

Дяченко Тетяна Анатоліївна,  
асистент кафедри загальної економічної теорії  
НТУ «Харківський політехнічний інститут»

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

*Визначено поняття та взаємозв'язок ринкового конкурентного середовища та сили конкурентної позиції підприємства. Виявлено суб'єкти й чинники, що впливають на них. Розроблено методичний підхід до їхньої оцінки.*

Ключові слова: конкуренція, ринкове конкурентне середовище, сила конкурентної позиції підприємства.

**Постановка проблеми.** Конкуренція є невід'ємним елементом ринкової економіки та потужним двигуном економічного прогресу. Вона завжди привертала увагу багатьох дослідників. Нині в умовах глобалізаційних тенденцій світової економіки, збільшення відкритості товарних ринків відбувається загострення конкурентної боротьби на всіх рівнях: між державами, їхніми об'єднаннями, регіонами, галузями, підприємствами тощо. Посилення конкурентного тиску на ринкових суб'єктів зумовлює необхідність всебічного аналізу конкурентного середовища для виявлення основних тенденцій та загроз, пошуку можливих шляхів зміцнення своїх позицій.

У таких умовах особливої актуальності набувають проблеми теоретичного дослідження конкуренції, сучасних тенденцій її розвитку, а також розроблення методичних підходів, практичного інструментарію для оцінки конкурентного середовища ринкових суб'єктів та їхніх конкурентних позицій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Для визначення конкурентної ситуації на ринку в більшості випадків пропонується оцінка таких показників, як коефіцієнт концентрації, індекс Херфіндала-Хіршмана, індекс Розенблота, показник ентропії, коефіцієнт варіації, індекс монопольної влади Лернера, коефіцієнт Джині [1, 3]. Але дані показники дозволяють провести тільки кількісну оцінку конкуренції, акцент у якій робиться на розподілі ринкових часток конкурентів, залишаючи поза увагою її якісні характеристики та загрози з боку інших ринкових суб'єктів.

Серед останніх досліджень оцінки конкурентної ситуації на ринку необхідно виділити такі. Н. Ковтун, О. Хвостенко оцінюють конкуренцію також на основі аналізу ринкової структури [4]. С.С. Ніколенко, Л.М. Кириченко пропонують розраховувати коефіцієнт конкурентного середовища торговельного підприємства на основі визначення кількості підприємств на ринку, їхнього товарообороту, мережі магазинів, їх основних показників і ємності ринку [5]. Н.А. Овчаренко, Р.В. Рибальченко пропонують методичку оцінки якості конкурентного середовища, що базується не тільки на кількісних показниках, але й на якісних, що дозволяють повніше оцінити стан і особливості конкуренції на ринку [6]. Такі сучасні іноземні автори, як А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікленд, досліджуючи конкурентну ситуацію в галузі, роблять акцент на аналізі чинників макросередовища [9], М. Портер – конкурентних груп: існуючих та потенційних конкурентів, постачальників, споживачів, товарів-замінників [7], Р. Грант доповнює їх ще однією групою – комплементарними товарами [2].

**Не вирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми.** Підходи вітчизняних учених дозволяють оцінити конкурентне середовище підприємства, яке формують переважно діючі конкуренти на конкретному ринку, у той час коли конкурентний тиск на нього здатні чинити й інші ринкові суб'єкти. Так, Г. Філюк, досліджуючи конкурентне підприємницьке середовище в Україні, зазначає важливість потенційної конкуренції, яка впливає на стійкість сучасної монополії [10]. Іноземні автори, маючи більш широкий погляд на аналіз конкуренції, не наводять конкретних методик для її кількісної оцінки. Це підтверджує нашу думку стосовно необхідності розроблення методичного підходу до всебічного дослідження конкурентного тиску не тільки з боку діючих конкурентів на конкретному ринку, а й інших суб'єктів, що в змозі чинити його з використанням кількісної оцінки. У зв'язку з тим, що вивченню цієї проблеми недостатньо уваги приділяється сучасними науковцями й вона залишається відкритою, тому саме її дослідженню присвячена ця стаття.

**Мета статті** – визначення понять та взаємозв'язку ринкового конкурентного середовища та сили конкурентної позиції підприємства; виявлення суб'єктів і чинників, що їх формують, розроблення методичного підходу до їх оцінки.

