

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

PROBLEMS OF PROVIDING THE ENTERPRISE' COMPETITIVENESS IN MODERN CONDITIONS

УДК 339.137.2:658.6

<https://doi.org/10.32843/bses.50-22>

Гвініашвілі Т.З.

к.е.н., доцент кафедри економіки,

підприємництва

та управління підприємствами

Дніпровський національний університет

імені Олеся Гончара

Морока Д.М.

Дніпровський національний університет

імені Олеся Гончара

Hviniashvili Tetiana

Oles Honchar Dnipro National University

Moroka Dmytro

Oles Honchar Dnipro National University

У статті обґрунтовано теоретичні та практичні рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств в сучасних мінливих умовах ринкового середовища. Розглянуто основні проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних ринкових умовах, досліджено тенденції розвитку вітчизняних суб'єктів підприємництва, проаналізовано динаміку кількості суб'єктів господарювання в Україні протягом 2010–2018 рр., досліджено загальні тенденції їх економічного зростання. На основі аналізу особливостей функціонування вітчизняних суб'єктів підприємництва на сучасному ринку визначено основні аспекти забезпечення їх конкурентоспроможності, а саме виробничий, маркетинговий, кадровий, організаційно-культурний, фінансовий та інноваційний. Доведено, що саме інновації є рушійною силою економічного та технологічного розвитку вітчизняних суб'єктів підприємництва в сучасних мінливих умовах зовнішнього бізнес-середовища.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна боротьба, підприємство, суб'єкт підприємництва, інновації.

В статті обґрунтовано теоретичні та практичні рекомендації по підвищенню

уровня конкурентоспособности предприятий в современных изменчивых условиях рыночной среды. Рассмотрены основные проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий в современных рыночных условиях, исследованы тенденции развития отечественных субъектов предпринимательства, проанализирована динамика количества субъектов хозяйствования в Украине в 2010–2018 гг., исследованы общие тенденции их экономического роста. На основе анализа особенностей функционирования отечественных субъектов предпринимательства на современном рынке определены основные аспекты обеспечения их конкурентоспособности, а именно производственный, маркетинговый, кадровый, организационно-культурный, финансовый и инновационный. Доказано, что именно инновации являются движущей силой экономического и технологического развития отечественных субъектов предпринимательства в современных изменчивых условиях внешней бизнес среды.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная борьба, предприятие, субъект предпринимательства, инновации.

The article substantiates theoretical and practical recommendations for increasing the level of competitiveness of enterprises in today's changing market environment. The basic problems of ensuring the competitiveness of the enterprise in the current market conditions are considered, the dynamics of the number of economic entities in Ukraine during 2010–2018 are analyzed, and the general tendencies of their economic growth are investigated. On the basis of the analysis of the peculiarities of functioning of domestic business entities in the modern market, the main aspects of ensuring their competitiveness were determined, namely: production, marketing, personnel, organizational, cultural, financial and innovative. In the context of the production aspect, enterprises need to focus on the nomenclature and range of environmentally friendly and useful products. In addition, the necessary component is the flexibility of the production process, in which the enterprise has such a property as the ability to produce a sufficiently wide range of products and at the same time quickly and skillfully, economically, to make the transition from production of one type of products to another. The marketing aspect takes into account market research and forecasting, as well as the system of promotion and sales of products in the domestic and foreign markets. The financial aspect involves the efficient use of financial resources, which helps to increase the solvency of the enterprise and the profitability of the enterprise in general. In terms of personnel and organizational and cultural aspects, managers and managers of the enterprise need to improve communications and implement procedures that would unite the workforce. The organizational aspect involves the introduction of effective management practices that take into account a number of incentives that encourage and encourage the employees of the enterprise to work more diligently for their own benefit and the financial good of the enterprise as a whole. It is proved that innovation is the driving force of economic and technological development of domestic entrepreneurs in today's changing environment of the external business environment.

Key words: price, price indices, industry, polynomial dependence, logarithmic dependence, pricing methods, tax burden.

