

**В. В. Філіпович**

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

## **РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ РИНКОВИХ СТРУКТУР**

Проаналізовано історичний розвиток теорії структури ринку, представлено еволюцію поглядів щодо класифікації ринкових структур.

**Ключові слова:** ринкова структура, конкуренція, концентрація.

Вивчення структури ринку та ефективності його функціонування є однією з основних проблем в теорії формування ринків. Перш ніж розглядати і аналізувати дану категорію, необхідно розкрити процес історичного розвитку економічних поглядів на ринкову структуру та її класифікацію. Слід зазначити, що історичний розвиток теоретичних підходів до таких понять, як конкуренція та концентрація, поступово впливав на визначення класифікації структури ринку та формування оптимальної ринкової структури. Актуальність даної проблематики особливо зростає в періоди різного роду структурних перебудов, які характерні для сучасної економіки України. Метою даної статті є аналіз розвитку теоретичних підходів щодо ринкової структури та її класифікації.

Зазначені проблеми аналізують такі вчені, як Авдашева С. Б., Горняк О. В., Доленко Л. Х., Ігнатюк А. І., Нурєєв Р. М., Розанова Н. М., Росс Д., Шерер Ф. та інші. Їх праці були використані при написанні даної статті.

До початку XX століття в економічній науці складається і затверджується статична модель конкуренції і монополії як двох полярних структур ринку так, що між ними нібито і не існує проміжних станів. Лише в середині 30-х рр. XX ст. після Великої депресії епіцентр наукових досліджень змістився до ринків монополістичної конкуренції і олігополії. Їх суб'єкти, по-перше, знаходяться в стані суперництва, а по-друге, в тій або іншій мірі володіють ринковою владою. Імпульсом, що викликав це різке зміщення акцентів, став вихід у 1933 р. праць Дж. Робінсон і Е. Чемберліна, які більшою мірою, ніж попередні дослідження, відображали реальну ситуацію на ринках. Чемберлін запроваджує поняття монополістичної конкуренції, і, таким чином, відкриває новий підхід до аналізу структури ринку. Спочатку Чемберлін розглядав олігополію і монополістичну конкуренцію як дві різні моделі структури ринку, при цьому останню він пов'язував з диференціацією продукції. Згодом Чемберлін приходить до висновку, що всі типи ринкових структур, що знаходяться між досконалою конкуренцією і монополією, містять елементи і тієї, і іншої, і тому всі вони, включаючи олігополію, можуть бути об'єднані в широкий клас ринків монополістичної конкуренції. Але після того, як теорія Чемберліна була піддана критиці,

прийняте ним припущення про те, що будь-яка зміна ціни або будь-якої іншої характеристики товару окремим продавцем впливає на таку велику кількість конкурентів, що вплив, який відчувається кожним з них окремо, мізерно малий, було відкинуто. Він переглянув концепцію монополістичної конкуренції і прийняв за відправну точку просторову олігополію, при якій окремий продавець володіє локальною монополією владою, що ґрунтується на його специфічному місцезнаходженні [1, с. 343–345].

В 1934 р. відомий німецький економіст Г. фон Штакельберг запропонував класифікацію ринкових структур, представлену в таблиці 1.

Таблиця 1

Типи структури ринків по Штакельбергу

| Продавці | Покупці               |                                  |                                  |
|----------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|          | Багато                | Декілька                         | Один                             |
| Багато   | Двостороння поліполія | Олігополія                       | Монополія                        |
| Декілька | Олігопсонія           | Двостороння олігополія           | Монополія, обмежена олігопсонією |
| Один     | монопсонія            | Монопсонія, обмежена олігополією | Двостороння монополія            |

Особливістю приведеної в таблиці класифікації є те, що в ній немає двох добре відомих з англо-американської літератури типів ринкових структур — ринків досконалої і монополістичної конкуренції. Справа в тому, що і на тому, і на іншому ринку багато і покупців, і продавців, тому вони можуть бути віднесені до двосторонньої поліполії. Різниця ж між ними полягає лише в характеристиці товару. Якщо товар однорідний (гомогенний), то двостороння поліполія має характер досконалої конкуренції. Якщо ж товар неоднорідний, диференційований (гетерогенний), то двостороння поліполія набуває характеру монополістичної конкуренції.