**Виклад основного матеріалу.** Аналізуючи все розмаїття вище перелічених підходів до оцінки конкурентного середовища, слід відмітити, що кожен із них характеризує тільки якусь певну сторону, зріз конкурентної ситуації на ринку. Жоден із них не дає системного, всеохоплюючого уявлення про ринкову конкуренцію та її всебічні особливості. До аналізу конкуренції в широкому сенсі підійшов один із авторів фундаментальних досліджень в галузі теорії конкуренції – М. Портер. Він визначив конкуренцію як розширене суперництво між п'ятьма силами (вищепереліченими в роботі) [8]. Під конкуренцією у вузькому сенсі ми розуміємо суперництво ринкових суб'єктів, що характеризуються взаємообмеженістю в досягненні поставлених цілей і використовують при цьому доступні методи боротьби. Тому для всебічної оцінки ринкового конкурентного середовища слід визначити вплив усіх суб'єктів, що формують його та взаємно обмежені в досягненні своїх цілей з підприємствами даного ринку.

Отже, ринкове конкурентне середовище (РКС) – середній ступінь привабливості даного ринку для діючих підприємств на ньому з позиції можливості протистояння конкурентному тиску суб'єктів, що безпосередньо впливають на них.

Для того щоб оцінити стійкість (непохитність) підприємства до конкурентного тиску ринку, ми пропонуємо показник – сили конкурентної позиції підприємства.

Сила конкурентної позиції підприємства (СКПП) – ступінь протистояння підприємства конкурентному тиску суб'єктів, що чинять його.

Таким чином, здійснені визначення і розмежування понять ринкового конкурентного середовища та сили конкурентної позиції підприємства, виявлений взаємозв'язок між ними дають можливість розробити методику їхньої оцінки.

Відтак, поділяючи базовий підхід М. Портера щодо п'яти сил, що формують конкурентне середовище, ми пропонуємо додати до аналізу ще один напрям – суб'єктів, що формують інституційно-правове середовище (законодавча влада, Національний банк України, Антимонопольний комітет України, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України тощо), оскільки як РКС, так і СКПП залежать від їхніх дій. Крім того, ми пропонуємо класичну класифікацію чинників конкуренції за кожним напрямом доповнити й розширити.

Таким чином, оцінку РКС ми рекомендуємо проводити за напрямками, що

характеризують вплив окремих суб'єктів на його формування:

- діючими конкурентами;
- потенційними конкурентами;
- споживачами;
- постачальниками ресурсів;
- виробниками товарів-замінників;
- суб'єктами, що формують інституційно-правове середовище.

РКС стосовно діючих конкурентів на ринку визначається проявом таких чинників: незначна кількість конкурентів; домінування на ринку; кооперація; ємність ринку; різноманітність асортименту товарів/послуг; низькі бар'єри виходу з галузі; надання гнучких умов оплати товарів/послуг; низький рівень витрат; наявність перехідних витрат споживачів; пристосування до специфічних потреб споживачів; незначна конкуренція з боку іноземних підприємств.

РКС стосовно потенційних конкурентів визначається проявом таких чинників: необхідність значного стартового капіталу; економія на витратах; наявність постійних замовників; недоступність ресурсів; низька прибутковість галузі; неможливість інтеграції виробників тих товарів, що можуть скласти реальну конкуренцію в майбутньому; необхідність патентів, ліцензій, стандартизації послуг.

РКС стосовно споживачів визначається проявом таких чинників: ємність ринків збуту; розмаїття сфер, до яких належать споживачі; низька концентрація споживачів; важливість та необхідність товарів/послуг для споживачів; висока прибутковість споживачів; відсутність споживачів, що забезпечують значну частку загальної виручки від реалізації підприємства; диференціація послуг; наявність іноземних споживачів.

РКС стосовно постачальників ресурсів визначається проявом таких чинників: доступність трудових ресурсів; капіталу; технологій; інформаційних ресурсів.

РКС стосовно виробників товарів-замінників досліджується у випадку, коли вони становлять реальну конкуренцію, та визначається тими чинниками, що відображають специфіку конкретного ринку.

РКС стосовно суб'єктів, що формують інституційно-правове середовище, визначається проявом таких чинників: досконалість процедури проведення тендерів; макроекономічна нестабільність мінімальна; низький рівень тінізації на даному ринку; стабільність та сприятливість законодавчої бази; державна підтримка стабільності та доступності цін на ресурси; стимулююча макроекономічна політика.

Чинники, що формують РКС, мають якісний характер. Тому для їхньої формалізації ми пропонуємо розрахувати комплексний показник ринкового конкурентного середовища на базі оцінок кожного запропонованого вище конкурентного чинника методом експертних оцінок за бальною шкалою від 1 до 5 так: 1 бал, якщо ринкове конкурентне середовище несприятливе; 2 бали – слабо сприятливе; 3 – помірно сприятливе; 4 – сприятливе; 5 – високо сприятливе. Враховуючи різний ступінь впливу кожного чинника на інтегральний показник ринкового конкурентного середовища, для його розрахунку доцільно використовувати коефіцієнт вагомості як для кожної конкурентної групи, так і для чинників у ній.

