

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ****ОЦЕНКА КОНЦЕНТРАЦИИ РЫНКА ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ***Дыганова Рената Рафаиловна*

*преподаватель кафедры Экономики и организации производства
Казанского Государственного Энергетического Университета,
420000, РФ, г. Казань, улица Красносельская, д. 51
E-mail: dyganova-renata@rambler.ru*

ASSESSMENT OF CONCENTRATION OF THE MARKET OF REMOTE TRADE*Renata Dyganova*

*teacher of department of Economy and Organization of Production of the Kazan State Power University,
420000, Russia, Kazan, Krasnoselskaya str., 51*

АННОТАЦИЯ

В статье приведена оценка концентрации рынка дистанционной торговли по базовым показателям индекса концентрации первых n фирм, индекса Херфиндаля-Хиршмана, коэффициента энтропии. В заключении статьи сделан вывод о низкой концентрации рынка дистанционной торговли на основе рассчитанных показателей.

ABSTRACT

The assessment of concentration of the market of remote trade on basic indicators of an index of concentration of the first n of firms, Herfindalya-Hirschman's index, entropy coefficient is given in article. In the conclusion of article the conclusion is drawn on low concentration of the market of remote trade on the basis of the calculated indicators.

Ключевые слова: уровень концентрации, рынок дистанционной торговли.

Keywords: concentration level, market of remote trade.

Тенденция укрупнения торговых структур, поиск новых рынков сбыта определяют необходимость использования современными торговыми организациями дополнительных каналов распределения, в том числе с использованием дистанционных способов продаж. Использование дистанционных технологий в розничной торговле способствует повышению социальной и экономической эффективности деятельности торговых организаций и торговли в целом. Однако в целях определения степени мотивации дистанционных торговых структур в повышении социальной эффективности (проявляющейся в качестве торгового обслуживания) необходимо оценить уровень конкуренции рынка дистанционной торговли,

поскольку предполагается, что наличие конкурентных отношений на данном рынке создает предпосылки повышения качества торгового обслуживания, а соответственно и социальной эффективности дистанционной торговли.

Уровень концентрации в торговле свидетельствует о существовании конкуренции либо наличии доминирующего положения на исследуемом рынке (не менее 35% по Российскому законодательству). [3]

Для определения уровня концентрации дистанционной торговли следует проанализировать показатели выручки от реализации за несколько периодов и на основании полученных данных определить долю компании на рынке (табл.1).

Таблица 1.

Расчет долей торговых организаций в структуре дистанционной торговли. [4]

| Наименование предприятия | Сегмент /формат | Показатели | | | |
|--------------------------|---------------------------|-----------------------------------|------------------|--------------|---------------|
| | | Оборот в 2014 г. без НДС), млн р. | Оборот в 2015 г. | Прирост, в % | Доля рынка, % |
| Exist.ru | Автозапчасти | 27360 | 35700 | 30,48 | 5,49 |
| Ulmart.ru | Универсальный магазин | 27250 | 31800 | 16,69 | 4,89 |
| Wildberries | Одежда, обувь, аксессуары | 23500 | 28000 | 19,14 | 4,31 |
| Citilink.ru | Универсальный магазин | 18200 | 21000 | 15,38 | 3,23 |
| Lamoda.ru | Одежда, обувь, аксессуары | 16100 | 18000 | 11,8 | 2,77 |
| Ozon.ru | Интернет-мегамаркет | 17405 | 17800 | 2,27 | 2,74 |
| М.Видео | Электроника и техника | 14900 | 16300 | 9,39 | 2,51 |
| Связной | техника и электроника | 14700 | 15800 | 7,48 | 2,43 |
| Эльдорадо | техника и электроника | 13270 | 14375 | 8,33 | 2,21 |
| Комус | Товары для офиса | 10020 | 14370 | 43,41 | 2,21 |

Оценим уровень концентрации рынка дистанционной торговли на основании значений коэффициента концентрации первых n фирм и индекса Херфиндаля-Хиршмана.

Индекс концентрации первых n фирм (CR_n) – фиксирует значение доли, занимаемой на рынке крупнейшими фирмами. Традиционно определяются значения долей до десяти крупнейших организаций по следующей формуле:

$$CR_n = \sum_{i=1}^n D_i, 0 < CR_n \leq 1 \text{ [2, с.23]}$$

D_i – доля организации дистанционной торговли. Значения коэффициента концентрации CR_n изменяются от 0 до 1. Если значение показателя CR_n приближено к 0, то на рынке развиты высоко конкурентные отношения. В случае приближения значения индекса концентрации CR_n к 1, рынок характеризуется высоким уровнем концентрации. Рассчитаем коэффициент концентрации первых 3,4,6,8,10 фирм на рынке дистанционной торговли.

Таблица 2.

Расчет коэффициентов концентрации первых n фирм

| Индекс концентрации CR_n | Расчет показателя на 2015 год | Значение |
|----------------------------|--|-----------------|
| CR3 | 0,0549+0,0489+0,0431 | 0,1469 (14,69%) |
| CR4 | 0,0549+0,0489+0,0431+0,0323 | 0,1792 (17,92%) |
| CR6 | 0,0549+0,0489+0,0431+0,0323+0,0277+0,0274 | 0,2343 (23,43%) |
| CR8 | 0,0549+0,0489+0,0431+0,0323+0,0277+0,0274+ +0,0251+0,0243 | 0,2837 (28,37%) |
| CR10 | 0,0549+0,0489+0,0431+0,0323+0,0277+0,0274+ +0,0251+0,0243+0,0221+0,0221 | 0,3279 (32,79%) |

Полученное значение коэффициента концентрации первых 10 фирм не достигает порогового значения умеренного уровня концентрации, рассчитанного даже для первых трех фирм (45%), что указывает на отсутствие концентрации на рынке дистанционной торговли, а также высокий уровень развития конкурентных отношений.