На графіку (рис. 1) показана залежність числа продавців від величини ефективної потужності підприємства. Якщо крива середніх загальних витрат тривалого періоду має вигляд  $LATC_1$  і ефективна потужність підприємства  $q_1$  мала, то для задоволення ринкового попиту  $Q^D$  буде потрібно  $Q^D/q_1$  підприємств. І чим вище це співвідношення, тим більшим буде число підприємств-продавців. Якщо крива середніх загальних витрат підприємства має вигляд  $LATC_2$  і його ефективна потужність  $q_2$  лише у декілька разів менша обсягу ринкового попиту, для покриття ринкового попиту буде потрібно лише декілька ( $Q^D/q_2$ ) подібних підприємств. Нарешті, коли ринковий попит дорівнює ефективній потужності одного підприємства ( $q_3 = Q^D$ ), кількість підприємств-продавців на ринку буде дорівнювати одному. Таким чином, економія від масштабу, а точніше, мінімально ефективний масштаб виробництва (MES) є основним чинником, що визначає число продавців (багато, кілька, один) на тому або іншому товарному ринку.

В 50–60-х рр. XX ст. Е. Чемберлін і Дж. Бейн запропонували іншу, засновану на трьох параметрах, що піддаються кількісній оцінці, формалізовану класифікацію типів структури ринку. Е. Чемберлін запропонував

використовувати для класифікації ринків два критерії — взаємозамінність товарів, які пропонують різні підприємства, і взаємозалежність цих підприємств [2, с. 264–265]. Перший критерій може бути представлений коефіцієнтом цінової перехресної еластичності попиту на товари, що пропонують підприємства  $i, j$  (формула 1), другий — коефіцієнтом кількісної, перехресної еластичності (формула 2):

$$e_{i,j}^p = dq_i/dp_j * p_j/q_i, \quad (1)$$

$$e_{i,j}^q = dp_i/dq_j * q_j/p_i. \quad (2)$$

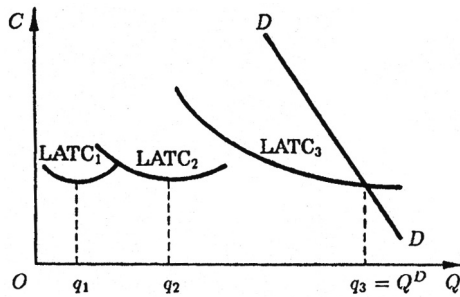


Рис. 1. Ефективна потужність підприємства і структура ринку

Перший характеризує вплив зміни ціни  $j$ -го підприємства на випуск (продаж)  $i$ -го, другий — вплив випуску (продажу)  $j$ -го підприємства на ціну  $i$ -го. Чим вище цінова перехресна еластичність (1), тим вища однорідність товарів, що випускаються цими підприємствами, і тим більша їх взаємозамінність. Чим вище кількісна перехресна еластичність (2), тим більш жорстка взаємозалежність підприємств. Якщо вона близька до нуля, кожний продавець може ігнорувати реакцію конкурентів на свої дії, незважаючи на їх кількість на ринку і рівень субституції товарів (навіть у випадку, якщо товари конкурентів є близькими субститутами відносно його товару). Якщо ж об'ємна перехресна еластичність висока, взаємозалежність продавців значна, жоден з них не може ігнорувати реакцію інших на свою поведінку, навіть якщо запропоновані на такому ринку товари досить неоднорідні.

