

Аспірант, Хвостенко О.А.  
кафедри обліку та аудиту,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ У ВИЗНАЧЕННІ СКЛАДОВИХ ТА ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

*У статті на основі системного підходу визначено основні складові конкурентного середовища та фактори, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств. Розглянуто взаємозв'язок між складовими та факторами конкурентного середовища.*

**Постановка проблеми.** У ринковій економіці будь-яке підприємство функціонує в певному конкурентному середовищі, а тому бере участь у конкурентній боротьбі. Роль конкурентного середовища у загальному розвитку ринкової економіки і його вплив на соціальні умови вимагають здійснення відповідного спостереження. 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.

Першочергове завдання статистичного дослідження конкурентного середовища полягає у вивченні складу конкурентів на даному ринку, що вимагає вивчення інших складових конкурентного середовища та виявлення факторів, що впливають на конкурентне середовище в певних умовах місця і часу.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Проблеми діяльності підприємств в умовах конкурентного середовища, аналізу конкурентних позицій підприємств та факторів впливу на конкурентне середовище знайшли відображення у наукових працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених [3,6,12,13]. Особлива увага приділяється науковцями та практиками вивченню кола і змісту факторів та формуванню основних складових конкурентоспроможності на різних ієрархічних рівнях [2,4,7,8].

На сьогодні існує багато поглядів на визначення складових та факторів, які здійснюють вплив на конкурентне середовище підприємства. Проте можна

констатувати, що досі залишається невирішеною проблема розрізнення понять «складові» та «фактори» конкурентного середовища, що негативно впливає на вивчення економічної категорії «конкурентне середовище».

**Мета дослідження.** Розмежувати 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 важливими для оцінки стану та вивчення закономірностей розвитку конкурентного середовища з метою прогнозування його подальшого розвитку.

**Основні результати дослідження.** Визначення основних складових конкурентного середовища та факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств, з метою розроблення статистичного забезпечення дослідження конкурентного середовища слід базувати на системному підході.

Вихідним пунктом будь-якого системного дослідження є уявлення про цілісність досліджуваної системи. Це передбачає розгляд конкурентного середовища з двох позицій: у співвідношенні конкурентного середовища з зовнішнім оточенням і шляхом внутрішнього розподілу конкурентного середовища як системи з виділенням його складових, властивостей, функцій та їх місця в рамках цілого.

Якщо розглядати конкурентне середовище як систему, то воно являє собою впорядковану множину взаємопов'язаних елементів, які мають власну структуру і організацію. У роботах багатьох дослідників елемент системи визначається як найменший неподільний, в контексті конкретної системи і конкретного її розгляду та аналізу, компонент (частина) системи [5,11]. Проте відповідь на питання, що можна визначити такою частиною, може бути неоднозначною і залежить від того, яка задача стоїть перед дослідником.

Тому поняття «елемент» є відносним. Під ним ми розуміємо будь-який об'єкт, який пов'язаний з іншими об'єктами у складний комплекс (систему) з точки зору розв'язання конкретної задачі, поставленої мети. Виходячи з поставлених перед даним дослідженням завдань, елементом конкурентного середовища є окреме підприємство як самостійний суб'єкт господарювання, створений для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, та іншої господарської діяльності [1]. Підприємство це відкрита система, яка існує

лише при наявності адекватної взаємодії з зовнішнім середовищем при наявності ефективного внутрішнього середовища, тобто економіки підприємства або економічного управління.

Елементи конкурентного середовища у свою чергу можуть бути об'єднані і представлені як підсистеми (складові) конкурентного середовища. Поняття підсистеми доцільно використовувати для аналізу таких складних систем як конкурентне середовище, коли між елементами та системою існують проміжні складові, більш складні, ніж елементи, але менш складні, ніж сама система.

Поняття елемент є контекстно залежним, тобто при розгляді іншої проблеми або на іншому рівні аналізу тієї ж проблеми певний об'єкт може тлумачитися або як елемент, або як підсистема, яка складається з більш дрібних одиниць. Це стає можливим завдяки тому, що елемент входить до системи не всією сукупністю своїх властивостей і характеристик, а лише тими властивостями, завдяки яким він несе в системі певну функціональне навантаження і займає в ній відповідне місце.

