

Источники и литература:

1. Аблямит А. Ислам и кредитные взаимоотношения / А. Аблямит. – Симферополь, 2006. – 90 с.
2. Исламские финансы в современном мире : экономические и правовые аспекты / под ред. Р. И. Беккина. – М. : Ummah, 2004. – 283 с.
3. Журавлев А. Ю. Теория и практика исламского банковского дела / А. Ю. Журавлев; РАН, Ин-т востоковедения. – М., 2002. – 243 с.
4. Беккин Р. И. Теоретические истоки исламской экономической доктрины в Средние века / Р. И. Беккин // *Rah Islamica*. – 2007. – № 1. – С. 100-123.
5. Асадуллин М. Р. Экономические и юридические аспекты страхования в мусульманских странах / М. Р. Асадуллин // *Актуальные вопросы развития финансовой системы*. – Иркутск, 2002. – С. 9-14.

Охрименко О.В., Чепоров В.В.**УДК 339.13.012:657.37(477)****ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРУКТУРЫ РЫНКА ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ****Определение структуры рынка по показателям финансовой отчетности**

Введение. Создание бизнеса, равно как и обоснование и реализация любого инвестиционного, инновационного проекта требуют оценки целевого рынка. Цель – выявление возможностей и угроз внешней среды для предприятия с целью выработки и формулировки его стратегии и тактики поведения. Оценка целевого рынка предусматривает анализ конкуренции как ключевого фактора, воздействующего на предприятие. Оценка интенсивности конкуренции является необходимым элементом подготовки маркетинговых мер, разработки конкурентной стратегии.

По мнению К. Макконелла и С. Брю «конкуренция – это наличие на рынке большого числа независимо действующих покупателей и продавцов любого конкретного продукта или ресурса, свобода для покупателей и продавцов выступать на тех или иных рынках или покидать их» [1, с. 52]. Однако данное определение представляется недостаточно полным. Во-первых, наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов является лишь необходимым условием для существования конкуренции и ее развития, но не в полной мере отражает ее суть. Такое условие в полной мере соблюдается при совершенной конкуренции. Сама же конкуренция – это, прежде всего, борьба между покупателями и продавцами за наилучшие условия хозяйствования, производства и сбыта своих товаров. При этом конкуренция будет иметь место даже при наличии малого количества фирм на рынке (олигополии). Кроме того, в определении упускается, что конкуренция – это соперничество за ограниченный объем спроса на товары (услуги).

С.Л. Азоев трактует конкуренцию как «соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели» [2, с. 5]. Данное определение в самом общем виде отражает сущность конкуренции, однако не раскрывает характера выбранной цели. Для рыночной конкуренции на рынке товаров и услуг такой целью является максимизация прибыли за счет наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей и завоевание наибольшей доли рынка.

А.Ю. Юданов в своем определении считает, что «рыночная конкуренция – это борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся ими на доступных сегментах рынка» [3, с. 36-37]. Это определение представляется достаточно близким к сути понятия конкуренции и в целом адекватно отражает данное явление. Однако в определении упускается тот факт, что конкуренция – это соперничество не только за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, но также и за лучшие условия производства, за лучшее использование факторов производства. Иными словами А.Ю. Юданов делает акцент на конкуренцию на рынке товаров, упуская конкуренцию на рынке факторов производства.

Известный исследователь проблем конкурентоспособности и конкуренции Р.А. Фатхутдинов считает, что «конкуренция есть стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам» [4, с.171]. Здесь в достаточно полной мере отражается сущность только конкуренции на рынке факторов производства и конкуренции среди покупателей. Конкуренция же среди продавцов на рынке товаров фактически не раскрывается.

На данный момент существует несколько показателей, с помощью которых можно определить интенсивность конкуренции и, соответственно, сделать выводы о структуре рынка.

В соответствии с принятой практикой расчета используется, так называемый, четырехдольный показатель концентрации – CR4 (Concentration Ratio), который представляет собой долю четырех первых предприятий рынка, реализующих максимальные объемы продукции в общем объеме реализации продукции на рассматриваемом рынке. Однако он учитывает лишь четыре крупных предприятия, а не все субъекты хозяйствования, которые тоже определяют интенсивность конкуренции.

Другим известным подходом является оценка распределения рыночных долей с помощью суммы квадратов рыночных долей конкурентов – индекса Херфиндаля-Хиршмана. Однако индекс не учитывает ранги предприятий.