Таким чином, оцінка РКС дає можливість зрозуміти, наскільки сприятливим є конкретний ринок товарів чи послуг для підприємств, що вже діють на даному ринку або знаходяться у стадії прийняття рішення про вступ або вихід із нього, серед інших ринків, які можуть бути альтернативними варіантами ведення бізнесу. Крім того, даний показник дає можливість зрозуміти, які суб'єкти та чинники є найвпливовішими з точки

зору агресивності конкурентного тиску.

Отже, інтегральний показник ринкового конкурентного середовища пропонуємо розраховувати так:

$$PKC = \sum_{j=1}^m \beta_j \cdot \sum_{i=1}^{n_j} PKC_{ij} \cdot \gamma_{ij}, \quad (1)$$

де  $\beta_j$  – вагомість  $j$ -ї групи конкурентних чинників,  $\sum \beta_j = 1$ ;  $PKC_{ij}$  – узагальнена експертна оцінка ринкового конкурентного середовища за  $i$ -м чинником  $j$ -ї групи в балах,  $PKC_{ij} = \overline{1,5}$ ;  $\gamma_{ij}$  – вагомість  $i$ -го конкурентного чинника  $j$ -ї групи,  $\sum \gamma_{ij} = 1$ ;  $m$  – кількість груп конкурентних чинників;  $n_j$  – кількість конкурентних чинників у  $j$ -й групі.

Узагальнення думок експертів щодо оцінки РКС за кожним чинником, а також його вагомості та вагомості кожної конкурентної групи ми пропонуємо проводити за допомогою розрахунку середнього арифметичного з оцінок, наданих усіма експертами. Так, узагальнена експертна оцінка РКС за  $i$ -м чинником  $j$ -ї групи розраховується за формулою

$$PKC_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^t PKC_{ijk}}{t}, \quad (2)$$

де  $PKC_{ijk}$  – оцінка ринкового конкурентного середовища за  $i$ -м чинником  $j$ -ї групи  $k$ -м експертом у балах;  $t$  – кількість експертів.

Узагальнена експертна оцінка вагомості кожної групи конкурентних чинників розраховується за формулою

$$\beta_j = \frac{\sum_{k=1}^t \beta_{jk}}{t}, \quad (3)$$

де  $\beta_{jk}$  – вагомість  $j$ -ї групи конкурентних чинників, надана  $k$ -м експертом.

Узагальнена експертна оцінка вагомості конкурентних чинників у кожній групі розраховується за формулою

$$\gamma_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^t \gamma_{ijk}}{t}, \quad (4)$$

де  $\gamma_{ijk}$  – вагомість  $i$ -го конкурентного чинника  $j$ -ї групи, надана  $k$ -м експертом.

Оскільки СКПП визначається стійкістю підприємства до конкурентного тиску суб'єктів, що чинять його, тому для її визначення доцільно оцінити ступінь можливості його протистояння конкурентній дії тих самих суб'єктів, що й при визначенні РКС.

Таким чином, оцінку інтегрального показника сили конкурентної позиції підприємства ми пропонуємо проводити стосовно тих самих суб'єктів і чинників, що й при визначенні РКС, методом експертних оцінок за бальною шкалою від 1 до 5. СКПП стосовно окремого конкурентного чинника оцінюється в:

- 1 бал і вважається відсутньою, якщо ступінь протистояння йому значно нижчий, ніж середньоринковий, тобто ніж ринкове конкурентне середовище;
- 2 бали і є низькою, якщо ступінь протистояння нижчий, ніж ринкове конкурентне середовище;
- 3 бали і є середньою, якщо ступінь протистояння збігається з ринковим конкурентним середовищем;
- 4 бали і є суттєвою, якщо ступінь протистояння вищий, ніж ринкове конкурентне середовище;
- 5 балів і є високою, якщо ступінь протистояння значно вищий, ніж ринкове конкурентне середовище.

При розрахунку інтегрального показника сили конкурентної позиції підприємства ми пропонуємо скористатися коефіцієнтами вагомості для кожної конкурентної групи і для чинників у ній, що вже були визначені експертами, оскільки конкурентні чинники мають однаковий ступінь зв'язку як із конкурентною позицією окремого підприємства, так і ринкового середовища.

