

УДК 338.516.4

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ПОКАЗНИКІВ ВСТУПУ НОВОУТВОРЕНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ЦЕЛЮЛОЗНО-ПАПЕРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Гаврилець О.В., ст. викладач
Мукачівський технологічний інститут

В статье приведен расчет показателей, которые описывают статистику входа новообразованных предприятий на целлюлозно-бумажном рынке. Автор провел корреляционный анализ по изучению существенности связи между объемами реализации предприятий, что вошли на изучаемый сегмент рынка, и доли такого сегмента в общеотраслевых объемах реализации целлюлозно-бумажной продукции. Определены тенденции закрепления новообразованных предприятий в разрезе товарных и территориальных признаков дифференциации исследованного рынка.

Indices calculation describing the statistic of entry of the new-formed enterprises to the article. The correlative analysis concerning the estimation of materiality of connection between the volumes of enterprises realization which enter the certain market segment in general-blanch volume of realization of pulp and paper production is conducted/ The tendencies of consolidation of the new-formed enterprises in the context of goods and territorial attributes of differentiation of the researched market have been determined.

Актуальність проблеми. Одним з етапів формування стратегії вступу на ринок є розрахунок та оцінка показників, що описують статистику входу на досліджуваний ринок. Інформація такого типу дозволяє підприємству виявити основні тенденції, пов'язані з проникненням новоутворених підприємств та наступним закріпленням їх діяльності на цільових ринках. Оскільки конкурентна ситуація на окремих ринках, та целюлозно-паперовому зокрема, за короткий період часу зазнає значних змін, доцільним є аналіз динаміки згаданих вище показників. Це дасть змогу вивчити інтенсивність та спрогнозувати характер таких змін у майбутньому.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питання розрахунку та обґрунтування показників входу в теоретичному аспекті відображені в працях В. Чиркова, Н. Розанової, А. Вурос, С. Черненко, В. Третьяк [1-4]. Однак вони майже не знаходять застосування на практиці, оскільки відсутність необхідної статистичної інформації часто унеможлиблює обчислення показників динаміки подолання бар'єрів входу на ринок.

Мета роботи. Зважаючи на актуалізацію та окреслені проблеми дослідження параметрів ринку, необхідним залишається питання реалізації інструментарію щодо вивчення особливостей процесів вступу на ринок та показників, що його супроводжують.

Виклад основного матеріалу дослідження. Так, аналіз демографії підприємств на ринку целюлозно-паперової продукції слід доповнити аналізом показників входу, що розкривають якісний склад тих підприємств, що ввійшли на ринок, їх місце за критерієм обсягу реалізованої продукції. Одним із таких показників є показник норми проникнення, який розраховується як відношення обсягу реалізації продукції нових підприємств до сукупного обсягу реалізації продукції на ринку:

$$H_{\text{прон.}} = \frac{O_{\text{н.}}}{O_{\text{заг.}}}, \quad (1)$$

де $H_{\text{прон.}}$ – норма проникнення підприємств на цільовий ринок;

$O_{\text{н.}}$ – обсяг реалізованої продукції підприємств, що ввійшли на ринок, тис. грн;

$O_{\text{заг.}}$ – сукупний обсяг реалізованої продукції, тис. грн.

Аналіз даного показника в розрізі окремих видів економічної діяльності целюлозно-паперового ринку засвідчує, що найвищою норма проникнення спостерігається у виробництві паперової маси – 3,52 % (див. рис. 1).