Постановка проблеми. За сучасних умов розвитку ринкової економіки, становлення нових економічних відносин між суб'єктами економічної системи (підприємства, організації та установи різних типів), впровадження інновацій задля розширення ринків збуту та заохочення споживачів своєю продукцією чи послугами постає питання забезпечення конкурентоспроможності власного підприємства. Головним є питання не тільки щодо того, як вистояти у жорсткій економічній битві за право верховенства як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, але й щодо того, як перевершити своїх

конкурентів, завоювати прихильність споживачів та, звісно ж, отримати в майбутньому як винагороду за правильне ведення підприємницької діяльності гідний прибуток, який стане стимулом для подальшої праці, вдосконалення власної роботи та заохочення своїх працівників у вигляді винагород та премій.

Якщо звернути увагу на ведення підприємницької діяльності як в Україні, так і в інших країнах (ЄС, США тощо), то можна побачити, що у XXI ст. головним її аспектом починає бути ведення правильної, а головне, доцільної внутрішньої та

зовнішньої політики підприємства щодо конкурентоспроможності, головними завданнями якої є виготовлення та реалізація продукції та послуг, що за якісними та ціновими характеристиками є більш привабливими для вітчизняних та закордонних споживачів, ніж аналогічна продукція конкурентів [5, с. 8]. В сучасних ринкових умовах терміни «конкуренція» та «конкурентоспроможність» набувають неабиякого значення, тому що підприємства, продукція чи послуги яких виходять на ринок, вступають у пряму конфронтацію з підприємствами-конкурентами за володіння більшим сегментом ринку та завоювання прихильності більшого відсотку споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемам забезпечення конкурентоспроможності підприємства присвячено чимало наукових публікацій. Зокрема, такі класики, як Д. Рікардо, А. Сміт, П. Друкер, П. Зенге, Ф. Котлер, М. Портер, Р. Солоу, Й. Шумпетер, Ф. Хайєк, досліджували фактори конкурентоспроможності, особливості ринкового попиту тощо. Питанням розроблення методичного забезпечення оцінювання конкурентної позиції підприємства присвячено роботи Б. Губського, Г. Азоєва, Т. Гринько, С. Клименко, Ю. Іванова, О. Пушкаря, Р. Фатхутдінова, Г. Черчілля, М. Долішнього, С. Коваленко, М. Шаповал та інших учених.

Незважаючи на значну увагу в наукових колах до проблем забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів підприємництва, в динамічних мінливих умовах сьогодення перед підприємствами постійно постають нові всезростаючі вимоги до їх розвитку, які потребують дослідження та розроблення відповідних напрямів щодо їх виконання.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне обґрунтування та розроблення практичних рекомендацій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств в сучасних мінливих умовах ринкового середовища; дослідження тенденцій розвитку вітчизняних суб'єктів підприємництва; визначення проблем забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів підприємництва в сучасних мінливих умовах ринкового середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Звісно, конкуренція є неприкритою формою поширення економічної влади на певних сегментах ринку. Винятком є монополія, за якої виробник певного виду продукції просто не має конкурентів, які б могли витіснити його продукцію з ринку, зайнявши її своєю [3, с. 87]. Якщо розібрати це питання більш глибоко, то можна побачити, що завдяки спробам підприємств та компаній зробити свою продукцію та послуги більш якісними та привабливими для споживачів, максимально задовольнити їх першочергові потреби шляхом створення гідних умов для споживання та використання виготовленої продукції та послуг фор-

мується справжній вигляд конкуренції за сучасної ринкової економіки. Однак сьогодні можна спостерігати таку картину, що інтереси окремих виробників або продавців товарів чи послуг можуть збігатися щодо певного сегменту на ринку, у цьому разі кожен з них намагається донести з різних позицій свою думку про якість та необхідність власного товару, що саме він є кращим за низкою факторів, ніж товар конкурента [1, с. 177]. На жаль, деякі підприємства-конкуренти вживають таких заходів, що супроводжуються ослабленням або навіть провалом та спробами довести до банкрутства конкурентні підприємства чи фірми.

