

УДК 338.012

КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ: СКЛАДОВІ ТА ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

© **З. В. Григорова, к.е.н., доцент, Ю. О. Мудрієвська,**
НТУУ «КПІ», Київ, Україна

В статье определены основные составляющие и факторы, которые влияют на конкурентное взаимодействие предприятий, а также исследуется необходимость проведения анализа конкурентной среды.

In the article represents some basic elements and factors that influence the competitive interaction between enterprises, also the needs of analyses of the competitive environment.

Постановка проблеми

Будь-яке підприємство у процесі своєї діяльності зазнає впливу зовнішнього середовища, одним з компонентів якого є конкурентне середовище. Визначення впливу конкурентного середовища на діяльність конкретного підприємства вимагає здійснення відповідного аналізу. Мінлива економічна ситуація в країні ускладнює умови діяльності вітчизняних підприємств, вимагає використовувати економічні механізми адаптації, які б дозволяли швидко та гнучко реагувати на зміни конкурентного середовища. З цією метою проводяться статистичні дослідження, які дають можливість оцінити конкурентне середовище, охарактеризувати його структуру та динаміку, оцінити зміни з метою побудови прогнозів його подальшого розвитку.

Аналіз попередніх досліджень

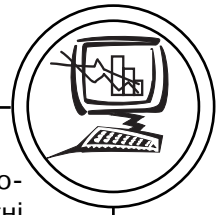
Проблеми діяльності підприємств в умовах конкурентного середовища, аналізу конкурент-

них позицій підприємств та факторів впливу на конкурентне середовище знайшли відображення у наукових працях багатьох вітчизняних [1—5, 7, 9, 10] та зарубіжних вчених [6, 8, 11]. Особлива увага приділяється вивченню кола і змісту факторів та формуванню основних складових конкурентоспроможності. Проте, варто відзначити, що теоретичні аспекти функціонування підприємства в умовах конкурентного середовища розкриті недостатньо і потребують проведення додаткових досліджень.

Мета роботи

Основною метою статті є розробка теоретичних основ та рекомендацій щодо адаптації підприємств до умов конкурентного середовища, а також визначення поняття «складові» та «фактори» конкурентного середовища, що в теоретичному плані сприятиме більш глибокому розумінню природи конкурентного середовища, а у практичному — дозволить виділити ті характеристики, які є важливи-

МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА



ми для оцінки впливу на діяльність підприємства та вивчення закономірностей розвитку конкурентного середовища.

Результати проведених досліджень

Невід'ємною складовою ринкової економіки є створення й розвиток конкурентного середовища — сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі.

Володіючи інформацією про конкурентне середовище, можливо отримати наступні переваги:

- більш чітко оцінити перспективи підприємства, визначити пріоритети діяльності;
- підвищити конкурентоздатність та ефективність діяльності підприємства;
- мотивувати співробітників, надаючи інформацію про конкурентів.

У кожній галузі формується власне конкурентне середовище. Саме тому підприємство повинно правильно оцінити його конкурентів та їх інтереси, галузь (або галузі), в якій воно функціонує, щоб виробити найбільш ефективні конкурентні стратегії, які б забезпечували його високу конкурентоздатність та конкурентостійкість. Галузь є привабливою з точки зору отримання великого прибутку, якщо конкурентні сили відчутно не впливають на ситуацію в ній [10]. Таким чином, ми вважаємо, що ідеальним конкурентним середовищем для отримання високих прибутків є таке, в якому постачальники і покупці займа-

ють слабку позицію на торговельних переговорах, відсутні якісні товари-субститути, вхідні бар'єри високі, а конкуренція помірна. Однак, якщо хоча б одна з конкурентних складових є сильною, галузь стане привабливою лише для тих підприємств, чия стратегія достатньо діє проти тиску даної конкурентної сили і при цьому дає можливість отримувати прибуток вищий від середнього. Таким чином, для визначення конкурентного середовища, в якому має намір здійснювати господарську діяльність підприємство, необхідно розмежувати його складові та фактори, які на нього впливають.

