит на товари зрівноважений з пропозицією.	Дорівнює обсягам споживання.
2	Попит на один товар перевищує пропорційно попит на інший без досягнення граничної межі накопичення складських запасів.	Дорівнює обсягам споживання товару з вищим відносним рівнем попиту.
3	Ситуація аналогічна п. 2, але накопичилась критична маса товару, що знаходиться в профіциті та створюється дефіцит першого товару.	Дорівнює обсягам споживання товару, що заходиться в профіциті.
4	Попит на товар, критична маса залишків якого знаходиться на складі, перевищує попит на інший.	Дорівнює обсягам споживання товару, попит на який пропорційно менший.

задоволення потреби в одному продукті оператори ринку повинні виробити пропорційну кількість іншого. При цьому обсяги накопичення складських запасів кожного з продуктів є обмеженими. Такі обмеження можуть мати фізичний, екологічний (як, наприклад, для ринку хлору) та фінансовий характер (наприклад, неефективність створення додаткових складських ресурсів та вимивання оборотних коштів через затоварювання готовою продукцією).

У статті виділено чотири основні стани олігопольного ринку та подано характеристики виробничих програм (табл. 1).

Наслідком зміни обсягів реалізації продукції та виробничих програм є зміна цін на ринку як результат боротьби виробників за ринки споживання. При цьому приймаємо за умову відсутність домовленостей між операторами про спільні дії стосовно ціноутворення та замкнутість досліджуваного ринку, що чітко простежується по відношенню до ринків з високим рівнем транспортних та митних витрат відносно доданої вартості, яку створюють оператори. Як правило, на ОР існують мінімальні та максимальні рівні цін на кожний з досліджуваних продуктів, що зумовлено наявністю товарів-замінників та підприємств, що прагнуть увійти на ринок.

Отже, базовим елементом дослідження ринку виробничо взаємопов'язаних продуктів виступає визначення складових реакції учасників ринку на зміни в останньому за рахунок вивчення:

- існуючих на ринку методів регулювання обсягів споживання продукції;
- динаміки зміни цін у залежності від зміни рівня дефіциту чи профіциту кожного з продуктів;
- зміни кордонів ринку стосовно як зниження профіциту продукції, так і при забезпеченні попиту на дефіцитну продукцію.

За умови визначення параметрів стану кожного з чотирьох основних факторів ринку виробничо пов'язаних продуктів та складових реакції учасників ринку, підприємство отримує можливість диференціювати завдання оптимізації виробничої програми, виходячи з економічної доцільності та багатоваріантності у прийнятті рішень щодо формування цінової політики.

ВИСНОВКИ

Отже, вважаємо, що ринок виробничо взаємопов'язаних продуктів — це ринок виробництва двох або більше видів продукції в технологічно чітко встановленій

пропорції в єдиному циклі виробництва та збуту цієї продукції на ринках споживання, не пов'язаних між собою ні технологічно, ні за сферою подальшого використання. В результаті отримуємо асортимент виробів, які розподіляються між собою стосовно виробничих витрат на "умовні одиниці продукції" — таке співвідношення виробів, яке обґрунтоване пропорціями технологічного процесу. При цьому вартість всього обсягу виробництва "умовних одиниць" формує загальну величину витрат даного виробничого комплексу.

Формування ціни на ринку виробничо пов'язаних товарів має певну специфіку та відбувається як результат зіставлення рівня витрат на виробництво однієї умовної одиниці продукції та ціни реалізації цієї умовної одиниці з можливістю вільного (в рамках співвідношення попиту та пропозиції) балансу цін на кожен з товарів зокрема:

$$\text{виробничі витрати на одну умовну одиницю продукції} = K_{\text{рентабельності}} * (P_1 + P_2),$$

де $K_{\text{рентабельності}}$ — прийнятний рівень рентабельності;

$P_{1,2}$ — вартість реалізації умовної одиниці продукції по кожному з продуктів окремо.

Стратегічний аналіз олігопольного ринку виробничо взаємопов'язаних продуктів є основною складовою для створення багатofакторної моделі прогнозування його розвитку. При цьому одночасно з аналізом існуючих виникає потреба у екстрагуванні найбільш цінних елементів з усього комплексу методів стратегічного аналізу та організації оптимального процесу стратегічного управління.

Література:

1. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента: пер.с англ. — М.: Банки и биржи, 1997. — 176 с.
2. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика: пер.с англ. — С. Питербург: Питер, 1999. — 560 с.
3. Ефремов В.С. Классические модели стратегического анализа и планирования: модель ADL/LC // Менеджмент в России и за рубежом. — 1998 — № 1. — С. 117—130.
4. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: пер. с англ. — М.: Республика, 1992. — 400 с.
5. Піндайк Р.С., Рубінфелд Д.Л. Мікроекономіка: пер.с англ. — К.: Основи, 1996. — 646 с.
6. Hanson G.D. North American economic integration and industry location // Oxford Review of Economic Policy. — 1998. — Vol. 14, № 2. — P. 30—44.
7. Lommerud K., Meland F., Sorgard L. Unionised oligopoly, trade liberalization and location choice // The Economic Journal. — 2003. — Vol. 113, № 490. — P. 782—800.
8. Porter M. Competitive Advantage. — NY: Free Press, 1985.

Стаття надійшла до редакції 04.11.2010 р.