Для устранения этого недостатка и наиболее полного учета значимости отдельных предприятий на рынке используется индекс Розенблюта. Он рассчитывается с учетом порядкового номера предприятий,

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРУКТУРЫ РЫНКА ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

работающих на данном целевом рынке, полученного на основе ранжирования их долей от максимума к минимуму[5, с. 193-194].

Все приведенные методы требуют достоверных данных об отрасли: количество предприятий и их валовые доходы. В условиях рыночной конкуренции информацию подобного рода внешнему пользователю достаточно сложно получить. Поэтому актуальна разработка метода определения рыночной структуры на основе расчетов по нескольким предприятиям, работающим в этой отрасли. Причем, самой доступной информацией является публикуемая финансовая отчетность предприятий.

Постановка задачи. Целью исследования является разработка методики расчета степени интенсивности конкуренции на целевом рынке предприятия на основе финансовой отчетности. В качестве методов исследования используются анализ и математические методы.

Результаты. Рассматривая структуру рынка можно выделить некоторые черты, свойственные определенному виду конкуренции:

- совершенная конкуренция – действует много фирм, не имеющих влияния на цену, нет ценовой конкуренции, цена на одинаковом уровне, продукция однородная;
- монополистическая конкуренция – также действует множество фирм, не могут влиять на цену, конкурируют за объем продаж, продукция дифференцированная;
- олигополия – незначительное количество участников, имеют возможность влиять на цену, но фирмы зависят друг от друга в области ценообразования и определения объемов производства;
- монополия – полное влияние на цену, слияние понятий «фирма» и «отрасль».

Исходя из отмеченных характеристик, можно предположить, что интенсивность конкуренции зависит от ценового диапазона: самый большой разброс будет наблюдаться при совершенной конкуренции, а его отсутствие – при монополии. Однако ориентироваться на цену как на основной показатель некорректно, поскольку не учитываются размеры предприятия: может существовать множество малых фирм, создающих широкий диапазон цен, но не имеющих влияния, и крупное предприятие, контролирующее большую часть рынка. Таким образом, целесообразно ввести соотношение, сглаживающее разницу в размерах предприятий.

Опираясь на финансовую отчетность, как основной источник информации, можно предложить следующее отношение.

Оценить степень разбросанности показаний можно с помощью среднеквадратичного отклонения.

При этом, на рынке совершенной конкуренции должен наблюдаться небольшой разброс значений: все предприятия находятся в равных условиях, выручка от реализации, равно как и расходы на ее изготовление, находятся в прямой зависимости от объема производства.

При монополии разброс в вычислениях сравнительно мал.

На рынке монополистической конкуренции предполагается заметное различие в показателях, поскольку выручка от реализации не столь явно связана с расходами на производство ввиду дифференцированности продукции.

На олигополистическом рынке, как и при совершенной конкуренции, значение среднеквадратичного отклонения должно быть невелико, так как фирмы-олигополисты имеют влияние на ценообразование и могут регулировать спрос. От рынка совершенной конкуренции отличается тем, что при олигополии производится несколько видов продукции.

Проведем расчеты для 120 предприятий Украины – рассмотрим четыре отрасли. Количество предприятий из каждой рассматриваемой отрасли – 30.

Полученные значения среднеквадратичного отклонения следующие:

Сфера деятельности	Среднее значение	Среднеквадратичное отклонение
молокопродукты	0,96003	0,158372
хлебопекарная	1,07102	0,035405
сахарная	1,10055	0,215413
предприятия-облэнерго	1,10413	0,097614

Согласно полученным данным, близкими к монополии являются предприятия-облэнерго и хлебопекарные предприятия. Практически все облэнерго находятся в ведении «Укрэнерго», признанного на законодательном уровне естественной монополией. Хлебопекарные же организации – территориальные монополисты, крупные комбинаты и заводы, владеющие основной долей рынка своего региона.

Молокозаводы и комбинаты по значению среднеквадратичного отклонения можно отнести к рынку олигополии. Такой вывод закономерен, если проанализировать территориальное распределение производителей – молочная отрасль в регионе, как правило, представлена несколькими крупными предприятиями и малыми фирмами, не составляющими значительной конкуренции. Исследования в этом направлении провели Одинцов М.М. и Одинцов О.М. в статье «Олигополия на региональном молокопродуктовом рынке»[6].

Рынок сахарной продукции, следуя сделанным выше предположениям, можно определить как рынок монополистической конкуренции.