На рис. 1 можна побачити нестабільну криву кількості суб'єктів за видами економічної діяльності. Графік показує, що за 2018 р. кількість суб'єктів господарювання починає збільшуватись, тобто для вітчизняних товаровиробників постає питання щодо вибору та правильної реалізації політики стосовно стратегії конкурентоспроможності власного підприємства, на відміну від минулих двох років. З макроекономічної точки зору наявна позитивна тенденція в розвитку вітчизняної економіки. Це можна пояснити збільшенням кількості суб'єктів підприємницької діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках. З іншого боку, для самих товаровиробників збільшення кількості учасників на ринку не є позитивною зміною, оскільки це ускладнює їхнє перебування у вибраному секторі торгівлі. Мається на увазі, що для них постає питання конкуренції та заохочення вітчизняних і закордонних споживачів до своєї продукції. Саме тому необхідно звернути увагу на головні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства, під час реалізації яких виникає найбільша кількість проблем у товаровиробників. Натомість саме вони сприяють зміцненню конкурентних позицій суб'єктів підприємництва.

По-перше, слід звернути увагу на такий аспект, як виробничий. Очевидно, що підприємству, яке має на меті обійти своїх конкурентів та зайняти лідируючі позиції на ринку, необхідно зосередитися на номенклатурі та асортименті товарів. Це має бути продукція, яка є необхідною для споживачів. Тільки за такої умови її реально будуть купувати, тому що в цьому разі постає питання доцільності виробництва. Однак не слід забувати про якість виробленої продукції за сучасних обставин, коли більшість населення зосереджена на вживанні та використанні екологічно чистої та корисної продукції, отже, це є чи не найбільш важливим фактором для споживачів, а для товаровиробників це є чи не найкращим способом обійти конкурентів шляхом використання для виготовлення продукції елементарно екологічно чистих складових [6, с. 103].

Крім того, необхідною складовою частиною є гнучкість виробничого процесу, за якого підприємство має таку властивість, як здатність виробляти



Рис. 1. Динаміка кількості суб'єктів господарювання в Україні за видами економічної діяльності за 2010–2018 рр., тис. од.

Джерело: сформовано на основі [7]

досить широку номенклатуру виробів і при цьому швидко та вміло в економічному аспекті здійснювати перехід від виробництва одного виду продукції до виробництва іншого [2, с. 63]. Це є доказом універсальності та адаптивності виробництва, а для самого товаровиробника є досить непоганою перевагою перед конкурентами.

По-друге, має місце маркетинговий аспект, який є невід'ємною частиною конкуруючого підприємства за сучасних умов. На що підприємство має звернути увагу в цьому аспекті, так це на дослідження та прогнозування ринку, а також систему просування та збуту своєї продукції. XXI ст. можна охарактеризувати одним словом: «адаптація». Мається на увазі, що населення адаптується до політичних та економічних змін як в Україні, так і у світі [4, с. 60]. Підприємство пристосовується до змін вимог споживачів, інноваційних змін, конкурентних умов ринку. У цьому разі товаровиробник повинен використовувати певні інструменти стратегічного аналізу та маркетингові інструменти, що в майбутньому дасть змогу його продукції досягти позицій лідера на ринку серед представників вибраного сегменту. Одним з таких інструментів є матриця БКГ, яка дає змогу підприємству визначити відповідні стратегії для досягнення лідерства серед конкурентів та прибуткових тенденцій через обґрунтовану в маркетинговому плані реалізацію товарів та послуг [10]. Безсумнівно, реальною перевагою цієї матриці є те, що вона містить темпи зростання ринку та відносну ринкову частку.

По-третє, слід відзначити такий аспект, як фінансовий. На жаль, у часи, коли національна валюта є досить нестійкою та підвладна навіть найменшим макроекономічним змінам, власникам підприємств слід бути максимально уважними та слідкувати за всіма економічними змінами. Не слід забувати про те, що неефективне використання фінансових ресурсів може призвести до спаду пла-

тоспроможності підприємства, що в майбутньому може призвести до перебоїв у постачанні товарів, виробництві та реалізації продукції, а також до зменшення рентабельності підприємства. Саме тому товаровиробникам необхідно проводити аналіз фінансового стану підприємства, ступеня ліквідності, дохідності та платоспроможності тощо.