До двох запропонованих Е. Чемберліном критеріїв класифікації ринків, взаємозамінності товарів і взаємозалежності підприємств, Дж. Бейн додав третій — умова входу на ринок [3, с. 227–237]. Ця умова (Е) в узагальненому вигляді визначається відносним перевищенням дійсної ціни товару ( $P_L$ ) щодо його конкурентної ціни, рівної середнім загальним витратам тривалого періоду ( $P_c$  —  $LATC$ ):

$$E = P_L - P_c / P_c. \quad (3)$$

Чим вище значення  $E$ , тим привабливіший ринок для нових продавців, тим вірогідніший їх вхід на ринок, і навпаки, чим воно нижче, тим менш привабливий для них ринок і тим вірогідніша їх відмова від входу. Від-

мітимо, що і у разі привабливості ринку укорінені на ньому підприємства можуть використовувати природні або штучно зведені ними бар'єри для запобігання входу на ринок нових продавців. Зокрема, у випадку монополії, як правило,  $E > 0$ , але вхід на монополізований ринок так чи інакше блокуваний.

Класифікація ринків на основі цих трьох критеріїв представлена в таблиці 2.

Таблиця 2

## Класифікація ринків (за Чемберліном і Бейном)

| Типструктури ринку         | Взаємозамінність товарів<br>( $e^p_{i,j}$ ) | Взаємозалежність підприємств<br>( $e^q_{i,j}$ ) | Умови входу     |
|----------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------|
| Досконала конкуренція      | $\rightarrow \infty$                        | $\rightarrow 0$                                 | $\rightarrow 0$ |
| Монополістична конкуренція | $0 < e^p_{i,j} < \infty$                    | $\rightarrow 0$                                 | $\rightarrow 0$ |
| Однорідна олігополія       | $\rightarrow \infty$                        | $0 < e^q_{i,j} < \infty$                        | $E > 0$         |
| Неоднорідна олігополія     | $0 < e^p_{i,j} < \infty$                    | $0 < e^q_{i,j} < \infty$                        | $E > 0$         |
| Монополія                  | $\rightarrow 0$                             | $\rightarrow 0$                                 | Вхід блокуваний |

До середини ХХ ст. сформувалися загальні критерії і уявлення щодо сутності конкуренції і її основних рушійних сил, що знайшло своє відображення в постулюванні чотирьох класичних моделей ринку (табл. 3): досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії і чистої монополії [5, 6, 7, 8, 10, 11].

Останніми роками практика і теорія розвитку галузевих ринків висунула нові наукові ідеї і оригінальні методичні підходи до класифікації ринкових моделей (типів або форм) [8, 9, 11].

Грунтуючись на структурному підході до оцінки ринку, Ф. Шерер визначив шість найважливіших типів ринків продавця, використовуючи класифікацію, що базується на двох параметрах: чисельності продавців і характері продукту [11, с. 16].

Чисті монополісти, олігополісти і монополістичні конкуренти мають загальні риси: кожний усвідомлює, що його рішення про виробництво продукції відчутно впливає на ціну, тобто кожний може збільшувати кількість продукції, що продається, при даних параметрах попиту тільки шляхом зниження ціни на свою продукцію. Всі три типи структур ринку характеризуються певним рівнем впливу на ціни, тому вони володіють монопольною або ринковою владою. Недолік такого підходу в тому, що відмінності між однорідністю і диференційованістю продукції в цій класифікації засновані на зпівставлені думок споживачів (нерідко суб'єктивних) про ступінь замінюваності конкуруючих продуктів.

В роботах С. Авдашевої і Н. Розанової [4, 12] виділяється вісім типів ринкових структур. Як ознаки класифікації того або іншого ринку вчені вибрали ступінь їх відповідності або невідповідності конкурентному ринку. Особливими типами ринків є: картель, ринок домінуючої фірми в конку-

рентному оточенні, квазіконкурентний ринок і ринок природної монополії. Проте, перші три типи можуть бути окремим випадком ринку олігополії, а останній — чистої монополії. На думку Н. Розанової, оптимальний стан ринку досягається при проміжній структурі — квазіконкурентному ринку, який характеризується високою концентрацією, відсутністю монопольної влади, наявністю потенційних конкурентів, невисокими вхідними бар'єрами і сильною конкуренцією [12, 14].

