

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ СУБЪЕКТОВ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В.А.Печур, студент,

И.М.Зборина, магистр экономических наук, ассистент,
Полесский государственный университет, zborina@tut.by

В истории человеческого общества не найдётся экономических категорий, которые вызывали бы столь же жгучий интерес и у мыслителей-учёных, и у рядовых граждан, как конкуренция. Проблема конкуренции возникала всякий раз, когда философы и экономисты пробовали объяснить окружающий мир, а обычные люди задавались стандартными вопросами типа «кто кем руководит» и «где достать пропитание, чтобы не умереть с голоду».

Конкуренция – процесс соперничества субъектов по поводу реализации ими своих конкурентных преимуществ на конкретном рынке в конкретное время для одержания победы или достижения других целей в рамках законодательства либо в естественных условиях.

Конкуренция составляет один из наиболее важных признаков рыночной экономики. Обыкновенные граждане с рождения знают о том, что конкуренция состоит в остром соперничестве, столкновении интересов, борьбе. В популярных трудах по экономике можно встретить расхожее представление о конкуренции, согласно которому в процессе подобных столкновений одни формы разоряются и уходят в небытие, другие, напротив, достигают всеобщего признания и занимают заслуженное место на экономическом Олимпе. Таким образом, сильный всегда оказывается прав, а изнурая друг друга взаимным соперничеством, конкуренты двигают вперёд технический прогресс, расширяют корзины товарного предложения, снижают цены и улучшают сервис. Потребители при этом преуспевают, а раз так – конкуренция расценивается как мотор развития общества и его эволюции в сторону изобилия.

В настоящее время в большинстве стран с развитой рыночной экономикой сложилась практика изучения тенденций доминирующего конкурентного позиционирования. Целью такой деятельности выступает создание объективных основ противостояния процессам монополизации рынков со стороны отдельных субъектов предпринимательского бизнеса. Централизованное количественное определение конкурентных позиций тех

или иных компаний необходимо прежде всего для предупреждения монополизации рынков и создания условий поддержания интенсивности конкурентной борьбы на уровне, который признаётся общественно целесообразным.

Для количественного определения конкурентных позиций субъектов мебельной промышленности были рассчитаны такие показатели, как коэффициент Херфиндела-Хиршмана (ННН), коэффициент концентрации CR и коэффициент относительной концентрации.

Коэффициент Херфиндела-Хиршмана (ННН) – это сумма квадратов рыночных долей конкурентов, действующих на определённом секторе рынка:

$$\text{ННН} = \sum_{i=1}^n S_i^2 \times 100$$

Для сектора рынка, на котором осуществляет деловую деятельность одновременно более 100 предпринимательских фирм и ни одна из них не имеет доминирующего положения, значение коэффициента ННН стремится к единице. Если же на данном секторе рынка наблюдаются признаки олигополии, значение исследуемого коэффициента стремится к 10000.

Коэффициент концентрации (CR) определяется как отношение объёма реализации одноименных товаров некоторым числом субъектов предпринимательского бизнеса, обладающих наиболее крупными размерами финансовых активов, к общему объёму реализации этих товаров в течение фиксированного периода времени. Коэффициент концентрации определяется как сумма рыночных долей n крупнейших продавцов на рынке одноименных товаров:

$$\text{CR}_k = \sum_{i=1}^k S_i \times 100$$

Коэффициент относительной концентрации (K) применяется для количественной характеристики соотношения числа крупнейших по размерам финансовых активов предпринимательских фирм на рынке одноименных товаров и контролируемой ими доли реализации данных товаров.

Этот коэффициент рассчитывается по формуле:

$$K = \frac{(20+3 \cdot \beta)}{\alpha}$$

При $K > 1$ есть основания утверждать, что ни один из субъектов, действующих на рассматриваемом секторе рынка, не становится обладателем доминирующей позиции. При $K \leq 1$ на рынке складывается ситуация, близкая к олигополии, наблюдается доминирующее позиционирование отдельных субъектов рынка.

Проделив определённые расчеты для предприятий промышленности мягкой мебели Республики Беларусь, мы пришли к следующим результатам:

- коэффициент Херфиндела-Хиршмана (ННН) равен 14,2;
- коэффициент концентрации (CR) равен 78;
- коэффициент относительной концентрации (K) равен 0,6%.

На основании этого мы можем сделать вывод, что на рынке производителей мягкой мебели наблюдаются признаки олигополии. Лидирующие позиции занимает ряд субъектов. Несомненным лидером является ЗАО «Пинскдрев», его основными конкурентами являются: ООО «Зов-Леневромобель» (г.Гродно), ЗАО «Молодечномобель», ОАО «Гомельдрев», ЗАО «Бобруйскмобель», ЧУПП «Ружанская мебельная фабрика» и др.