

*Крахмальова Н.А., к.е.н., доц., Марченко О.В., магістр*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

### УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

**Анотація.** Розглянуто актуальні питання управління конкурентоспроможністю підприємств. Досліджено методи та засоби державного регулювання діяльності підприємств, використання яких спроможне підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність підприємств, інституційно-організаційні зміни, українська економіка, державне регулювання.

*Крахмалёва Н.А., к.э.н., доц., Марченко А.В., магистр*

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

### УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Аннотация.** Рассмотрены актуальные вопросы управления конкурентоспособностью предприятий. Исследованы методы и средства государственного регулирования деятельности предприятий, использование которых способно повысить конкурентоспособность отечественных предприятий.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятий, институционально-организационные изменения, украинская экономика, государственное регулирование.

*Krakhmalova N., Marchenko O.*

*Kyiv National University of Technologies and Design*

### MANAGING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

**Abstract.** The urgent issues of managing the competitiveness of enterprises are considered. The methods and means of state regulation of activity of enterprises, the use of which can increase the competitiveness of domestic enterprises, is investigated.

**Keywords:** competitiveness of enterprises, institutional and organizational changes, Ukrainian economy, state regulation.

**Постановка проблеми.** Питання дослідження конкурентоспроможності підприємств є важливими й актуальними як для економіки країни в цілому, так і для виробників та кінцевих споживачів продукції. У ринкових умовах висока конкурентоздатність підприємств є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Висока конкурентоспроможність – основна умова розвитку і життєдіяльності підприємства. У економічних сферах діяльності, конкуренція є найважливішим ринковим чинником забезпечення ефективного функціонування підприємств, досягнення певних цілей у ринковому суперництві з іншими суб'єктами господарювання. Отже, ефективно управління конкурентоспроможністю підприємств потребує подальших теоретичних та практичних досліджень.

**Аналіз останніх публікацій.** Дослідженню конкуренції, її суті присвячено багато наукових праць. Цю проблему вивчали Д. Рікардо, Д.С. Міль, Е. Чемберлен, Дж. Кейс, Й. Шумпетер, П. Хайне, Ф.Х. Хайєк, К.Р. Макконел, С.Л. Брю, М. Портер та інші видатні вчені. Проте, потребують більш детального вивчення конкретні методи та засоби державного регулювання діяльності підприємств, використання яких спроможне підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств з урахуванням існуючої специфіки розвитку підприємництва в Україні.

**Метою статі** є обґрунтування основних теоретичних та методичних питань управління конкурентоспроможністю підприємства шляхом вдосконалення інституційних основ.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Конкуренція спонукає до пошуку нових форм доведення продукції до споживача, до пошуку вигідних умов придбання продукції у виробників. Конкуренція зумовлює прагнення до лідерства на ринку діяльності підприємства. На ринках постійно відбуваються процеси створення певних організаційних форм діяльності, укладення угод, цінових змов, інших проявів, що у світовому ринковому законодавстві мають назву «недобросовісна» та «нечесна» конкуренція. В Україні державна політика спрямована на створення ефективного механізму конкуренції. Формування конкурентного середовища, необхідність інституційно-організаційних перетворень на ринку товарів та послуг актуальні як для виробників так і споживачів [8].

У ст. 42 Конституції України зазначено, що «держава забезпечує захист конкуренції в підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монополією на ринку, неправомірне обмеження конкуренції» [1]. Сучасний ринок є ареною поєднання конкурентних і монополістичних тенденцій як об'єктивного процесу. Щоб отримати конкурентні переваги, виробники, підприємці, комерсанти, бізнесмени створюють більші, економічно потужніші організаційні форми діяльності. Водночас це завдає шкоди невеликим організаційним формам підприємництва й не завжди відповідає інтересам масових споживачів, що спонукає державу до постійного вдосконалення інституційних основ, які регулюють співвідношення конкуренції та монополії в ринковій сфері.

Природно, що конкуренція залежить від специфічних особливостей ринку продавців – кількості покупців і можливості вільного входу на ринок та виходу з нього. На ринках споживчих товарів, де є великі групи покупців і продавців, конкуренція проявляється в певних секторах або сегментах ринку. На регіональних ринках міст рівень конкуренції значно вищий порівняно із сільською місцевістю. Тому, з огляду на дотримання правил конкурентно-ринкової боротьби, регулювання діяльності підприємств залежить від ступеня насичення ринку товарами й послугами.