Таблиця 3

## Теоретичні моделі конкуренції

| Характеристика                        | Конкуренція                                                 |                                                           |                                                           | Чиста монополія                                       |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
|                                       | Досконала                                                   | Монополістична                                            | Олігополістична                                           |                                                       |
| Кількість та розмір фірми             | Багато малих господарюючих суб'єктів                        | Декілька великих та багато малих господарюючих суб'єктів  | Невелике число великих і середніх господарюючих суб'єктів | Один господарюючий суб'єкт                            |
| Тип і характер продукції              | Однорідна стандартизована продукція                         | Разнорідна диференційована продукція                      | Стандартизована або диференційована продукція             | Унікальна продукція, яка не має ефективних замінників |
| Контроль над ціною з боку конкурентів | Відсутній                                                   | Діапазон контролю цін вузький                             | Діапазон цін залежить від рівня узгодженості дій          | Значний                                               |
| Характеристика попиту                 | Підвищена еластичність попиту                               | Еластичний попит                                          | Еластичний або малоеластичний попит                       | Нееластичний                                          |
| Нецінова конкуренція                  | Нецінові методи конкуренції обмежені                        | Використовуються конкурентні переваги, наголос на рекламу | Типова, особливо при диференційованій продукції           | Обмежена рекламою, яка має інформаційний характер     |
| Доступність інформації                | Висока інформаційна забезпеченість ринку                    | Деякі види інформації обмежені                            | Найбільш доступна великим фірмам                          | Високий рівень обмежень                               |
| Умови входу в галузь                  | Бар'єри для організації бізнесу на товарному ринку відсутні | Незначні вхідні бар'єри                                   | Існування суттєвих перешкод щодо організації бізнесу      | Вхід заблокований                                     |

Р. Нуреев, ґрунтуючись на поглядах В. Ойкена, розглядаючи різні варіанти поєднання форм ринкової пропозиції і попиту, виділяє дев'ять форм можливих ринкових структур (табл. 5), які знаходять місце як в теоретичному постулюванні, так і в реальних ринкових обставинах [8, с. 224; 9, с. 75]. Проте при аналізі форми ринку звичайно виходять з припущення, що попит є конкурентним, обмежуючись вивченням різних форм пропозиції.

Таблиця 4

## Основні типи структур ринку продавця

| Характеристика продуктів | Кількість продавців              |                                        |                            |
|--------------------------|----------------------------------|----------------------------------------|----------------------------|
|                          | Один                             | Деякі                                  | Багато                     |
| Однорідні продукти       | Чиста монополія                  | Гомогенна олігополія                   | Чиста конкуренція          |
| Диференційовані продукти | Чиста багатопродуктова монополія | Олігополія із диференціацією продукції | Монопольстична конкуренція |

Таблиця 5

## Класифікація форм ринку

| Форми попиту             | Форми пропозиції        |                                   |                                  |
|--------------------------|-------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
|                          | Конкуренція (поліполія) | Олігополія                        | Монополія                        |
| Конкуренція (поліпсонія) | Досконала конкуренція   | Олігополія                        | Монополія                        |
| Олігопсонія              | Олігопсонія             | Олігополія, обмежена олігопсонією | Монополія, обмежена олігопсонією |
| Монопсонія               | Монопсонія              | Монопсонія, обмежена олігополією  | Двостороння монополія            |

В Україні визначені такі поняття, що характеризують типи ринків: ринки з конкурентною структурою, «жорстка олігополія», з ознаками домінування, «чиста» монополія [15, с. 123–124].

