

Задание. Расчет основных рыночных показателей

I. Исходные данные (описание ситуации): в Приложении А приведены данные о емкости рынка, объеме продаж предприятия и объемах продаж основных конкурентов.

Необходимо определить долю рынка (в процентах) предприятия и основных конкурентов; рассчитать индекс концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана; сделать выводы о конкурентной среде.

Для расчета индексов допускаем, что объемы продаж остальных предприятий одинаковы (рассчитать самостоятельно на основе данных таблицы в приложении А).

II. Цель работы:

- 1) закрепить знания о понятиях емкости рынка, доле рынка;
- 2) научиться определять долю рынка организации, рассчитывать индекс концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана;
- 3) уметь делать выводы о конкурентной среде;
- 4) приобрести компетенцию ПК-9 (способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли).

III. Методические материалы

Доля рынка – это процент от всего объема целевой аудитории, охваченный компанией. Также долей рынка называется процент продаж конкретной компании в общем объеме продаж определенного товара всеми конкурирующими компаниями на том или ином рынке.

Доля рынка рассчитывается по формуле:

$$D_i = O_{Pi} / E \times 100\%, \quad (1)$$

O_{Pi} – объем продаж i -го предприятия;

E – емкость рынка.

При анализе конкурентной среды и структуры рынка часто используются количественные методы оценки уровня его концентрации.

Концентрация отражает относительную величину и число предприятий, действующих в отрасли. Чем меньше предприятий, тем выше уровень концентрации. При одинаковом числе предприятий на рынке, чем сильнее отличаются фирмы друг от друга по размеру, тем выше уровень концентрации.

В практике маркетинга не существует единственного показателя для измерения уровня концентрации в отрасли. В разных исследованиях и для разных целей могут использоваться различные показатели концентрации продавцов на рынке.

Индекс концентрации (concentration ratio) измеряется как сумма рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке:

$$CR_k = \sum_{i=1}^k Y_i, \quad (2)$$

где Y_i - рыночная доля i -той фирмы, %;

k - число фирм, для которых высчитывается этот показатель.

Индекс концентрации измеряет сумму долей k крупнейших фирм в отрасли (при этом $k < n$, n - число фирм в отрасли).

В отечественной практике оценка состояния концентрации на товарных рынках определяется по значениям индексов концентрации для трех крупнейших фирм.

Если индекс концентрации приближается к 100%, то рынок характеризуется высокой степенью монополизации, если же он немногим больше нуля, то его можно рассматривать как конкурентный.

Однако индекс концентрации не учитывает особенности рыночной структуры всей отрасли. Например, если мы анализируем две отрасли и в каждой из них четыре крупнейшие фирмы производят 60% всей продукции отрасли, то получаем одинаковый индекс концентрации. Тем не менее рыночная ситуация в них может быть различна, так как в одной отрасли всего 10 фирм, а в другой 100. Кроме того, и в самом «ядре» рынка может быть различное распределение долей. Четыре фирмы по 15% – равное распределение или 35, 10, 10 и 5% – явное доминирование ведущей фирмы.

Не учитывает данный показатель и долю рынка, покрываемую за счет импорта, поэтому он может показать завышенный уровень концентрации отрасли. По этой же причине он неприменим к оценке региональных и местных рыночных структур.

Тем не менее, данный показатель приемлем в качестве грубого индикатора, характеризующего наличие в отрасли небольшого числа доминирующих фирм, что отличает олигополию от совершенной и монополистической конкуренции, или в качестве дополнительного показателя, применяющегося совместно с другими показателями концентрации.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана (Herfindal-Hirshman index) определяется как сумма квадратов долей всех фирм, действующих на рынке:

$$HHI = \sum_{i=1}^n Y_i^2, \quad i = 1, \dots, n. \quad (3)$$

Индекс принимает значения от 0 (в идеальном случае совершенной конкуренции, когда на рынке бесконечно много продавцов, каждый из

которых контролирует ничтожную долю рынка) до 1 (когда на рынке действует только одна фирма, производящая 100% выпуска).

Принято считать рыночные доли в процентах, в этом случае индекс будет принимать значения от 0 до 10 000. Чем больше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынке.

Индекс Херфиндаля-Хиршмана показывает, какое место, долю на данном рынке занимают продавцы, владеющие малыми долями.