Выводы. Можно предположить, что значения отклонения, находящиеся в диапазоне от 0 до 0,1 свидетельствует о наличии монополии. От 0,1 до 0,2 – олигополия. Для монополистической конкуренции – свыше 0,2. Полученные результаты требуют дальнейшего подтверждения, необходимо проанализировать

большее количество предприятий. Также необходимо исследовать влияние типа отрасли на значение отклонения.

Научное значение исследования в том, что предложен способ оценки структуры рынка, основывающийся на анализе нескольких предприятий, представляющих собой выборку из общего числа действующих на рынке фирм.

Практическое значение разработок этого направления заключается в том, что предложенный метод оценки позволит определить структуру рынка. Это в свою очередь облегчает процесс стратегического планирования, способствует принятию управленческих решений.

Источники и литература:

1. Макконелл К. Р. Экономикс : Принципы, проблемы и политика : учеб. : в 2-х т. / К. Р. Макконелл, С. Л. Брю; [пер. с англ.]. – М. : Туран, 1996. – Т. 1.
2. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996.
3. Юданов А. Ю. Конкуренция : теория и практика : учеб.-практ. пособие / А. Ю. Юданов. – М. : Гном-Пресс, 1998.
4. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Экономика, 2005.
5. Довгань Л. Е. Стратегическое управление / Л. Е. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – К. : Центр учебной литературы, 2011.
6. Одинцов М. М. Олигополия на региональном молокопродуктовом рынке : [Электронный ресурс] / М. М. Одинцов, О. М. Одинцов. – Режим доступа : [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vi/2009_2/2\(3\)/182-185.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vi/2009_2/2(3)/182-185.pdf)

Сенюшкина М.А.

УДК 336.351.72:369.067.2

ФИНАНСОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ МЕДИЦИНСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Общие сведения. В данной статье поставлены проблемы медицинского обслуживания населения в условиях реформирования экономической системы на основе формирования специального целевого фонда финансирования медицинских учреждений по оказанию услуг населению, которые образуются по нормативам предпринимательскими структурами для занятого персонала.

Современное физиологическое и экономическое состояние человека является критическим. Переход на рыночные отношения в экономической системе и обоснование частной формы собственности на средства производства, как приоритетной, не обусловлено функционированием рациональных финансово-кредитных отношений, способных обеспечить реформирование экономики на всех фазах ее функционирования, включая производственную и социальную сферы.

В результате диверсификации финансово-экономических отношений образовались дискретные (прерывистые) проявления в движении стоимости общественного труда и его продукта. На смену государственной форме собственности на средства производства пришли разновидности частной формы собственности – акционерной, кооперативной, частной, т.е. индивидуальной. Сложившаяся ситуация в финансово-кредитных отношениях является неблагоприятной для одних слоев населения, не обладающих достаточным уровнем доходов для обеспечения личных потребностей, и избыточной для других слоев, обладающих соответствующим капиталом, а именно акциями, долями, паями, принадлежащих им на правах собственности.

Новая система отношений в обществе привела к неравенству в реализации социальных прав, обеспечивающих потребности в образовании, воспитании детей и подростков, в медицинском и социальном обслуживании, которые сведены к коммерческим отношениям, а именно платности предоставления соответствующих услуг. Особенно ярко проявляется коммерциализация в системе подготовки кадров, в сферах медицинского и социального обслуживания (спорта, культуры, воспитания детей и подростков и др.) Следовательно, люди, лишенные достаточного уровня доходов не могут удовлетворить личные потребности в социальной сфере.

Рекомендации по финансовому обеспечению медицинского обслуживания населения.

При среднем уровне дохода отдельного человека в составе собственной семьи многие люди не способны решить важные проблемы в личной жизни и вынуждены обращаться к средствам массовой информации с призывом об оказании помощи для оплаты дорогостоящих медицинских услуг, необходимых для спасения их или близких родственников.

Так, заработная плата по Крыму в среднем на одного штатного работника в ноябре 2009 года составляла 1739 грн, что составляет 233,7% от минимального прожиточного уровня, который в тот момент был равен 744 грн. В то же время средняя заработная плата одного штатного работника в сфере здравоохранения была равна 1410 гривней или 81,1% от среднего уровня, а в сфере образования соответственно 1513 гривней или 87,1% от среднего уровня в экономике [1, с. 54]. При этом нужно отметить наличие факта не полной занятости работников, что обусловлено экономической ситуацией, которая составляет в сфере образования 0,2 %, а в медицинской сфере 3,0% [1, с. 57]. Нормальное