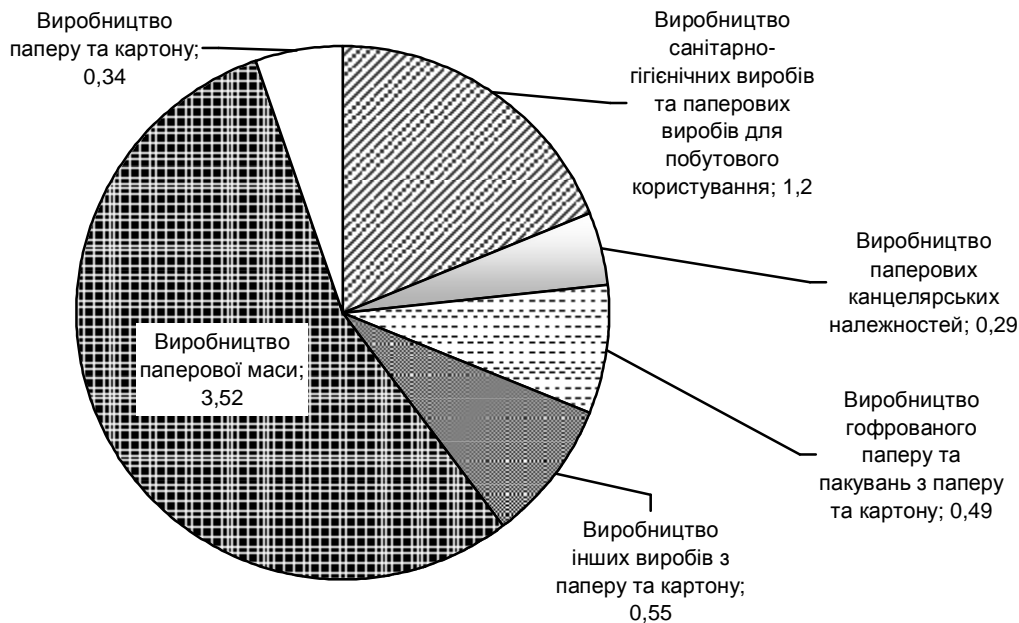


Рис. 1. Аналіз норми проникнення нових підприємств на ринок у розрізі окремих видів економічної діяльності

При цьому питома вага реалізації паперової маси у структурі целюлозно-паперової продукції є найнижчою і становить всього 0,4 % (див. рис. 2).

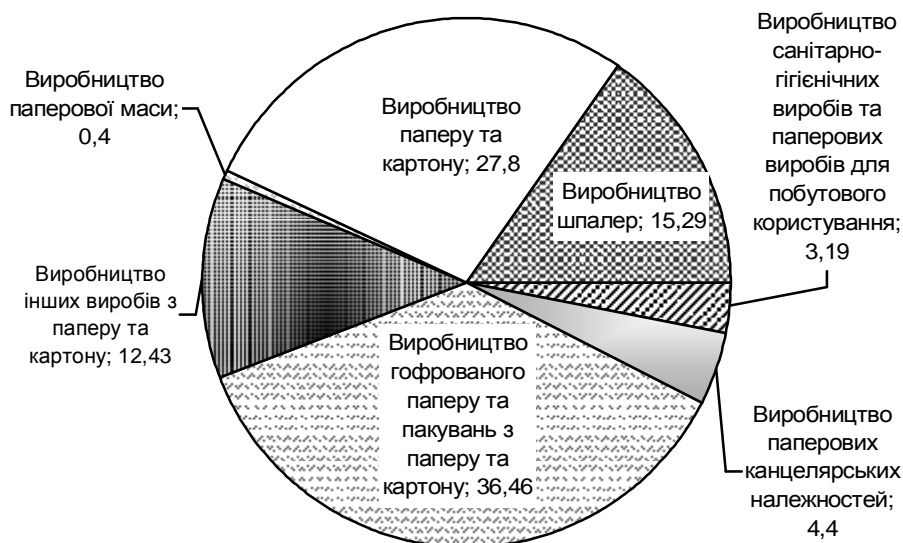


Рис.2. Структура реалізації целюлозно-паперової продукції за видами економічної діяльності

Така ж ситуація характерна для сегменту з виробництва санітарно-гігієнічних та паперових виробів для побутового користування. Норма проникнення в цьому сегменті становить 1,2 %, однак у сукупному обсязі реалізації целюлозно-паперової продукції частка такої продукції є чи не найнижчою. Можна зробити висновок, що норма проникнення є найвищою в тих сегментах ринку, де сукупні обсяги реалізації продукції у порівнянні з іншими сегментами ринку є найнижчими. Для перевірки наявності та істотності зв'язку між обсягами реалізації підприємств, що ввійшли на деякий сегмент ринку, та питомої ваги обсягів реалізації даного сегменту у цілому по ринку, слід провести розрахунок коефіцієнта кореляції (див. табл. 1).