У своїй роботі Марцин В. [8] вважає, 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. На нашу думку, доцільніше не використовувати поняття «складова» як в першому, так і в другому випадку, оскільки зі змісту видно, що на увазі малися саме рівні та фактори конкурентного середовища, проте в даному випадку їх так не названо.

Серед складових конкурентного середовища, на нашу думку, залежно від ролі, які вони виконують на ринку можна виділити такі основні групи учасників: 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. Головною особливістю системного підходу до вивчення складових конкурентного середовища є оцінка

можливих наслідків, виходячи з інтересів усієї сукупності складових, об'єднаних в систему.

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. Однією з основних властивостей структури є упорядкованість складових системи за принципом однорідності.

Пошук оптимального поєднання великих, середніх і малих підприємств у процесі формування конкурентного середовища потребує системного аналізу практики господарювання суб'єктів ринку, моніторингових досліджень товарних ринків, визначення змін, що відбуваються внаслідок кон'юнктурних коливань, проведення певних економічних заходів держави, врахування різноманітних психологічних факторів, впливу настроїв очікування змін на ринку тощо [3].

Таким чином, статистика при вивченні конкурентного середовища, відносин та зв'язків між складовими конкурентного середовища має характеризувати структуру та типологію об'єктів і визначити складові конкурентного середовища.

Перш ніж розглядати фактори конкурентного середовища, визначимо, що означає термін «фактор» взагалі. За С. І. Ожеговим, фактор – момент, істотна обставина в будь-якому процесі, явищі [10].

Поняття фактор (або чинник; від лат. factor – той, що обумовлює) у наукових дослідженнях використовується у двох взаємопов'язаних значеннях: умов, які забезпечують здійснення операцій та потенційної сили, тобто причини зміни результатів діяльності [9].

Для цілей нашого дослідження визначимо фактор як рушійну силу або причину будь-якого процесу чи явища, що визначає його характер або окремі риси. Звідси випливає, що факторами, що здійснюють вплив на конкурентне середовище є ті чи інші причини (суттєві обставини), що частково впливають на рівень та характер конкурентного середовища підприємства, або ж повністю визначають його.

О. Дикий [4], досліджуючи вплив глобалізації на основні фактори конкурентного середовища, 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., Омеляненко Т., Барабась Д., Дуброва О., Вакуленко А. [6]. 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 конкурентних 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.

Залежно від місця виникнення (по відношенню до конкурентного середовища) фактори, що впливають на конкурентне середовище, поділяються на внутрішні та зовнішні. Виникнення та інтенсивність прояву внутрішніх факторів безпосередньо залежить від діяльності підприємств-складових конкурентного середовища, стану їх ресурсної бази, характеру організації системи стратегічного управління, системи загального менеджменту тощо.

Виникнення та інтенсивність прояву зовнішніх факторів не залежить від діяльності підприємств і обумовлюється станом зовнішнього середовища. Фактори зовнішнього середовища є вкрай неоднорідними за джерелами свого походження, оскільки виступають проявом систем різного рівня. На наш погляд, необхідно виділити п'ять груп факторів:

1) локальні фактори, тобто фактори, які виникають на рівні взаємодії між підприємствами певного регіону;

2) фактори мезорівня або галузеві, тобто ті, що визначаються функціонуванням галузі як системи; до них відносять механізми внутрішньогалузевого регулювання, методи та рівень внутрішньогалузевої конкуренції, стан попиту тощо;

3) макроекономічні, тобто фактори, що відображають умови функціонування національних економік, а саме загальногосподарську

кон'юнктуру, стан та динаміку платоспроможного попиту, механізми державного регулювання економіки, наявність та рівень розвитку ринкової інфраструктури тощо;

4) фактори світової економіки (до них відносять кон'юнктуру світових ринків, міжнародний розподіл праці, динаміку валютних курсів, міжнародні угоди у сфері зовнішньої торгівлі тощо);

5) фактори глобальної економіки, які включають поширення ринкової економічної моделі на всі регіони світу, зменшення можливостей держав контролювати внутрішні соціально-економічні процеси, стирання межі між зовнішньою і внутрішньою політикою держав, стимулювання процесу демократизації світової спільноти, зростання впливу міжнародних організацій, регіональних об'єднань, транснаціональних компаній тощо.