У своїй роботі Марцин В. [8] зазначає, що конкурентне середовище проявляється через сукупність окремих складових, і, перш за все, конкурентоспроможність. Він визначає серед складових (рівнів) конкурентного середовища конкурентоспроможність продукції (товарів, послуг), конкурентоспроможність підприємства, галузі та конкурентоспроможність економіки держави. При цьому серед граней (складових) конкурентного середовища автор виділяє загрозу появи нових конкурентів; загрозу появи нових товарів чи послуг, включаючи замітники; спроможності постачальника торгуватися; можливості покупця торгуватися; суперництва існуючих конкурентів між собою. Усі дані складові конкурентного середовища взаємопов'язані і зміна однієї з них певним чином впливає на функціонування інших.

Аналіз праць таких вчених як Саенко М. Г., Хвостенко О. А.,



МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА

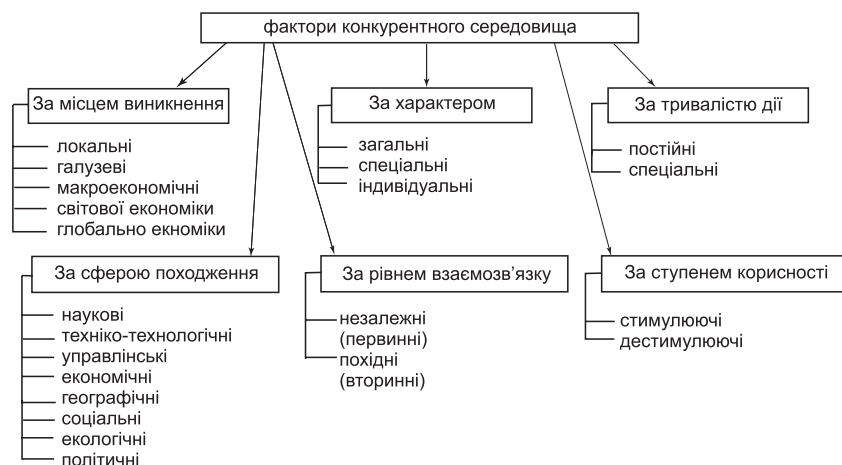
Марцин В. С. дозволив виявити, що всі вони виділяють основні групи учасників ринку залежно від ролі, які вони виконують: конкуренти, постачальники, покупці (споживачі), виробники товарів-замінників та потенційно нові (можливі) конкуренти. Усі дані складові конкурентного середовища взаємопов'язані і зміна однієї з них певним чином впливає на функціонування інших. Відмінності у функціонуванні різних складових конкурентного середовища і необхідність узгодження їхньої поведінки в рамках системи призводить до формування стійких внутрішніх зв'язків між ними, тобто структури конкурентного середовища.

Таким чином, при аналізі конкурентного середовища, відносин та зв'язків між складовими конкурентного середовища необхідно характеризувати структуру та визначити складові конкурентного середовища.

О. Дикий [3], досліджуючи вплив глобалізації на основні фактори конкурентного середо-

вища, визначає, що конкурентне середовище формується в результаті впливу на ринок безлічі факторів, що характеризуються визначеною сферою дії, періодом, інтенсивністю. Автор виділяє 6 основних груп факторів конкурентного середовища, залежно від суб'єктів ринку, діяльність яких створює умови для конкуренції, повністю підтримуючи ідеї М. Портера, втілені ним в моделі п'яти сил конкуренції.

Аналіз моделі п'яти сил конкуренції М. Портера також використовують у своїх дослідженнях Клименко С., Омельяненко Т., Барабась Д., Дуброва О., Вакулєнко А. [4]. Автори розглядають конкурентне середовище як сукупність зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі і вважають, що дана модель є найбільш розповсюдженим, потужним інструментом для систематичної діагностики основних конку-



Класифікація факторів конкурентного середовища

МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА



рентних сил, що впливають на ринок, оцінки ступеня впливу кожної з них та визначення характеру конкурентної боротьби на даному ринку. Така точка зору заслуговує на увагу, проте, на нашу думку, при аналізі факторів впливу на конкурентне середовище доцільно також розглянути інші класифікації та підходи. Найбільш поширеним є виокремлення факторів конкурентного середовища, що ґрунтується на різних класифікаційних ознаках. На наш погляд, найбільш узагальнений перелік факторів конкурентного середовища можна представити у вигляді таблиці (рис.).