По значениям индексов концентрации (CR) и индексов Херфиндаля-Хиршмана выделяются три типа рынка:

- I тип — высококонцентрированные рынки: при $70 \% < CR < 100 \%$; $1800 < HHI < 10000$;
- II тип — умеренноконцентрированные рынки: при $45 \% < CR < 70 \%$; $1000 < HHI < 1800$;
- III тип — низкоконцентрированные рынки: при $CR < 45 \%$; $HHI < 1000$.

Результаты и защита.

В качестве планируемого результата по выполнению работы должно быть предоставлено:

- определены доли рынка (в процентах) предприятия и основных конкурентов;
- рассчитаны индекс концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана;
- сделаны развернутые выводы о конкурентной среде (т.е. здесь необходимо комплексно проанализировать ситуацию. О чем говорят количество предприятий на данном рынке и их рыночные доли с учетом рассчитанных индексов? Имеют ли предприятия возможность влиять на цену на рынке? Какова степень конкуренции и какие методы конкурентной борьбы будут превалировать на данном рынке? Каковы рекомендации по конкурентному поведению для фирмы-объекта? И т.п. Вот примерный спектр вопросов, которые должны быть проанализированы в выводе о конкурентной среде рынка.)

IV. Форма отчета

Отчет по работе должен содержать:

1. Титульный лист. Фамилию, имя, отчество, номер группы обучающегося, выполнившего работу.
2. Название и цель работы;
3. Название и описание приобретенных компетенций;
4. Условие задачи и исходные данные.
5. Заполненная в Word или Excel таблица с данными по конкурентам, доли рынка предприятия и конкурентов.
6. Рассчитанные индексы концентрации и Херфиндаля-Хиршмана.
7. Выводы о конкурентной среде рынка.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

(обязательное)

Таблица – Данные об объемах продаж

Вариант	Емкость рынка, млн.руб.	Объем продаж предприятия, млн.руб.	Объем продаж				Количество предприятий на рынке
			I конкурента, млн.руб.	II конкурента, млн.руб.	III конкурента, млн.руб.	IV конкурента, млн.руб.	
1	65	15	12	8	8	4	14
2	90	25	30	20	12	3	5
3	120	23	35	26	20	13	6
4	135	30	30	23	16	9	10
5	149	20	32	29	23	18	12
6	160	46	58	8	6	6	23
7	180	40	45	40	7	7	32
8	210	32	56	35	32	28	7
9	256	56	77	34	32	28	19
10	260	33	60	76	43	30	10
11	273	78	88	40	39	9	11
12	280	45	88	65	10	9	28
13	287	45	34	28	23	19	38
14	290	21	35	29	23	14	14
15	300	67	60	52	48	42	8
16	68	16	13	8	8	5	10
17	100	25	30	25	15	5	5
18	125	24	35	27	20	13	6
19	140	30	30	25	18	10	10
20	150	22	32	29	23	18	11
21	163	47	56	9	7	6	23
22	190	41	45	42	7	7	32
23	220	33	57	35	32	27	8
24	255	56	76	34	32	28	20
25	262	33	55	74	41	30	10
26	275	77	83	40	39	9	9
27	285	45	88	65	10	9	24
28	290	41	35	27	23	20	35
29	295	22	33	30	23	14	17
30	310	70	62	52	48	42	7
31	65	15	12	8	8	4	14
32	90	25	30	20	12	3	5
33	120	23	35	26	20	13	6
34	135	30	30	23	16	9	10
35	149	20	32	29	23	18	12
36	160	46	58	8	6	6	23
37	180	40	45	40	7	7	32
38	210	32	56	35	32	28	7
39	256	56	77	34	32	28	19
40	260	33	60	76	43	30	10

41	273	78	88	40	39	9	11
42	280	45	88	65	10	9	28
43	287	45	34	28	23	19	38
44	290	21	35	29	23	14	14
45	300	67	60	52	48	42	8
46	68	16	13	8	8	5	10
47	100	25	30	25	15	5	5
48	125	24	35	27	20	13	6
49	140	30	30	25	18	10	10
50	150	22	32	29	23	18	11
51	163	47	56	9	7	6	23
52	190	41	45	42	7	7	32
53	220	33	57	35	32	27	8
54	255	56	76	34	32	28	20
55	262	33	55	74	41	30	10
56	275	77	83	40	39	9	9
57	285	45	88	65	10	9	24
58	290	41	35	27	23	20	35
59	295	22	33	30	23	14	17
60	310	70	62	52	48	42	7
61	70	20	15	9	8	5	9
62	90	25	30	20	12	3	5
63	120	23	35	26	20	13	6
64	135	30	30	23	16	9	10
65	150	20	32	29	23	18	12