Ми вважаємо, що залежно від сфери походження фактори, що впливають на конкурентне середовище, можна поділити на наукові, техніко-технологічні, управлінські, економічні, соціально-демографічні, географічні, екологічні, політичні.

Разом з класичними факторами, які безпосередньо впливають на конкурентне середовище, дедалі більш вагомими стають фактори, які характеризують інтелектуальну власність та свідчать про підвищення ефективності наукової сфери. До наукових факторів відносяться фактори пов'язані з розвитком науки як провідної ланки системи «наука – техніка – виробництво», важливим при цьому є врахування інноваційного характеру економічного розвитку.

Техніко-технологічні фактори характеризуються розвитком техніки, обладнання, інструментів, процесів обробки та виготовлення продуктів, матеріалів і технологій, а також ноу-хау, відображають стан та динаміку науково-технічного прогресу, рівень техніки та технології, продуктивність та надійність устаткування, гнучкість виробничих процесів тощо.

Управлінські фактори характеризують структуру та ефективність системи управління підприємства, рівень організації його маркетингової та фінансово-економічної діяльності, характер організації виробничих процесів та організації праці, ступінь ефективності створених на підприємстві систем прогнозування, стратегічного та поточного планування, моніторингу та оперативного регулювання тощо.

Економічні фактори відображають стадію циклу розвитку економіки,

розвиток інтеграційних процесів у економічному просторі, загальногосподарську та галузеву кон'юнктуру, методи та механізми регулювання господарської діяльності на рівні держави, регіонів та галузей тощо.

Соціально-демографічні фактори відображають стан та динаміку соціальних та демографічних процесів, що відбуваються на макро- та мікро-рівнях. Вплив цієї групи факторів на конкурентне середовище є двобічним: з одного боку, вони здійснюють суттєвий вплив на рівень, динаміку та специфічні особливості попиту на кожному конкретному ринку; з іншого боку, ці фактори певною мірою відбиваються на рівні ефективності виробничо-господарської діяльності складових конкурентного середовища.

Екологічні фактори характеризують взаємозв'язок виробничо-економічної діяльності підприємства зі станом оточуючого природного середовища. До цієї групи слід віднести вимоги екологічного законодавства, витрати, що виникають у зв'язку з утилізацією відходів виробництва, витрати на утримання та експлуатацію природоохоронних споруд тощо. Географічні фактори – це фактори, які пов'язані з розміщенням, топографією місцевості, кліматом і натуральними ресурсами, зокрема, корисними копалинами.

Політичні фактори здійснюють суттєвий вплив на конкурентне середовище; серед найголовніших політичних факторів можна виділити, у першу чергу, загальнополітичний клімат та стан розвитку міжнародних відносин, політики іноземних країн щодо соціально-економічних та політичних перетворень в Україні, військово-політичні конфлікти в окремих регіонах світу. Група політичних факторів має однозначно зовнішній характер походження по відношенню до підприємства, через що можливість прямого впливу на них з боку підприємства майже повністю відсутня.

Особливої уваги заслуговують фактори конкуренції, тобто фактори, які відбивають майбутні та поточні дії конкурентів, зміни в частках ринків, концентрації конкурентів тощо. Для системного аналізу та оцінки впливу цих факторів на ринок та визначення характеру конкурентної боротьби використовують модель п'яти сил конкуренції М. Портера [13].

Залежно від свого характеру фактори, що впливають на конкурентне середовище, поділяються на загальні, специфічні та індивідуальні. Загальні фактори здійснюють вплив на усі складові конкурентного середовища без винятку; специфічні фактори – це ті, що здійснюють вплив на складові

конкурентного середовища, що діють в межах, наприклад, певної галузі, або певного регіону, або тих, що діють на конкретному ринку; дія індивідуальних факторів обумовлює зміни лише окремої складової конкурентного середовища.