В сучасних умовах все більше товаровиробників переймаються залученням зовнішніх фінансових ресурсів. Це пояснюється покращенням економічних та політичних умов ведення бізнесу. Нині Україна починає імпонувати закордонним інвесторам як платформа економічного та промислового розвитку. Водночас самі товаровиробники, які мають стабільний фінансовий стан та досить високий рівень рентабельності, не виступають проти інвестування наявних коштів [8, с. 140]. Такі дії неодмінно в майбутньому принесуть значну частку доходу, який у подальшому інвестують у розвиток самого підприємства, його розширення та наростання низки переваг, що стане в нагоді за запеклої боротьби за кожного споживача як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Досить цікавим є інноваційний аспект, за якого на підприємстві здійснюється науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР). Сучасна підприємницька діяльність базується на інноваціях, оскільки інновації постали обов'язковою функцією та рушійною силою економічного та технологічного розвитку. Сучасні інновації стосуються всіх сфер діяльності підприємства й охоплюють постачання (процеси забезпечення сировиною, матеріалами, комплектуючими тощо), виробництво (техніка, технологія тощо), реалізацію (процеси збуту, формування торгових мереж тощо), маркетинг (реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, просування) [9, с. 189].

Задля підвищення рівня конкурентоспроможності товаровиробникам слід постійно проводити

аналіз ступеня оновлення продукції та технології, оскільки чим новіше технології, які використовуються на підприємстві, тим швидше, а здебільшого – якісніше, виготовляється продукція. Зменшується час простою, працівники повністю задіяні на виробництві, весь виробничий час використовується саме на виробництво продукції. У цьому разі товаровиробник інвестує кошти в нове обладнання, при цьому економить на часі, що, безсумнівно, є перевагою. Організаційний аспект включає організаційну структуру управління, що насамперед впливає на таку властивість підприємства, як конкурентоспроможність. Ефективні методи управління сприяють підвищенню ефективності діяльності самого підприємства та забезпечують більш реальні шанси обігнати конкурентів у цьому напрямі. Серед управлінських методів необхідно звернути увагу на економічний, адже він є найбільш важливим та одночасно простим в імplementації. Він враховує низку стимулів, які закликають та спонукають працівників підприємства працювати більш старанно заради власної вигоди та фінансового блага підприємства у загальному його значенні [9, с. 175].

Виходячи з цього, не можемо не згадати кадровий та організаційно-культурний аспекти. Керівники та менеджери підприємства повинні слідкувати за кількісним та якісним складом персоналу. На прикладі європейських країн під час формування нових трудових зв'язків «team-leader» та «team-member» обов'язково має постати питання щодо характеру організаційних цінностей. Керівникам та менеджерам підприємства необхідно вдосконалювати комунікації та впроваджувати процедури, які б об'єднували трудовий колектив. Тільки тоді, коли працівник розуміє, що саме від його роботи залежить майбутній фінансовий результат підприємства, він буде максимально працювати не тільки заради своєї вигоди, але й задля блага всього підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, за результатами теоретичного та практичного аналізу можна стверджувати, що зі зростанням кількості суб'єктів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках підприємства все частіше звертають увагу на підвищення рівня конкурентоспроможності. Для товаровиробників ситуація, коли на ринок виходить все більше й більше конкурентів, не є типовою, оскільки за останні роки їх кількість стабільно зменшувалась, тому сьогодні їм просто необхідно підвищити рівень зацікавленості споживачів своєю продукцією. В процесі дослідження розглянуто виробничий, маркетинговий, кадровий, організаційно-культурний та фінансовий аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Крім того, обґрунтовано необхідність впровадження інновацій задля забезпечення економічного та технологічного розвитку підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Блонська В., Шморгун І. Вдосконалення конкурентоспроможності та підвищення ефективності діяльності підприємства внаслідок ефективного управління. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.6. С. 174–180.
2. Буцак Ю., Гвініашвілі Т. Науково-методичний підхід до оцінювання ефективності системи стратегічного планування на підприємствах металургійної галузі. *Управління розвитком*. 2017. № 3-4. С. 62–67.
3. Варналій З. Конкуренція та підприємництво : монографія. Київ : Знання України, 2015. 463 с.
4. Гвініашвілі Т., Гринько Т. Механізм функціонування суб'єктів підприємництва в контексті економічної безпеки країни. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. Вип. 3(15). С. 58–64.
5. Гудзь О. Стратегічні напрями формування конкурентних переваг підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 3(25). С. 4–11.
6. Донець Л., Донець А. Базові принципи сучасної парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2012. № 1(5). Т. 2. С. 101–106.
7. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності / Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ2014/fin/osp/ksg_u_18.htm (дата звернення: 05.01.2020).
8. Пеняк Ю. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 23. С. 138–143.
9. Hviniashevili, T., Grynko, T. Innovative strategies of business entities staff management. *Управління розвитком суб'єктів підприємництва в умовах викликів XXI століття* : колективна монографія / за заг. ред. Т. Гринько. Дніпро : Біла К.О., 2019. С. 174–203.
10. Reeves M., Moose S., Venema T. BCG Classics Revisited: The Growth Share Matrix. 2014. URL: https://www.bcgperspectives.com/content/articles/corporate_strategy_portfolio_management_strategic_planning_growth_share_matrix_bcg_classics_revisited (дата звернення: 12.01.2020).

