

Оценка конкуренции и конкурентной среды: вопросы методологии и интерпретации результатов

Татьяна Радченко

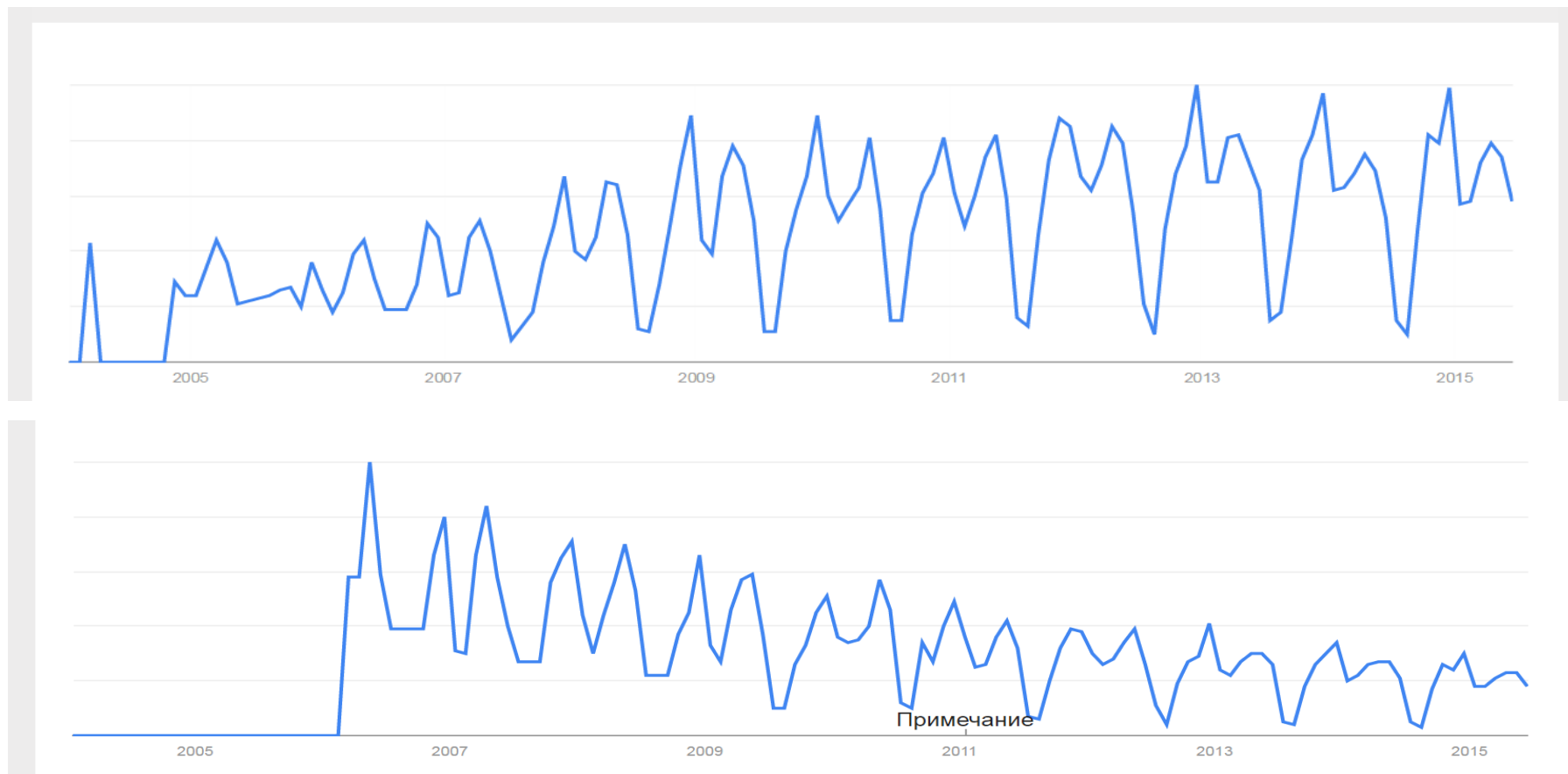
н.с., экономический факультет

МГУ им. М.В. Ломоносова,

К.Э.Н.

30 июня 2015 г., Москва

Популярность «конкуренции»



Объективные методы оценки: структурные показатели рынка

- количество фирм N ;
- рыночные доли $s_i = \frac{y_i}{\sum_{i=1}^n y_i}$;
- индекс концентрации $CR = \sum_{i=1}^n s_i$;
- индекс Херфиндаля-Хиршмана $HHI = \sum_{i=1}^N s_i^2$.