Залежно від тривалості дії фактори, що впливають на конкурентне середовище, поділяються на постійні та тимчасові. Постійні фактори визначають загальний стан та динаміку конкурентного середовища; тимчасові – змінюють цей стан внаслідок тих чи інших подій.

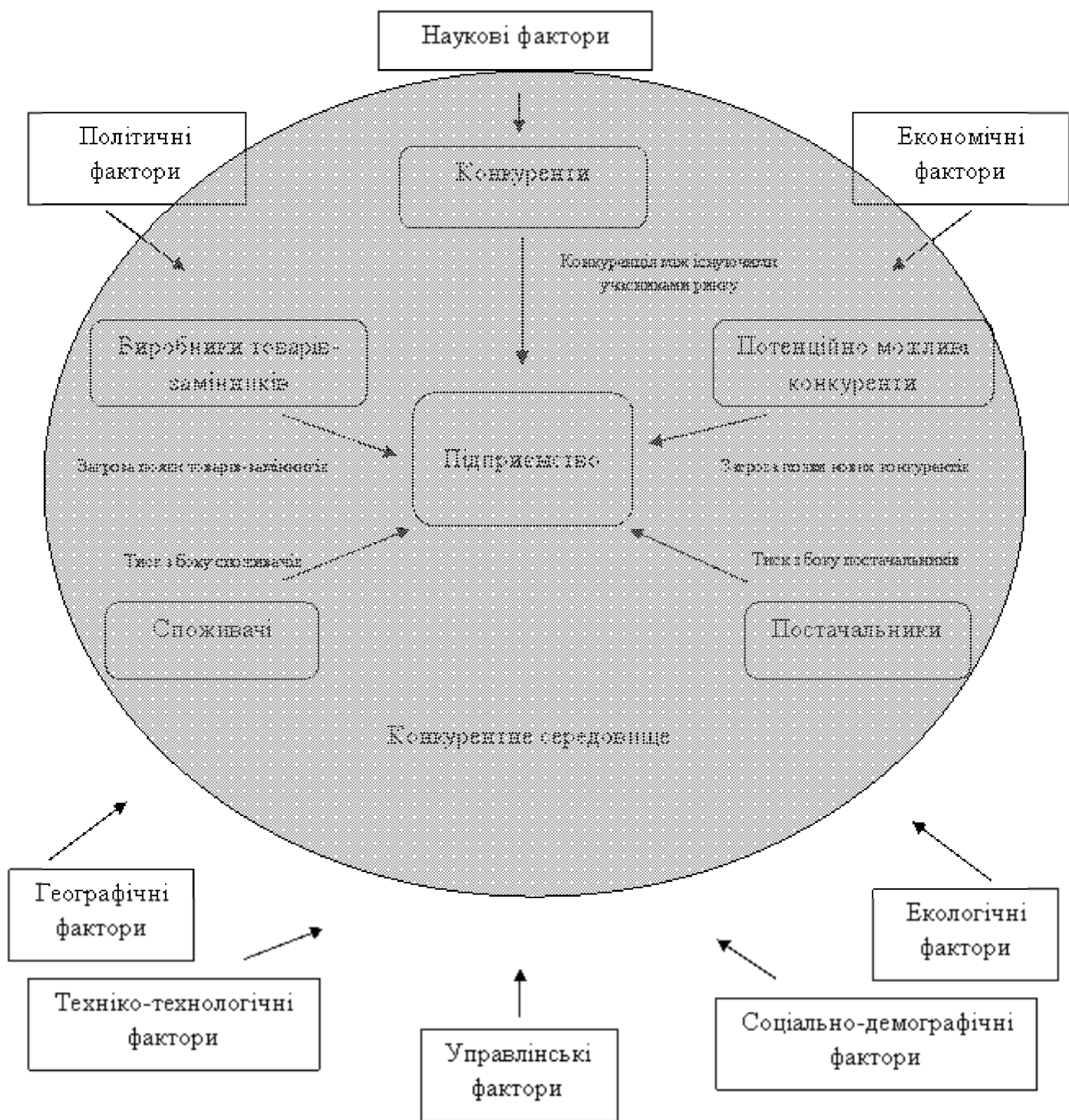
Залежно від рівня взаємообумовленості фактори, що впливають на конкурентне середовище, поділяються на незалежні (первинні) та похідні (вторинні). Незалежні (первинні) фактори самі по собі є наслідком певних подій або тенденцій, у той час як похідні (вторинні) являють собою опосередкований результат дії первинних факторів.