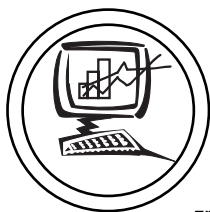
Фактори та складові конкурентного середовища не є постійними, вони змінюються з часом. Тому будь-яке підприємство для виживання та збереження конкурентоспроможності повинно корегувати свою діяльність до вимог конкурентного середовища. Це пов'язано з тим, що зміна факторів конкурентного середовища може призвести до виникнення певного дисбалансу між підприємством і середовищем і спричинити необхідність адаптації підприємства. У зв'язку з цим воно повинно володіти здатністю проводити адекватні зміни. Такі зміни на підприємстві можуть бути здійснені за допомогою реструктуризації. Реструктуризація вимагає залучення трудових, матеріальних, фінансових, інформаційних ресурсів, а також організаційно-правового забезпечення. Причому, питання матеріального та фінансового забезпечення необхідно вирішувати першочергово.

Таким чином, можна зробити висновок, що між факторами і складовими конкурентного середовища існує тісний взаємозв'язок, який полягає у тому, що під впливом виникнення та дії факторів складові конкурентного середовища із пасивного стану перетворюються в активний.

Вивчення усіх наведених факторів є важливою передумовою аналізу конкурентного середовища, без якого неможливі управління підприємством, формування стратегії та її практична реалізація на ринку.

Висновки

Аналізуючи фактори, складові, чинники та умови формування конкурентного середовища, можна дійти висновку, що сучасне конкурентне середовище являє собою сукупність економіко-організаційних та соціальних умов, в яких торговельні підприємства ведуть конкурентну боротьбу за споживача, постачальника та вагому частку ринку. Саме неформоване конкурентне середовище на ринку не дає змоги повною мірою реалізувати потенціал економічного росту, не забезпечує якісне обслуговування населення, стримує технічне переоснащення підприємств, а також обмежує заохочення коштів від інвесторів, тому на сьогоднішній день актуальним є вивчення його стану, а також закономірностей розвитку з метою прогнозування його майбутнього, а також визначення необхідності адаптації.



МЕНЕДЖМЕНТ ВИРОБНИЦТВА

1. Багорова І. В. Структурні та фактори конкурентоспроможності / І. В. Багорова, О. Г. Нефедова // Вісник економічної науки України. — 2007. — № 1. — С. 11—16.
2. Базилевич В. Формування конкурентного середовища у транзитивній економіці: проблеми, тенденції, протиріччя / В. Базилевич // Конкуренція. Вісник АМК. — 2003. — № 2. — С. 24—28.
3. Дикий О. В. Вплив глобалізації бізнесу на формування конкурентного середовища підприємства / О. В. Дикий // Культура народів Причорномор'я. — 2006. — № 78. — С. 23—28.
4. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакулєнко. — К. : КНЕУ, 2008. — 520 с.
5. Колчкова М. В. Фактори впливу на діяльність підприємств торгівлі / М. В. Колчкова // Вісник МСУ. Економічні науки, т. X. — 2007. — № 1. — С. 46—49.
6. Лифиц І. М. Теорія і практика оцінки конкурентоспроможності товарів і послуг / І. М. Лифиц. — М. : Юрайт-М, 2001. — 224 с.
7. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства : підручник / А. А. Мазаракі, Л. О. Лігоненко, Н. М. Ушакова. — К. : Хрещатик, 1999. — 798 с.
8. Марцин В. С. Конкуренційне середовище, шляхи його реформування та механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства / В. С. Марцин // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. — 2008. — № 33-1. — С. 78—84.
9. Мінченко М. В. Планування та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів / М. В. Мінченко, Л. П. Чижов, А. В. Фрояков. — Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. — 442 с.
10. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : підручник / М. Г. Саєнко. — Тернопіль : Економічна думка. — 2006. — 390 с.
11. Томпсон-мл. Артур А., Стрикленд III А. Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А. Р. Ганиева (пер. с англ.). — 12. изд. — М.; СПб.; К. : Вильямс, 2003. — 924 с.

Рецензент — Н. І. Передерієнко,
к.е.н., доцент, НТУУ «КПІ»

Надійшла до редакції 08.12.09