У сфері ринків оптової торгівлі конкурентні відносини формуються на двох рівнях:

а) конкуренція за доступ до виробників певних видів продукції, щоб мати вигідніші умови щодо рівня цін (цінових знижок), обсягів закупівлі партій товару, транспортування та зберігання тощо;

б) конкуренція за можливість обслуговування якомога більшої кількості роздрібників-бізнесменів за найсприятливіших умов для бізнесменів-оптовиків.

Інституційне регулювання конкурентних відносин і запобігання проявам монополізму забезпечується шляхом прийняття відповідних законів, постанов Уряду, відомств, місцевих органів влади. Крім того, до «інститутів» у широкому значенні цього слова належать загальноприйняті, визнані суб'єктами ринку норми та правила у сфері конкурентно-ринкових відносин. В економічній літературі наводиться багато визначень поняття «інститути». Одні науковці дають різні варіанти визначення: «Це правила гри в суспільстві», або «будь-які види обмежень, придумані для спрямування людської взаємодії» [9]. Інші подають таке визначення: «Інститут – це сукупність, яка складається з правила або декількох правил і зовнішнього механізму примусу індивідів до виконання цього правила» [7]. І.М. Грищенко вважає, що Інститут – це сукупність норм права в якій-небудь сфері суспільних відносин, певна форма суспільного устрою [8].

В Україні засади конкурентно-ринкової діяльності регулюються низкою законів, зокрема «Про захист економічної конкуренції», «Про захист прав споживачів», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» та ін. Захист конкуренції передбачає насамперед заходи найбільшого сприяння підприємству, тобто створення умов для

його всебічного розвитку, збільшення кількості суб'єктів підприємницької діяльності – малих, середніх, великих організаційно-господарських структур. Адже економіка країни, діяльність підприємств на ринках буде ефективнішою за наявності потужного «конкурентного поля» саме за рахунок збільшення кількості суб'єктів підприємств.

З появою на ринку певного «надлишку» суб'єктів господарювання, тобто такої кількості, що перевищує об'єктивно необхідну їх кількість, ринок витісняє їх. Це природний наслідок конкурентної боротьби на ринку. Зниження комерційних результатів діяльності, навіть робота зі збитком, є нормальним ринковим явищем, але тільки в короткостроковому періоді.

Ст. 1 Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» визначає банкрутство як «визнану господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність за допомогою процедур санації та мирової угоди і погасити встановлені у порядку, визначеному цим Законом, грошові вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури» [5]. Тобто, офіційно підприємство стає банкрутом на підставі рішення суду про його нездатність розрахуватися з кредиторами.

Загроза банкрутства є дійовим інструментом для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень підприємствами зі зваженими економічними ризиками, що, безумовно, сприятиме вдосконаленню форм і методів діяльності цього сектору економіки в умовах конкуренції.

Деякі підприємства, намагаючись отримати конкурентні переваги, вдаються до виробництва й торгівлі товарами-підробками продукції інших вітчизняних або іноземних виробників, які мають свої товарні знаки, марки, логотипи, ліцензії на випуск тощо. Операції з такими товарами, природно, здійснюють і бізнесмени – оптові або роздрібні торговці. Міжнародна практика кваліфікує такі дії, як прояв недобросовісної конкуренції, коли, крім шкоди іміджу законному виробникові, завдаються великі фінансові збитки. Потерпає й покупець, якщо за відповідну ціну він не отримує продукт (товар) із належними споживчими якостями.

Практика засвідчує широкі масштаби підробок одягу, взуття, побутової хімії, ліків, великих груп продовольчих товарів, лікєро-горілчаних виробів тощо. З метою недопущення проявів недобросовісної конкуренції в Україні прийнято закони «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про захист прав споживачів», низку інших законодавчо-нормативних актів. Ними передбачено також правову охорону товарних знаків і марок відповідно до положень визнаної Україною Паризької конвенції про охорону промислової власності, можливість захисту нашою державою прав на знак і марку, ліцензування, дотримання прав франчайзингу тощо. Перелічене сприятиме забезпеченню прав власників у конкурентному середовищі.

Щодо захисту прав споживачів, з якими мають бути обізнані підприємці й керуватись ними при здійсненні діяльності, законодавство України передбачає створення такого інституту, як спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальні органи (п. 2 ст. 4 Закону України «Про захист прав споживачів»).