Залежно від ступеню корисності фактори, що впливають на конкурентне середовище, поділяються на стимулюючі – фактори, що сприяють підсиленню конкурентних позицій і стимулюють зростання конкурентоспроможності підприємства, та дестимулюючі – фактори, що здійснюють негативний вплив на конкурентні позиції підприємства і стримують процес зростання його конкурентоспроможності.

Залежно від ролі факторів у забезпеченні підприємства конкурентною перевагою, конкурентоспроможності та конкурентної позиції підприємства вони поділяються на основні та другорядні. Вплив основних факторів на рівень конкурентоспроможності є визначальним; саме вони є вирішальними у забезпеченні реалізації стратегічних цілей та підпорядкованих їм основних завдань підприємства. Вплив другорядних факторів на конкурентне середовище не є визначальним – фактично вони лише створюють умови для нормального функціонування складових конкурентного середовища.

Таким чином, системний підхід дає змогу побачити, 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. В узагальненому вигляді взаємозв'язок складових та факторів конкурентного середовища представлено на рис. 1.





**Рис. 1. Складові та фактори конкурентного середовища**

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

**Висновки.** Проведене дослідження дозволило на основі системного підходу визначити основні складові конкурентного середовища та розглянути фактори, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств, з метою

статистичного дослідження конкурентного середовища.

З метою глибшого розуміння природи конкурентного середовища було розглянуто окремо складові та фактори конкурентного середовища. Це дозволило виділити характеристики, які є найбільш важливими для оцінки стану та вивчення закономірностей розвитку конкурентного середовища з метою прогнозування його подальшого розвитку.

Конкурентне середовище підприємства можна представити як взаємодію суб'єктів конкурентної боротьби і їх дії із забезпечення власних інтересів, в результаті чого формуються певні умови діяльності підприємств, а факторами, що системно здійснюють вплив на конкурентне середовище є ті чи інші причини, які або частково впливають на рівень та характер конкурентного середовища підприємства, або ж повністю визначають його.

### Список літератури

1. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22.
2. Багрова І. В., Нефедова О. Г. Складові та фактори конкурентоспроможності // Вісник економічної науки України. – 2007. - № 1. – С. 11-16.
3. Базилевич В. Формування конкурентного середовища у транзитивній економіці: проблеми, тенденції, протиріччя // Конкуренція. Вісник АМК. – 2003. – № 2. – С. 24-28.
4. Дикий О. В. Вплив глобалізації бізнесу на формування конкурентного середовища підприємства // Культура народів Причорномор'я. – 2006. – № 78. – С. 23-28.
5. Згуровский М. З., Доброногов А.В., Померанцева Т. Н. Исследование социальных процессов на основе методологии системного анализа. – К., 1997. – с. 9.
6. Клименко С. М., Омеляненко Т. В., Барабась Д. О., Дуброва О. С., Вакуленко А. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Навч. посіб. – КНЕУ, 2008. — 520 с.ТВ.обкл.
7. Колчкова М. В. Фактори впливу на діяльність підприємств торгівлі // Вісник МСУ. Економічні науки, т. X. – 2007. – № 1. – С. 46-49.
8. Марцин В. С. Конкурентне середовище, шляхи його реформування та

- механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства // 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. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / РАН; Институт русского языка им. В.В.Виноградова. – 4.изд., доп. – М. : Азбуковник, 1999. – 944с
  11. Новейший философский словарь / А. А. Грицанов (сост.и гл.науч.ред.). – 3.изд., испр. – Минск : Книжный Дом, 2003. – 1279с.
  12. Томпсон-мл. Артур А., Стрикленд Ш А. Дж Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А. Р. Ганиева (пер.с англ.). – 12.изд. – М.; СПб.; К. : Вильямс, 2003. — 924с.
  13. Porter, Michael E. How competitive forces shape strategy // Harvard Business Review. – 1979.– P. 137-145.