Така класифікація має більшою мірою нормативно-юридичний характер і покликана пояснити юридичні цілі і правовий механізм реалізації державної антимонопольної політики і не розкриває повною мірою економічної сутності ринків. По-перше, для аналізу використовуються найпростіші для розрахунку показники — коефіцієнти концентрації (CR), що відображають сукупну ринкову частку (у відсотках) відповідного числа найбільших учасників ринку. Так, CR1 указує ринкову частку одного найбільшого учасника ринку, CR3 — трьох, CR5 — п'яти і так далі. Доцільність використання коефіцієнтів концентрації для аналізу стану конкурентного середовища в Україні додатково обумовлена тим, що наявність певних значень CR1, CR3 і CR5 є юридичними фактами, що враховуються при визначенні монопольного (домінуючого) положення суб'єктів господарювання на ринку. Відповідно до норм статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» ринкова частка одного суб'єкта господарювання, що перевищує 35 %, трьох — 50 %, і п'яти — 70 %, є однією з умов, за наявності якого положення суб'єкта господарювання на ринку може бути визначено як монопольне (домінуюче).

Економічне значення вказаних порогів полягає в тому, що у разі  $CR1 > 35$  висока вірогідність індивідуального домінування на ринку;  $CR3 > 50$  відповідає так званій «жорсткій» олігополії, а  $CR5 > 70$  — «розпливчатій» олігополії. При цьому в двох останніх випадках можливі різні варіанти ситуації на ринку залежно від поведінки його найбільших учас-

ників. Якщо між ними відсутня значна змагальність, має місце колективне домінування або навіть колективна монополія; якщо ж спостерігається значна змагальність (вона виявляється в активній ціновій політиці, постійному підвищенні якості, активній маркетинговій і рекламній політиці), ринок слід розглядати як конкурентний. При цьому на олігопольних ринках змагальність учасників, навіть якщо вона існує в даний період, може змінитися змогою. Тому, з погляду можливості обмеження конкуренції, ринки з  $CR3 > 50$  і  $CR5 > 70$  слід розглядати як такі, що мають структурні ознаки колективного домінування.

Інше спрощення умов при використанні показників концентрації для аналізу стану конкурентного середовища полягає в тому, що як об'єкт аналізу беруться або сукупності ринків (агреговані ринки, підгалузі), або найважливіші ринки.

Теорія галузевих систем за ознакою — рівень концентрації виділяє три типи ринків: високо-, середньо- і низькоконцентровані, виходячи з їх статистичної оцінки за показниками концентрації.

Останні дослідження українських вчених щодо змін конфігурацій ринкових структур та зв'язків між економічними суб'єктами показують, що в сучасних умовах виникає нова, «гібридна» форма координації, при якій формується своєрідна мережа підприємств, відносини між якими не мають суто ієрархічного характеру, але і не здійснюються на типово ринкових принципах. Вони вважають, що традиційна теорія організації, яка базується на трьох ідеальних типах організацій економічної діяльності: ринок, ієрархія та мережа, потребує певної корекції. Вони наголошують на необхідності створення нових підходів до класифікації, які б враховували сучасні синхронізовані зміни функціонування традиційного ринку під тиском набираючих силу ієрархічних організацій, а також їх самих, прогресивно «впускаючих» ринок у власні структури.

Не дивлячись на різноманітність ринкових структур, як правило, і мікроекономічна теорія, і практика дослідження галузевих ринків виділяють лише декілька з них — досконалу і монополістичну конкуренцію, монополію і олігополію, вважаючи, що решта типів займає проміжне положення по відношенню до якого-небудь «головного» (традиційного) виду, підкоряючись загальним закономірностям функціонування цього ринку і єдиним методам регулювання. В той же час практика антимонопольного регулювання, яка впливає як на поведінку галузевого ринку в цілому, так і кожної окремої фірми на ньому, повинна будуватися на багатоаспектному аналізі структури ринків, враховуючи сучасні зміни їх конфігурацій. Структурні економічні моделі повинні володіти тими аналітичними інструментами, які б дозволяли, по-перше, пояснювати тактику і стратегію поведінки суб'єктів сучасного ринку; по-друге, формувати концептуальну основу для певних областей законодавства; по-третє, прогнозувати вірогідну реакцію самого ринку на зміни і розробляти відповідні превентивні методи державного регулювання.