Таблиця 1

Розрахунок коефіцієнта кореляції

Види економічної діяльності	Обсяг реалізованої продукції підприємств, що ввійшли в ринок в розрізі окремих видів економічної діяльності тис. грн, Y_i	Питома вага реалізації продукції певного виду економічної діяльності в сукупному обсязі реалізованої продукції целюлозно-паперової галузі, X_i	$X_i - \bar{X}$	$Y_i - \bar{Y}$	$(X_i - \bar{X})$ $(Y_i - \bar{Y})$	$(X_i - \bar{X})^2$	$(Y_i - \bar{Y})^2$
Виробництво паперових канцелярських належностей	2560,9	4,4	-9,9	-9192	91000,8	98,0	84492864,0
Виробництво гофрованого паперу і пакувань з паперу та картону	35765,2	36,46	22,16	24012,3	532112,6	491,1	576590551,2
Виробництво інших виробів з паперу та картону	13656,1	12,43	-1,87	1903,2	-3558,9	3,5	3622170,2
Виробництво паперової маси	2830,4	0,4	-13,9	-8922,5	124022,8	193,2	79611006,2
Виробництво паперу та картону	18809,1	27,8	13,5	7056,2	95258,7	182,3	49789958,4
Виробництво санітарно-гігієнічних виробів та паперових виробів для побутового користування	7616,8	3,19	-11,11	-4136,1	45952,1	123,4	17107323,2
Виробництво шпалер	1032	15,29	0,99	-10720,9	-10613,7	0,98	114937696,8
Разом	82270,5	100,0			874174,4	1092,38	926151570

Використавши дані табл. 1 та формулу розрахунку коефіцієнта кореляції Пірсона [5], визначимо, наскільки істотним є зв'язок між двома змінними:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}} = \frac{874174,4}{\sqrt{1092,38 * 926151570}} = \frac{874174,4}{1005836,4} = 0,869.$$

Як бачимо, коефіцієнт кореляції наближається до одиниці, що підтверджує істотність зв'язку, тобто обсяги реалізації підприємств, що ввійшли на певний сегмент ринку, значно залежать від частки даного сегменту в загальногалузовому обсязі реалізації целюлозно-паперової продукції.

Окрім того, індикатором надійності входу може служити показник закріплення на ринку. Даний показник дозволяє визначити частку нових підприємств, що налагодили діяльність і закріпили позиції на ринку в загальній кількості новоутворених підприємств:

$$K_z = \frac{\Pi_{н.закр.}}{\Pi_n}, \quad (2)$$

де K_z – коефіцієнт закріплення підприємств, що ввійшли на ринок;

$\Pi_{н.закр.}$ – кількість підприємств, що ввійшли на ринок за певний період часу та налагодили діяльність з виробництва і реалізації продукції, од.

Π_n – загальна кількість підприємств, що ввійшли на ринок за певний період часу, од.

Так, найвищим коефіцієнт закріплення спостерігається в сегменті виробництва інших виробів з паперу та картону – 0,74 (див. табл. 2). Причому, за досліджуваний період даний показник не зазнавав значних змін. Натомість у сегменті з виробництва паперу, картону та в сегменті паперової маси кількість новоутворених підприємств, що змогли закріпити свої позиції на ринку, поступово знижується. Найнижчою кількістю нових підприємств, що змогли закріпитися на ринку, спостерігається на ринку санітарно-гігієнічних та паперових виробів для побутового користування.

Таблиця 2

Аналіз закріплення нових підприємств на ринку целюлозно-паперової продукції в розрізі окремих видів економічної діяльності

Вид економічної діяльності	Роки						Коефіцієнт закріплення за період 2000-2005 рр.
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Виробництво паперової маси	1	1	0	0,7	0	0,5	0,58
Виробництво шпалер	0	0	1	0	1	0	0,6
Виробництво інших виробів з паперу та картону	0,8	1	0,8	0,8	0,5	0,6	0,74
Виробництво паперових канцелярських належностей	0	0,8	0,5	0	0,7	0	0,5
Виробництво санітарно-гігієнічних виробів та паперових виробів для побутового користування	0	0,3	0,1	0	0	0	0,08
Виробництво паперу та картону	0,7	0,7	0	0,3	0,3	0	0,27

