

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Пашкевич Татьяна Анатольевна
Научный руководитель – Зубрицкий А.Ф.
(Белорусский национальный технический университет)

Конкурентная среда, как среда существования предприятия и как система показателей, относительно которых выявляется конкурентоспособность предприятия, является основополагающим фактором в ходе анализа конкретных сторон деятельности предприятия и его конкурентов.

В условиях часто возникающих вопросов и проблем общего характера, связанных с необходимостью объяснения мотивов тех или иных действий. Именно уровень активности конкурентной среды является определяющим моментом в построении маркетинговой политики предприятия, в выборе средств и методов ведения конкурентной борьбы.

Особенности конкурентной среды предприятия определяются типом конкуренции на рассматриваемом рынке, ключевых характеристик, описывающих состояние рынка: государственная политика, распределение производителей, возможность появления новых конкурентов, распределение потребителей и их влияние на интенсивность конкуренции, угроза со стороны товаров-заменителей.

Одной из важнейших характеристик активности конкурентной среды предприятия является степень противодействия конкурентов в борьбе за потребителей и новые рыночные ниши или интенсивность конкуренции.

Ключевым параметром конкуренции на рынке (нише рынка) является интенсивность конкуренции. Оценка интенсивности конкуренции имеет глобальное значение при анализе рынка, так как позволяет выявить общую привлекательность вторжения

на рынок, составить стратегию продвижения товара, предварительно оценить результаты деятельности. Оценка интенсивности конкуренции включает: анализ распределения рыночных долей между конкурентами; анализ темпов роста рынка; анализ рентабельности рынка.

Для оценки характера распределения рыночных долей между конкурентами обычно применяют три подхода. Первый: используется показатель, отражающий степень концентрации производства в отрасли. Он позволяет оценить степень монополизации рынка и является величиной, обратной интенсивности конкуренции. Однако существенным недостатком показателя концентрации является его «нечувствительность» к различным вариантам распределения долей между конкурентами. Второй: подход, частично лишенный этого недостатка, – оценка распределения рыночных долей с помощью суммы квадратов рыночных долей конкурентов – индекса Херфиндала (Herfindahl Index). Однако индекс не учитывает ранги предприятий. Третий: используется, учитывающий ранги предприятий, индекс Розенблюта. Он рассчитывается с учетом порядкового номера предприятия, полученного на основе ранжирования долей от максимума к минимуму.

$$I_h = \sum D_i^2 \text{ или } I_h = 10000 \sum D_i^2$$

при $D_i = \frac{OP_i}{OP}, i = 1, \dots, n.$

Для более полной и детальной оценки взаимовлияния интенсивности конкуренции и распределения долей рынка между предприятиями необходимо дать оценку интенсивности конкуренции на заданном товарном рынке с помощью измерения степени сходства рыночных долей конкурентов. Для такой оценки воспользуемся коэффициентом вариации, равным отношению среднеквадратического отклонения долей к их среднеарифметическому значению. Очевидно, что чем выше коэффициент вариации, тем ниже интенсивность конкуренции и наоборот. Формула для расчета имеет вид:

$$U_D = 1 - n \sqrt{\frac{1}{n} \sum_i (D_i - \frac{1}{n})^2}, i = 1, \dots, n.$$

Экономическими факторами, определяющими интенсивность конкуренции являются:

1) характер развития рынка как целостного образования, а именно динамические характеристики спроса и предложения, которые выражаются в темпах роста объемов продаж (U_{TP});

$$U_{TP} = 1 - \frac{T_p - 70}{140 - 70} = \frac{140 - T_p}{70}.$$

$$\text{Если } \left\{ \begin{array}{l} T_p \geq 140\% \\ 70\% < T_p \leq 140\% \\ T_p = 70\% \end{array} \right\} \left\{ \begin{array}{l} \Rightarrow 0 \\ U_{TP} = (140 - T_p) / 70 \\ \Rightarrow 1 \end{array} \right\};$$

2) коэффициент рентабельности рассматриваемого рынка (P_p), определяемый отношением совокупной прибыли, полученной предприятиями на данном рынке (Π), к общему объему продаж (OP):

$$U_p = 1 - \frac{\Pi}{OP} = 1 - P_p;$$

3) оценка степени доминирования предприятия на рынке - коэффициент Лернера (L):

$$L = \frac{Ц - MC}{Ц}.$$

Для удобства проведения сравнительного анализа интенсивности конкуренции на различных рынках (сегментах рынка)

и оценки их привлекательности (с точки зрения конкурентной активности) представляется полезным оперирование обобщенной характеристикой интенсивности конкуренции. Помимо базы сравнения она дает возможность уточнить результаты анализа отдельных элементов конкурентной среды предприятия и более последовательно подойти к формированию специального аналитического отчета.

Обобщение частных показателей U_D , U_{TP} , U_P с учетом их мультипликативного характера можно произвести на основе средней геометрической:

$$U_K = \sqrt[3]{U_D U_{TP} U_P}.$$

Таким образом, в условиях сложившейся ситуации на рынке Республики Беларусь, оценка конкурентной среды предприятия является необходимым и значимым фактором для успешного существования и развития данного предприятия. Оценка конкурентной среды предприятия строится на оценке характера распределения рыночных долей между конкурентами, где применяется три подхода: 1) показатель, отражающий степень концентрации производства в отрасли; 2) индекса Херфиндала (Herfindahl Index); 3) индекс Розенблюта. Данные показатели, дополняя друг друга, позволяют охарактеризовать распределения долей предприятий, однако для более полной и детального анализа необходимо дать оценку интенсивности конкуренции на заданном товарном рынке с помощью измерения степени сходства рыночных долей конкурентов, где для большего удобства можно использовать обобщение частных показателей: коэффициента вариации, динамических характеристик спроса и предложения, коэффициента рентабельности рассматриваемого рынка.