Далее проанализируем уровень концентрации рынка дистанционной торговли на основании значений индекса Херфиндаля-Хиршмана.

$$HHI = \sum_{i=1}^n D_i^2$$

Независимые переменные D_i выражаются в виде удельного веса выручки от реализации i -той фирмы от общего объема продаж рынка дистанционной торговли. Обозначая объем реализации в целом по рынку дистанционных продаж Q_t , данную формулу следует модифицировать следующим образом:

$$HHI = \sum_{i=1}^n (Q_i / Q_t)^2, 0 < HHI \leq 1$$

Индекс Херфиндала-Хиршмана позволяет проанализировать доли всех хозяйствующих субъектов

на рынке, в чем заключается основное отличие и преимущество данного показателя от других коэффициентов концентрации. Значение индекса HHI варьируется в пределах от 0 до 10000. Если значение индекса HHI приближено к 0, то рынок является низкоконцентрированным, на нем четко выражены развитые конкурентные отношения. Если его значение приближено к 10000, то рынок характеризуется как монополизированный. В случае наличия на рынке дистанционной торговли единственного продавца, данный показатель будет равен 10000.[1, с.28]

Для определения значения индекса Херфиндала Хиршмана необходимо построить вспомогательную таблицу.

Таблица 3.

Данные о долях 10 крупнейших организаций дистанционной торговли в 2015 году (по показателю выручки от реализации)

| Наименование магазина | S_i | S_i^2 |
|-----------------------|-------|---------|
| Exist.ru | 5,49 | 30,14 |
| Ulmart.ru | 4,89 | 23,91 |
| Wildberries | 4,31 | 18,58 |
| Citilink.ru | 3,23 | 10,43 |
| Lamoda.ru | 2,77 | 7,67 |
| Ozon.ru | 2,74 | 7,51 |
| М.Видео | 2,51 | 6,3 |
| Связной | 2,43 | 5,9 |
| Эльдорадо | 2,21 | 4,88 |
| Комус | 2,21 | 4,88 |

$$HHI = 30,14 + 23,91 + 18,58 + 10,43 + 7,67 + 7,51 + 6,3 + 5,9 + 4,88 + 4,88 = 120,2$$

Значение индекса Херфиндала-Хиршмана составило 120,2, что свидетельствует о низкой концентрации рынка дистанционной торговли.

Одним из наиболее эффективных показателей, используемых для оценки уровня концентрации является коэффициент энтропии. Коэффициент энтропии является обратным по отношению к уровню концентрации в отрасли, то есть при наиболее высоких значениях этого показателя уровень концентрации в отрасли является низким и наоборот, чем меньше

значение этого показателя, тем более концентрированным является рынок.

$$E = 1/m \sum_{i=1}^n (D_i * \ln(1/D_i))$$

Для определения данного показателя необходимо найти логарифмы рыночных долей предприятий, функционирующих на рынке электронной торговли. Для этого составим вспомогательную таблицу.

Таблица 4.

Данные о логарифмах удельных весов 10 крупнейших предприятий электронной торговли в 2013 году

| Наименование магазина | D_i | $1/D_i$ | $\ln(1/D_i)$ | $D_i * \ln(1/D_i)$ |
|-----------------------|--------|---------|--------------|--------------------|
| Exist.ru | 0,0549 | 18,2100 | 2,9019 | 0,1593 |
| Ulmart.ru | 0,0489 | 20,4500 | 3,0179 | 0,1537 |
| Wildberries | 0,0431 | 23,2000 | 3,1441 | 0,1355 |
| Citilink.ru | 0,0323 | 30,9500 | 3,4323 | 0,1108 |
| Lamoda.ru | 0,0277 | 36,1000 | 3,5862 | 0,0993 |
| Ozon.ru | 0,0274 | 36,4900 | 3,5970 | 0,0985 |
| М.Видео | 0,0251 | 39,8400 | 3,6848 | 0,0924 |
| Связной | 0,0243 | 41,1500 | 3,7172 | 0,0903 |
| Эльдорадо | 0,0221 | 45,2400 | 3,8119 | 0,0842 |
| Комус | 0,0221 | 45,2400 | 3,8119 | 0,0842 |

$$E = 1/10 (0,1593 + 0,1537 + 0,1355 + 0,1108 + 0,0993 + 0,0985 + 0,0924 + 0,0903 + 0,0842 + 0,0842) = 1/10 * (1,108) = 0,110$$

Полученное значение коэффициента энтропии равно 0,110 свидетельствует об умеренной концентрации рынка электронной торговли.

Проведенный анализ концентрации рынка отразил наличие высоко конкурентных отношений на

рынке дистанционной торговли. Отсутствие монополии на рынке дистанционной торговли указывает на стремление торговых организаций к повышению качества торгового обслуживания с целью улучшения результатов экономической деятельности. Здоровые конкурентные отношения на рынке дистанционной торговли способствуют процессу ее развития, а также повышению социально-экономической эффективности деятельности дистанционных торговых структур и торговли в целом.

Список литературы:

1. Дыганова Р.Р. Показатели конкурентоспособности на рынке электронной торговли в РФ [Текст] // Вестник экономики, права и социологии №2,2015. – 0,7 п.л.;
2. Осипов А.В. Теория отраслевых рынков [Текст]: учебное пособие. Ч.1. – Казань: ООО «Алекспресс»,2013. – с.83
3. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О защите конкуренции» (26 июля 2006 г.) [Электронный ресурс]. - режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения: 05.03.2017)
4. Коммерсант №75, 2014 г. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2462742> (Дата обращения: 05.02.2016)