Створення умов для розвитку конкуренції в економічній сфері пов'язане з проявами монополізму як у виробничих галузях, так і в сферах діяльності. Як правило, монополізм у виробництві є основою монополістичної практики у бізнесі.

Негативний вплив монополістичних тенденцій для ринкового конкурентного середовища, які породжуються конкурентною боротьбою, полягає в пригніченні ринкових стимулів і сигналів для виробників, звуженні можливостей та умов задоволення потреб споживачів. Тому боротьба з монополізмом у всіх його проявах є одним із найважливіших завдань економічної політики держави, про що свідчить

практика подолання цього явища в розвинених країнах світу. В Україні інституційні засади захисту економічної конкуренції та протидії монополізму визначено Законом України «Про захист економічної конкуренції» (п. 1 ст. 4): «державна політика у сфері розвитку економічної конкуренції та обмеження монополізму в господарській діяльності, здійснення заходів щодо демонополізації економіки, фінансової, матеріально-технічної, інформаційної, консультативної та іншої підтримки суб'єктів господарювання, які сприяють розвитку конкуренції, здійснюється органами державної влади, органами місцевого самоврядування та органами адміністративного управління та контролю».

В Україні створено Державний орган із спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності. Це Антимонопольний комітет з територіальними відділеннями. Завданням цих інституційних структур є державний контроль за дотриманням антимонопольного законодавства, захист законних інтересів підприємців і споживачів шляхом застосування попереджень, приписів, штрафних санкцій тощо.

Форми прояву монополізму в підприємницькій діяльності, зокрема, є досить різноманітними:

- ✓ ціновий монополізм у сфері торгівлі певним товаром (групою товарів), пов'язаний із винятковим правом поставок продукції від монополіста-виробника;
- ✓ монополізм у сфері обслуговування клієнтів на певній території;
- ✓ монополізм у діяльності щодо поставок сировини певним групам виробників;
- ✓ монополізм на проведення торговельної діяльності в здійсненні зовнішньоторговельних зв'язків тощо.

Практичні методики визначення монополістичних дій розроблені відповідними антимонопольними державними структурами. Антимонопольні заходи інколи застосовувати досить складно, оскільки монополістична практика має прихований характер. До того ж суб'єкти господарювання враховують у своїх діях те, що монополістичні прояви суперечать чинному законодавству, а звинувачення в такій діяльності призводять до конкретних санкцій, які вони намагаються оскаржити в судовому порядку.

Особливими є прояви монополізму діяльності підприємств у сферах так званих «природних монополій». Природна монополія виникає в тих галузях, де внаслідок специфічних ознак і технологічного характеру діяльності практично неможлива поява конкурентів (наприклад, у трубопроводному, частково залізничному транспорті, метрополітені тощо). Риси природного монополізму притаманні й житлово-комунальному господарству, де відповідні структури надають населенню послуги щодо постачання електроенергії, води, опалення житла. Ця діяльність здійснюється на комерційних засадах за угодами із споживачами – мешканцями квартир. Тому тарифи на такі послуги, які надаються по суті у сфері природної монополії, підлягають суворому контролю, є особливою сферою регулювання державних і місцевих органів влади.

**Висновки.** Інституційно-організаційні зміни в українській економіці, їх розвиток і вдосконалення створили певне конкурентне середовище на ринку товарів і послуг. Розвиток інститутів ринкової економіки, що регулюють співвідношення конкуренції та монополізму в ринковій сфері, стимулював діяльність підприємств, створив умови для їхнього всебічного розвитку, збільшення чисельності суб'єктів господарювання.

**Список використаної літератури**

1. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
2. Господарський кодекс України. – Суми: ТОВ «ВВП НОТІС», 2015. – 208 с.
3. Цивільний кодекс України: офіц. вид. (Міністерство юстиції України). – К.: Юрінком Інтер, 2003. – 464 с.
4. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
5. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2343-12>.
6. Закон України «Про ціни і ціноутворення» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2013. – № 19–20. – Ст. 190.
7. Аузан А. А. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория: учеб. / под общей ред. А. А. Аузана. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 416 с.
8. Грищенко І. М. Підприємницький бізнес: підруч. для студ. вищих навч. закл. / І. М. Грищенко. – К.: Грамота, 2016. – 520 с.
9. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт; пер. з англ. – К.: Основи, 2000. – 198 с.
10. Портер М. Э. Конкуренция / Э. Майкл Портер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.