Отже, як бачимо, для ринку санітарно-гігієнічних та паперових виробів для побутового користування характерним є вхід великої кількості нових підприємств, однак лише незначна їх частина, як показує практика, має можливість закріпитися на ринку та налагодити діяльність із випуску відповідної продукції. Натомість у виробництві шпалер при найнижчій нормі проникнення в галузі коефіцієнт закріплення є найвищим. Проаналізувавши обсяг реалізованої продукції підприємств, що ввійшли в ринок у розрізі територіально-адміністративних одиниць, зазначимо, що лідируючі позиції в цьому аспекті займає Дніпропетровська область та зі значною різницею м. Київ (див. рис. 3).

Однак питома вага реалізації продукції новими підприємствами у сукупному обсязі реалізації в галузі змінює пріоритетність територіальних ринків у процесі реалізації стратегії вступу на ринок (див. рис. 4).

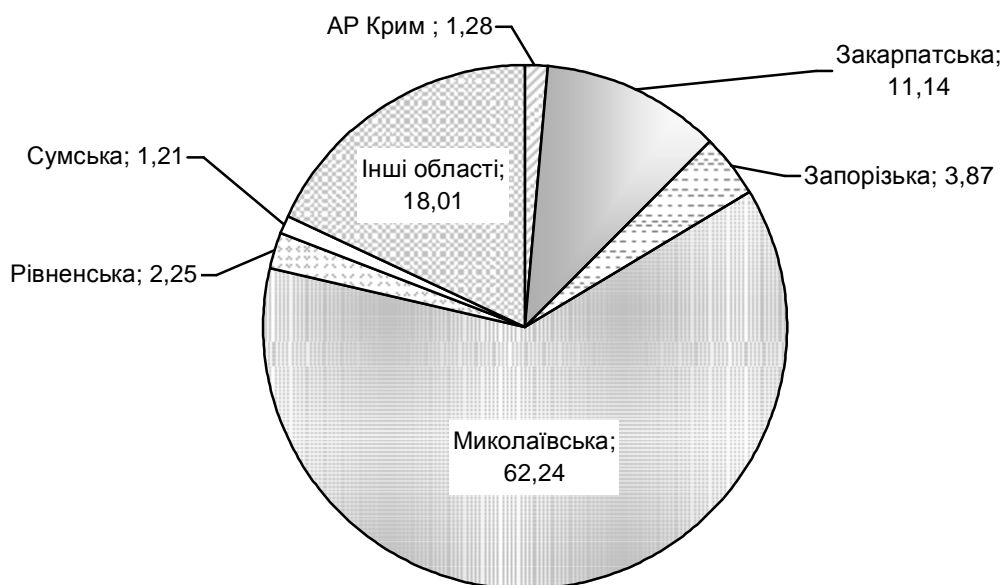


Рис. 3. Питома вага реалізації продукції новими підприємствами у сукупному обсязі реалізації продукції за територіальною ознакою

До категорії «інші області» включено ті адміністративно-територіальні одиниці, де питома вага реалізації продукції новими підприємствами у сукупному обсязі реалізації становить менше 1 %. Як видно з рисунка, більша половина реалізованої продукції у Миколаївській області припадає на новоутворені підприємства – 62,24 % від сукупного обсягу реалізації. Причому, частка цієї області у сукупному обсязі реалізації продукції в Україні становить лише 0,03 %. При цьому в тих областях, які займають передові позиції за обсягами реалізації целюлозно-паперової продукції в Україні, питома вага реалізації продукції новими підприємствами є чи не найнижчою. Зокрема, у Львівській, Київській та Луганській областях частка новоутворених підприємств на ринку становить по 0,1 % в кожній області, при тому, що позиції їх у реалізації продукції у розрізі адміністративно-територіальних одиниць є найвищими – 12; 18 та 10 % відповідно (див. рис. 4).