## Література

1. Chamberlin E. Monopolistic competition revisited// *Economica*. N. S., 1951. — Vol. 18, № 72. — P. 343–345.
2. Chamberlin E. Measuring the Degree of Monopoly and Competition // *Monopoly and Competition and Their Regulation* / Ed. by E. Chamberlin. — London, 1954. — P. 264–265.
3. Condition of Entry and the Emergence of monopoly// *Monopoly and competition and Their Regulation* / Ed. by E. Chamberlin. — London, 1954. — P. 227–237.
4. Авдашева С. Б., Розанова Н. М. Теория организации отраслевых рынков: Учебник / Ин-т «Открытое общество». — М.: Магистр, 1998. — 320 с.
5. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 208 с.
6. Баталов А. Г. Конкуренция на финансовых рынках: состояние, проблемы, перспективы. — Новосибирск: НГАЭУ, 2001. — 200 с.
7. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т.; Пер. с англ. 11-го изд. — М.: Республика, 1992. Т. 2. — 400 с.
8. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов. — М.: НОРМА-ИНФРА М, 1998. — 572 с.
9. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. — М.: Прогресс, 1995. — 494 с.
10. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: Пер. с англ./ Под. ред. Ю. Я. Олсевиича. — М.: Экономика, 1996. — 351 с.
11. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков: Пер. с англ. — М.: Инфра-М, 1997. — Т. VI. — 698 с.
12. Авдашева С., Розанова И. Подходы к классификации рыночных структур в экономике России//Вопросы экономики. — 1997. — № 6. — С. 138–154.
13. Горняк О. В., Доленко Л. Х. Еволюція взаємодій ринкових та ієрархічних структур // Економічна теорія. — 2006. — № 2. — С. 37–52.
14. Розанова Н. М. Взаимодействие фирм на товарных рынках в переходной экономике России. — М.: ТЕИС, 1998. — 261 с.
15. Костусев А. А. Конкурентная политика в Украине. — К.: Оригинал-маркет. КНЕУ, 2004. — 310 с.

**В. В. Филиппович**

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

## РАЗВИТИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К КЛАССИФИКАЦИИ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР

### Резюме

Несмотря на разнообразие рыночных структур, как правило, и микроэкономическая теория, и практика исследования отраслевых рынков выделяют лишь несколько из них, считая, что остальные типы занимают промежуточное положение по отношению к какому-либо «главному» (традиционному) виду, подчиняясь общим закономерностям функционирования этого рынка и одинаковым методам регулирования. В то же время практика антимонопольного регулирования, которая влияет как на поведение отраслевого рынка в целом, так и каждой отдельной фирмы на нем, должна строиться на многоаспектном анализе структуры рынка.

**Ключевые слова:** конкуренция, концентрация, рыночная структура.

**V. V. Filippovich**

Odessa National University of I. I. Mechnikov

**DEVELOPMENT OF THEORETICAL APPROACHES  
TO CLASSIFICATION OF MARKET STRUCTURES**

**Summary**

In spite of variety of market structures, as a rule, and microeconomic theory, and select the practical worker of research of markets of a particular branch only some from them, considering, that the other types occupy intermediate position in relation to some «main» (traditional) kind, submitting to general conformities to the law of functioning of this market and identical methods of adjusting. At the same time of practical worker of the antimonopoly adjusting, which influences both on the conduct of market of a particular branch on the whole, and every separate firm on him, must be built on the multidimensional analysis of structure of market.

**Key words:** competition, concentration, market structure.