Дополнительно используются:

- Индекс Лернера: $PCM = \sum_{i=1}^N \frac{y_i - TVC_i}{y_i} * s_i$
- Метод Я.Буна: $\ln(y_i - TVC_i) = \alpha + \beta \left(\frac{TVC_i}{y_i} \right) + \varepsilon_i$

Объективные методы оценки: структурные показатели со стороны спроса

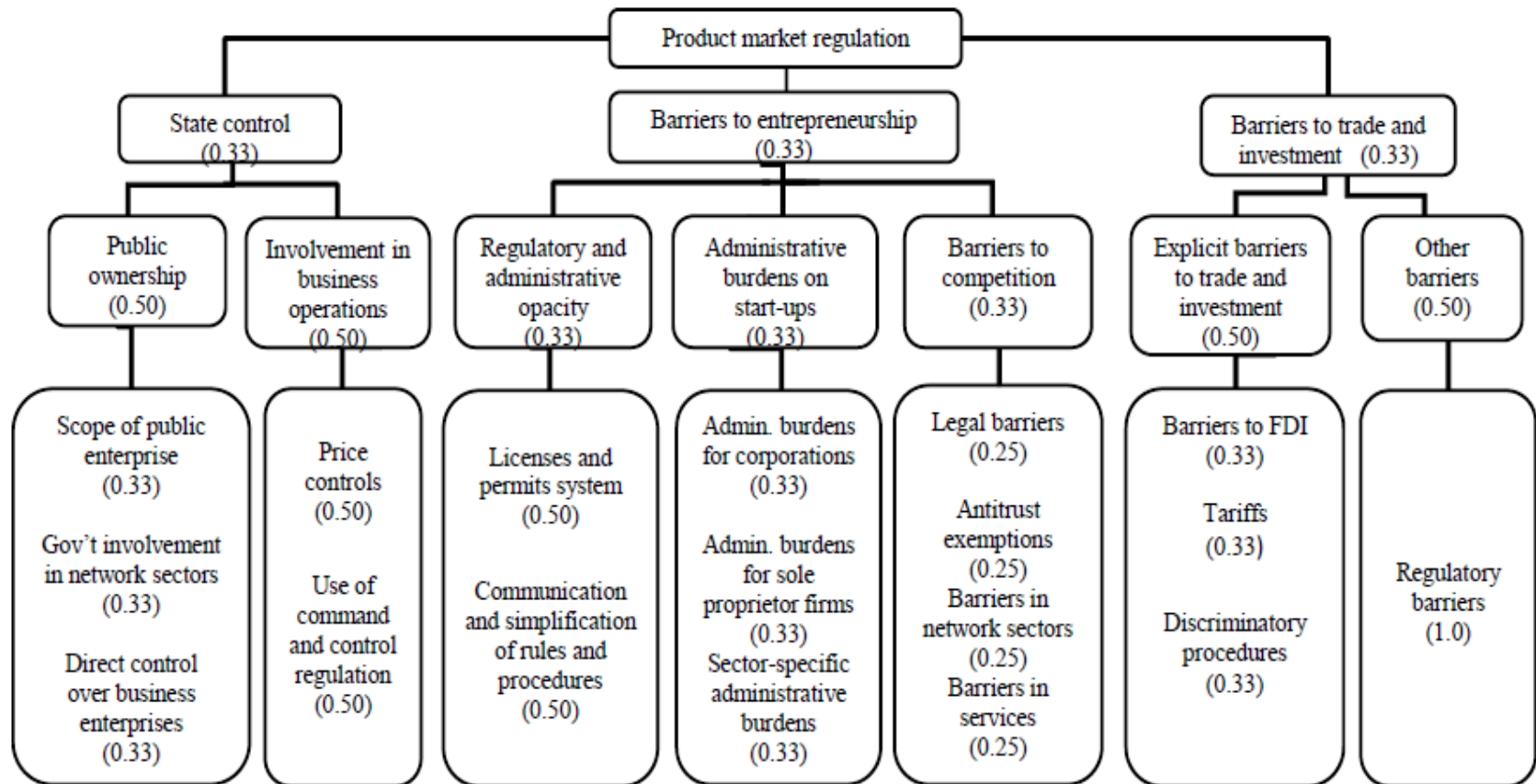
- интенсивность изменения ассортимента;
- разница в ценах для новых и старых потребителей;
- вариация цен.

Возможность измерения показателя - тест «гипотетического монополиста».