Отже, інтегральний показник сили конкурентної позиції підприємства пропонуємо розраховувати так:

$$СКПП = \sum_{j=1}^m \beta_j \cdot \sum_{i=1}^{n_j} СКПП_{ij} \cdot \gamma_{ij}, \quad (5)$$

де  $СКПП_{ij}$  – експертна оцінка сили конкурентної позиції підприємства за  $i$ -м чинником  $j$ -ї групи в балах,  $СКПП_{ij} = \overline{1,5}$ .

**Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розробок.** У сучасних умовах глобалізаційних тенденцій світової економіки відбувається загострення конкурентної боротьби на всіх рівнях. Цей факт зумовлює необхідність всебічного дослідження конкурентного середовища підприємств, яке було проведено в цій роботі. Для більш цілісного, усебічного уявлення про суб'єктів, що формують конкурентне середовище підприємства та впливають на його конкурентну позицію на ринку, у статті проведено їхній аналіз. У роботі запропоновано класичний підхід, доповнений введенням додаткової групи суб'єктів, що формують інституційно-правове середовище. Також уточнено конкурентні чинники та запропоновано нові. У статті визначено економічний зміст та розмежовано такі поняття, як ринкове конкурентне середовище та сила конкурентної позиції підприємства, виявлено взаємозв'язок між ними, розроблено метод їхньої оцінки.

Таким чином, результати цього дослідження дозволяють сформулювати більш цілісне уявлення про конкурентне оточення підприємства, напрями його аналізу. Це дає можливість усебічно оцінити конкурентне середовище будь-якого підприємства через його конкурентну позицію на ринку. Використання розробленого методичного підходу до їх оцінки для конкретних підприємств з урахуванням специфіки ринків, на яких вони себе позиціонують, може бути предметом подальших досліджень.

**Т.А. Дяченко. Теоретико-методичні засади оцінки конкурентного середовища та конкурентної позиції підприємства на ринку**

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Грант Р.М. Современный стратегический анализ / Р.М. Грант; пер. с англ. В.Н. Фунтова. – Санкт-Петербург : СПб Питер, 2008. – 560 с.
3. Грод А.М. Оцінка стану конкурентного середовища на ринку меблевої продукції та основні напрями його розвитку [Електронний ресурс] / А.М. Грод // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №9 (111) – С. 46-54. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/APE/2010\\_9/index.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/APE/2010_9/index.htm).
4. Ковтун Н. Використання статистичної інформації для побудови конкурентної карти ринку [Електронний ресурс] / Н.Ковтун, О.Хвостенко // Вісник національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Економіка. – 2011. – № 124-125. – С. 21-25. – Режим доступу: [papers.univ.kiev.ua/ekonomika/10852.pdf](http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/10852.pdf).
5. Ніколенко С.С. Оцінка конкурентного середовища торговельного підприємства [Електронний ресурс] / С.С. Ніколенко, Л.М. Кириченко // Економічний простір. – 2012. – № 60. – С. 207-219. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ekpr/2012\\_60/zmist.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2012_60/zmist.htm).
6. Овчаренко Н.А. Качество конкурентной среды промышленных предприятий [Електронний ресурс] / Н.А. Овчаренко, Р.В. Рыбальченко // Экономика и управление. – 2010. – № 12 (73). – С.112-115. – Режим доступу: <http://ecsocman.hse.ru/text/33714332/>.
7. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер; пер с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2011. – 454 с.
8. Портер М. Стратегия конкуренции: методика анализа отраслей и деятельности конкурентов / М. Портер; пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. – К. : Основи, 1997. – 390 с.
9. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. – 12-е изд. – М. : Вильямс, 2005. – 928 с.
10. Филюк Г.М. Оцінка конкурентного підприємницького середовища в Україні: методологічні аспекти [Електронний ресурс] / Г.М. Филюк // Вісник національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Економіка. – 2011. – № 124-125. – С.19-21. – Режим доступу: [papers.univ.kiev.ua/ekonomika/10852.pdf](http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/10852.pdf).

**Т.А. Дяченко**

**Теоретико-методические основы оценки конкурентной среды и конкурентной позиции предприятия на рынке**

*Определены понятия и взаимосвязь рыночной конкурентной среды и силы конкурентной позиции предприятия. Выявлены субъекты и факторы, влияющие на них. Разработан методический подход к их оценке.*

Ключевые слова: конкуренция, рыночная конкурентная среда, сила конкурентной позиции предприятия.

**Т.А. Dyachenko**

**Theoretical-methodical bases of the competitive environment and competitive position of the enterprise in the market estimation**

*The concepts of market competitive environment, force of a competitive position of the enterprise and the connection between its terms have been defined. The subjects and factors that affect them have been discovered. The methodical approach of their estimation has been developed.*

Keywords: competition, market competitive environment, force of enterprise competitive position.

*Отримано 31.10.2012 р.*