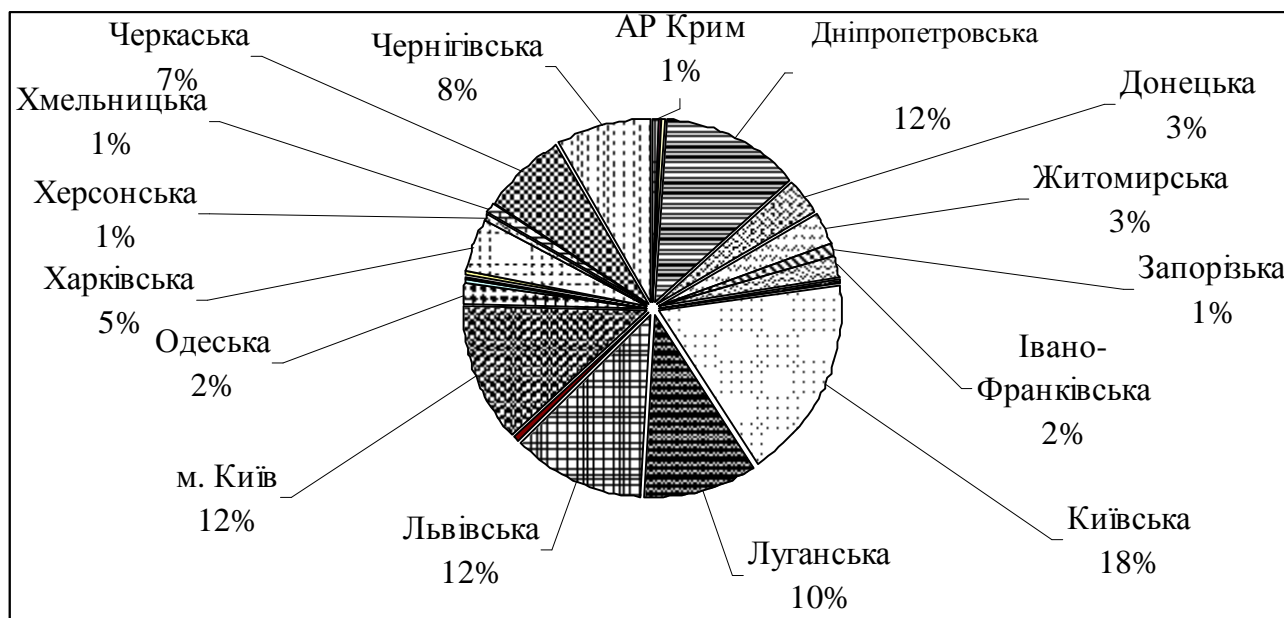


Рис. 4. Питома вага реалізації целюлозно-паперової продукції територіально-адміністративними одиницями у цілому по Україні

Як бачимо, територіальна ознака дозволяє провести розподіл ринку на окремі сегменти, які з позиції ймовірності подолання бар'єрів вступу новоутвореними підприємствами є пріоритетними.

Висновки. Результати проведеного дослідження засвідчують необхідність глибокого вивчення та інтерпретації якісних та кількісних показників вступу, що виступають визначальними параметрами будь-якого ринку. Як показують результати аналізу, норма проникнення новоутворених підприємств є найвищою на тих сегментах ринку, виробництво продукції на яких не є розвинутим, а тому частка такої продукції в загальногалузевому обсязі реалізації є найнижчою. Така ситуація є визначальною в ході аналізу целюлозно-паперового ринку як за товарною, так і за територіальною ознакою. Тож стратегія подолання бар'єрів вступу на таких ринках повинна розроблятися з урахуванням основних тенденцій, що склалися в окремих сегментах, та залежностей, що спостерігаються на ринку у цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Чиркова В.Г. Обґрунтування входження в ринок // Конкуренція. – 2004. – № 6 (15). – С. 22 – 30.
2. Вурос А., Розанова Н. Экономика отраслевых рынков. – М.: Новый век, 2004. – С. 78.
3. Черненко С. Спільні цілі – спільні проблеми: актуальні проблеми взаємозв'язку конкурентної політики та політики у сфері розвитку підприємництва в Україні // Конкуренція. – 2004. – № 6 (15). – С. 9 – 16.
4. Третьяк В. Анализ отраслевой организации рынков // Российский экономический журнал. – 2001. – № 10. – С. 26 – 42.
5. Малхотра, Нереш К. Практическое руководство. – 3-е изд. / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 960 с.