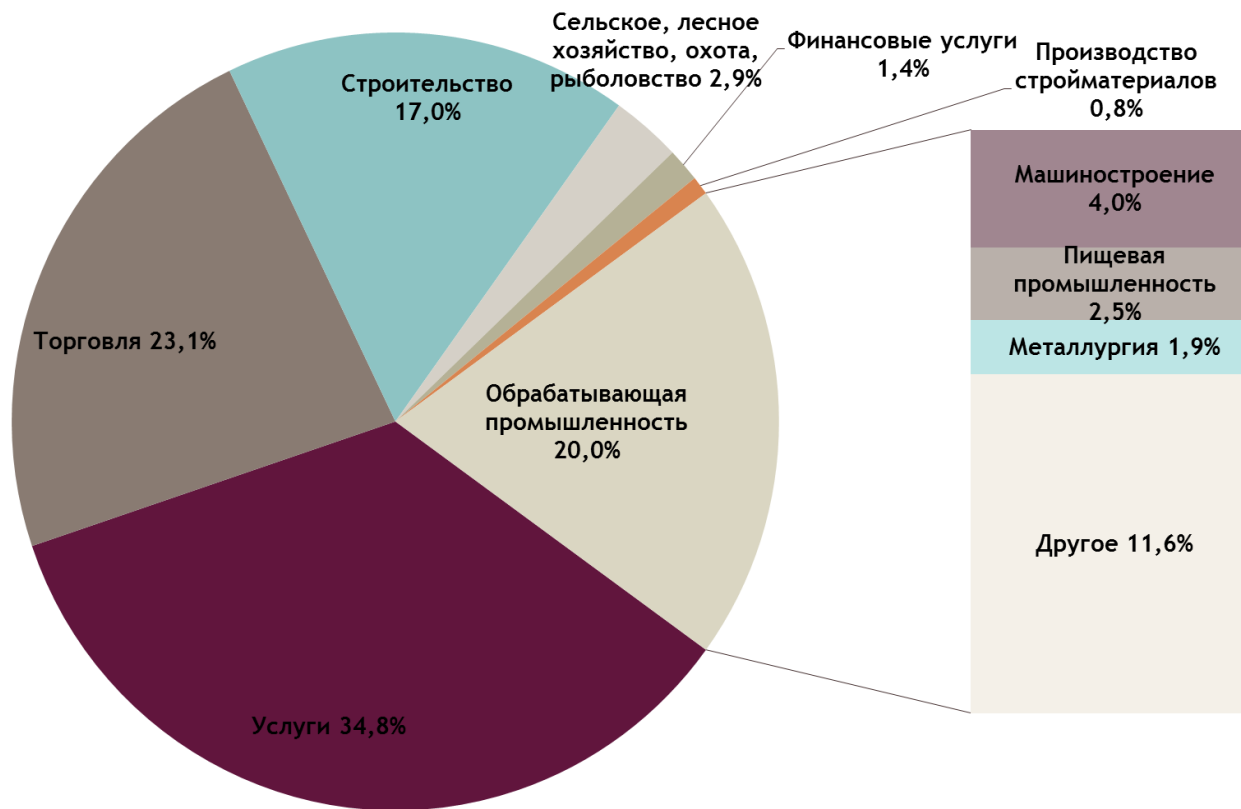
Субъективные методы оценки: опросы участников рынка

- Вопрос о числе конкурентов на рынке;
- Вопрос о динамике числа конкурентов;
- Вопрос о личном восприятии уровня конкуренции (через призму оценки собственных усилий, необходимости что-либо предпринимать для сохранения (поддержания) своего рыночного положения);
- Вопрос о чувствительности величины спроса к изменению цены товара (работы, услуги).

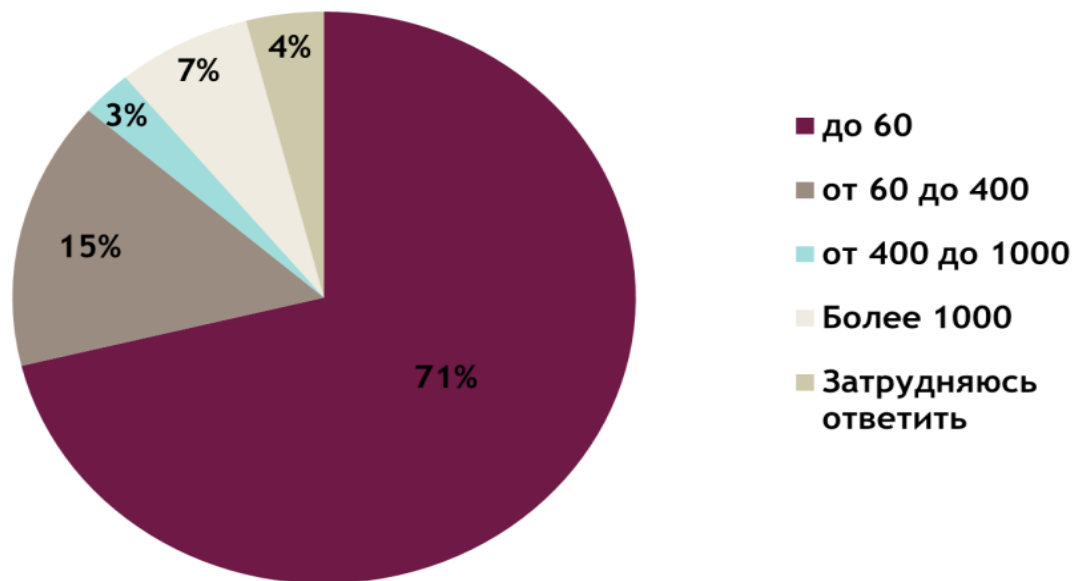
Субъективные методы оценки: индекс ОЭСР Product Market Regulation (PMR)