REFERENCES:

1. Blonska V., Shmorhun I. (2010) Vdoskonalennia konkurentospromozhnosti ta pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva vnaslidok efektyvnoho upravlinnia [Improvement of competitiveness and increase of efficiency of activity of the enterprise due to effective management]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. Iss. 20.6. pp.174–180
2. Butsak Yu., Hviniashevili T. (2017) Naukovometodychnyi pidkhid do otsiniuvannia efektyvnosti systemy stratehichnoho planuvannia na pidpriemstvakh metalurhiinoi haluzi [Scientific and methodological approach to the evaluation of the effectiveness of the strategic planning system in metallurgical enterprises]. *Upravlinnia rozvytkom*. № 3-4, pp. 62–67.
3. Varnalii Z. Konkurentsia ta pidpriemnytstvo [Competition and entrepreneurship]. K. : Znannia Ukrainy. (in Ukrainian)
4. Hviniashevili T., Grynko T. (2018) Mekhanizm funktsionuvannia subiektiv pidpriemnytstva v konteksti ekonomichnoi bezpeky krainy [The mechanism of functioning of business entities in the context of economic security of the country]. *Ekonomichniy visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*. Iss. 3(15). pp. 58–64.

5. Hudz O. (2018) Stratehichni napriamy formuvannia konkurentnykh perevah pidpriemstv [Strategic directions of formation of competitive advantages of enterprises]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*. № 3(25). pp. 4–11

6. Donets L., Donets A. (2012) Bazovi pryntsypy suchasnoi paradyhmy upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva [Basic principles of modern paradigm of enterprise competitiveness management]. *Biuleten Mizhnarodnoho Nobelivskoho ekonomichnoho forumu*. № 1(5). Vol. 2. pp. 101–106.

7. Number of economic entities by type of economic activity [Kilkist subiektiv hospodariuvannia za vydamy ekonomichnoi diialnosti]. State Statistics Service of Ukraine. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2014/fin/osp/ksg_u_18.htm (accessed 05 January 2020).

8. Peniak Yu. (2018). Metody otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Methods of assessing the competitiveness of the enterprise]. *Infrastruktura rynku*. vol. 23, pp. 138–143.

9. Hviniashvili T., Grynko T. (2019) Innovative strategies of business entities staff management. *Upravlinnia rozvytkom subiektiv pidpriemnytstva v umovakh vyklykiv XXI stolittia* : collective monograph / for the total. ed. Grynko T. Dnipro : Bila K.O., pp. 174–203.

10. Reeves M., Moose S., Venema T. (2014). BCG Classics Revisited: The Growth Share Matrix. URL: https://www.bcgperspectives.com/content/articles/corporate_strategy_portfolio_management_strategic_planning_growth_share_matrix_bcg_classics_revisited (accessed 12 January 2020).