

Щодо питання дослідження бар'єрів входу суб'єкта господарювання на ринок екологічних товарів та послуг (РЕТП)

Карінцева О.І., к.е.н., доц., **Тарасенко С.В.**, асистент, **Дяченко А.В.**
Сумський державний університет (м. Суми, Україна)

З метою забезпечення конкурентоспроможної позиції і мінімізації ризиків господарської діяльності підприємства мають ефективно працювати не тільки в межах окресленого цільового сегменту або ринку, але й завойовувати нові сегменти або галузеві ринки.

При вході на нові ринки, зміні ринкової позиції, у ході звичайної господарської діяльності підприємство стикається з бар'єрами, тобто перешкодами, які виникають на різних етапах функціонування суб'єкта господарювання і призводять або до зростання витрат, або до зниження результату.

Тому для підвищення ефективності діяльності суб'єкт господарювання має досліджувати існуючі бар'єри та визначати їх величину.

Вважається, що в галузях з більш високими вхідними бар'єрами прибутки вище, ніж в галузях з більш низькими вхідними бар'єрами.

З точки зору соціально-економічної ефективності деякі бар'єри бажані. Наприклад, якщо в галузі створюються позитивні зовнішні ефекти, а фірми цієї галузі не захищені у достатній мірі бар'єрами, то ресурси для здійснення відповідної діяльності будуть дуже швидко вичерпані. У таких випадках вхід на ринок повинен бути обмежений у тій мірі, щоб ціни на продукти на ньому і рівень технологічних інновацій знаходилися в оптимальній комбінації.

Слід зазначити, що наявність у поведінці суб'єктів ринку такої риси як обмежена раціональність, змушує звертати увагу на інституційні форми подолання бар'єрів входу, оскільки ринок не завжди може узгоджувати інтереси економічних агентів. Учасники ринкових трансакцій повинні вирішувати проблему мінімізації трансакційних витрат залежно від специфічності активів, комплексності технології, частоти самих трансакцій, що також є вхідними бар'єрами.

Оцінка існуючих вхідних бар'єрів на РЕТП здійснюється, на нашу думку, в найзагальнішому вигляді у чотири етапи.

На першому етапі проводиться ідентифікація видів вхідних бар'єрів. Вони можуть бути пов'язані з технологією виробництва, характером уподобань споживачів, динамікою попиту, конкуренцією іноземних виробників. Такі бар'єри класифікують як нестратегічні фактори ринкової структури. До нестратегічних бар'єрів належать: економія від масштабу; абсолютна перевага у витратах; специфічність активів (можливість їх застосування лише певній сфері діяльності); потреба у капіталі; зайві потужності; технологічний рівень (технологічний розрив); доступ до

дистрибуторських мереж; державні ліцензії; контроль над стратегічними ресурсами; витрати на НДДКР; культурні відмінності; щільність (компактність) продуктового простору; екологічні податки і т.п.

Також існують бар'єри, викликані стратегічною поведінкою фірм, що діють на даному ринку, а саме продуктова диференціація; вертикальна інтеграція; торгові марки; продуктові і процесні патенти; обмежене ціноутворення; реклама; дослідження і розробка; неповність і асиметрія інформації; інвестиційні ризики; витрати оперування на зарубіжних ринках: вимоги до видів упаковки, що можуть бути використані на ринках тих чи інших країн; вимоги щодо рециркуляції пакувальних матеріалів, екомаркування та ін.

На другому етапі необхідно сформувані систему показників та їх критеріальну базу, за допомогою яких можна оцінити затрати підприємства на подолання бар'єрів, підтримку їх «відкритими».

Так, наприклад, для визначення рівня концентрації ринку використовують декілька показників, серед них: індекс концентрації, показники дисперсії і коефіцієнт варіації, індекс Херфіндала–Хіршмана.

На третьому етапі здійснюється збір необхідної релевантної інформації для формування системи показників щодо оцінки бар'єрів входу. В першу чергу, визначаються методи та форми збору інформації. Наприклад, певні дані про діяльність РЕТП можна отримати шляхом аналізу: оглядів даного ринку, публічної інформації про основних його гравців тощо.

На четвертому етапі розраховується інтегральний показник бар'єрів входу та витрати на підтримку їх «відкритими»; проводиться порівняння з критеріальною базою. Актуальність окремого виділення величини витрат на підтримку бар'єрів входу відкритими зумовлена необхідністю розмежування капітальних та поточних витрат подолання бар'єрів входу з метою прийняття ефективних управлінських рішень щодо входження суб'єкта господарювання на РЕТП.

Критеріальною базою порівняння величини вхідних бар'єрів можуть виступати: величина очікуваного прибутку на РЕТП, прибутковість або величина бар'єрів входу на інших ринках і т.п.

Отже, підприємство з метою диверсифікації господарської діяльності, звичайно, намагається розширити межі діяльності. Вхід на нові сегменти або ринки актуалізує питання дослідження висоти існуючих бар'єрів входу на ринок і системи показників, за допомогою яких дані бар'єри можуть бути оцінені.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми,

24-26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. — Суми : СумДУ, 2013.
— Т.2. — С. 81-83.