Результаты опроса АЦ - около 700 ответов (1)

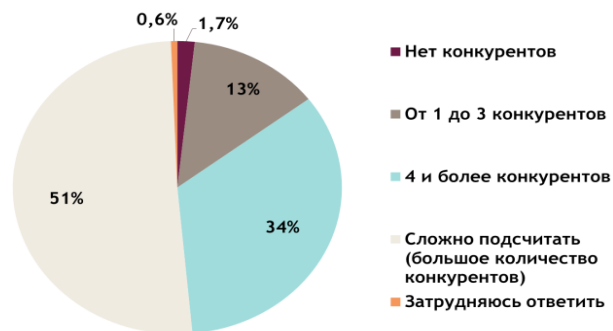


Результаты опроса АЦ - в основном малый и микробизнес (2) (млн. рублей)



Результаты опроса АЦ - замеры конкуренции (3)

Число конкурентов, доля ответивших в % к общему числу респондентов



Оценка уровня конкуренции, доля ответивших в % к общему числу респондентов

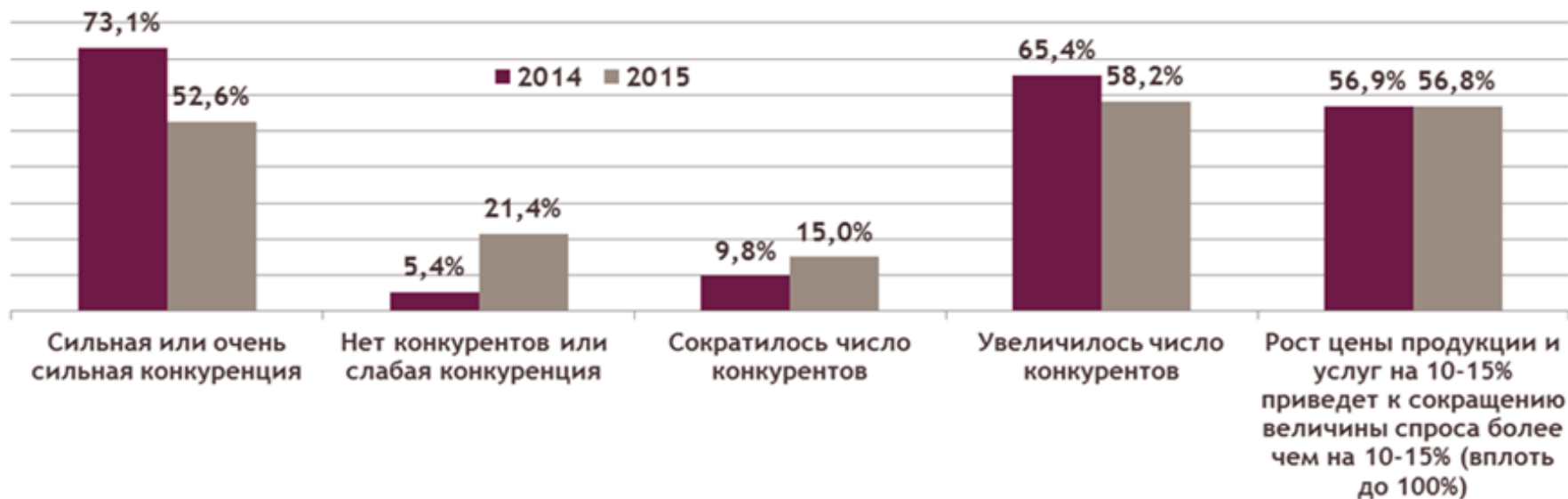


Эластичность спроса по цене, доля ответивших в % к общему числу респондентов



Результаты опроса АЦ - динамика оценок конкуренции (4)

Динамика оценок бизнесом состояния конкуренции, доля в % к общему числу респондентов



Результаты опроса АЦ - причины снижения числа конкурентов (5)

Оценка бизнесом причин сокращения числа конкурентов, доля ответивших в % к общему числу указавших на снижение количества конкурентов



Результаты опроса АЦ - антиконкурентного давления со стороны доминирующего участника (6)

Оценка бизнесом антиконкурентного давления со стороны доминирующего участника (с долей не менее 50% рынка) в разрезе категорий бизнеса, доля ответивших в % к общему числу респондентов в соответствующей категории

