

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-75>

УДК 339.1

СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

THE ESSENCE AND CHARACTERISTICS OF THE COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES

Чекотун Костянтин Юрійович

аспірант,

Державний торговельно-економічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-1053-3501>**Блакита Ганна Владиславівна**

доктор економічних наук, професор,

Державний торговельно-економічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4848-9912>**Chekotun Kostiantyn, Blakitya Hanna**

State University of Trade and Economics

Стаття присвячена актуальним питанням систематизації та характеристики підходів до визначення сутності конкурентоспроможності підприємств. Було здійснено аналіз існуючих підходів до визначення сутності «конкурентоспроможності підприємства», що може стати основою для розробки стратегії ефективного управління її рівнем для підприємств торгівлі. Досліджено основні напрями державної підтримки урядом України вітчизняних підприємств в умовах війни. Визначено значний вплив воєнної агресії російської федерації на розвиток вітчизняного бізнесу. Визначено, що наслідком повномасштабного вторгнення РФ стало припинення діяльності близько 50% українських компаній (з урахуванням компаній, які були розташовані на тимчасово окупованих територіях). Охарактеризовано перелік основних дій українського уряду з підтримки бізнесу в період війни.

Ключові слова: підприємство, конкурентна боротьба, конкурентоспроможність, ринок, бізнес-середовище, прибуток.

The article is devoted to topical issues of systematization and characteristics of approaches to determining the essence of the competitiveness of enterprises. In order for the economy of any country to develop successfully and be sustainable, it is necessary to have a fairly high level of competitiveness of domestic enterprises. In modern business conditions, the escalation of military conflicts and competition, the economy of Ukraine is undergoing significant changes and transformation, and the business environment is characterized by variability. Nowadays, companies are fighting not only for resources, but also for expanding their market niche and attracting new customers. At the same time, the desire of business entities to maximize profits, which depends on the level of its competitiveness, remains unchanged. The problem of effective management of the competitiveness of business entities and the issue of choosing a strategy for increasing the competitiveness of trade enterprises are gaining relevance. In modern economic conditions, the aggravation of military conflicts, crisis phenomena and the strengthening of competition contribute to the dynamism, changeability and transformation of the economy of Ukraine. The needs of modern society are growing rapidly, therefore stable economic development of the country is extremely important, which can be achieved thanks to the increase in the competitiveness of domestic trade enterprises. The purpose of the study is to study theoretical approaches to determining the essence of the competitiveness of trade enterprises, and their characteristics. An analysis of existing approaches to determining the essence of "enterprise competitiveness" was carried out, which can become the basis for developing a strategy for effective management of its level for trade enterprises. The main areas of state support by the government of Ukraine to domestic enterprises in wartime conditions have been studied. The significant influence of the military aggression of the Russian Federation on the development of domestic business is determined. It was determined that the consequence of the full-scale invasion of the Russian Federation was the cessation of activity of about 50% of Ukrainian companies (taking into account the companies that were located in the temporarily occupied territories). The list of the main actions of the Ukrainian government to support business during the war is characterized.

Keywords: enterprise, competition, competitiveness, market, business environment, profit.



Постановка проблеми. Для того, щоб економіка будь-якої країни успішно розвивалась та була стійкою, потрібно мати доволі високий рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. У сучасних умовах господарювання, загострення військових конфліктів та конкурентної боротьби економіка України зазнає суттєвих змін та трансформації, при цьому для бізнес-середовища характерними є мінливість. Нині підприємства ведуть боротьбу не лише за ресурси, а за розширення ринкової ніші та захоплення нових клієнтів. Одночасно з цим, незмінним залишається прагнення суб'єктів господарювання максимізації прибутків, що залежить від рівня його конкурентоспроможності. Актуальності набуває проблема ефективного управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання та питання вибору стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою з даного питання та дослідженням її на різних рівнях займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Балабанова Л., Борисюк І., Василенко В., Драган О., Кривенко А., Кобиляцький Л., Мазаракі А., Портер М., Пшеслінський Д., Смолін І. та багато інших. Незважаючи на ґрунтовність поглядів, висвітлених в наукових працях, єдиного підходу до визначення сутності немає, що має бути основою до побудови ефективної системи управління конкурентоспроможністю підприємств торгівлі. Тому дана тема вимагає додаткового вивчення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є вивчення теоретичних підходів до визначення сутності конкурентоспроможності підприємств торгівлі, та їх характеристика.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах господарювання, загострення військових конфліктів, кризових явищ та посилення конкурентної боротьби сприяє динамічності, мінливості та трансфор-

мації економіки України. Потреби сучасного суспільства стрімко зростають, тому вкрай важливим є стабільний економічний розвиток країни, що може бути досягнуто завдяки підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств торгівлі.

Торгівля – це структуроутворююча галузь економіки України. За даними Державної служби статистики України [1] близько 50% загальної кількості підприємств – це суб'єкти торговельної діяльності.

Торгівля є важливою складовою економіки будь-якої країни, включаючи Україну. Розвиток торгівлі має велике значення для сталого економічного зростання, збільшення експортного потенціалу та поліпшення життя населення. В Україні він обумовлений впливом низки факторів (рис. 3) та має свої особливості, наведені на рис. 1 [2, с. 36].

З початком повномасштабного вторгнення сектор торгівлі зіштовхнувся з рядом проблем [3]:

1. Проблеми з логістикою. Станом на травень 2022 року пошкоджено 23573 км доріг, 289 автомобільних мостів, 6,3 тис. км залізничних колій та 41 залізничний міст [4].

2. Труднощі постачання товарів.

3. Скорочення попиту. На початку війни почався ажіотажний попит на продукти харчування та товари першої необхідності. В торговельній мережі «Епіцентр» зазначають, що продаж харчових продуктів в березні та квітні 2022 року був в 2,5 разів більшим, ніж у той самий період попереднього року, найбільший попит був на товари з великим терміном придатності: консерви, олія, макаронні вироби, борошно тощо. Але при цьому знизився попит на інші товари, наприклад, за даними «Епіцентру», в перші місяці війни попит на меблі скоротився на 57%, на різні види підлоги – на 66%, на будівельні матеріали – на 47% [5].

4. Нестача кадрів.

5. Обмежені фінансові ресурси.

6. Збитки, завдані військовими діями.



Рис. 1. Фактори впливу на розвиток торгівлі в Україні

Зруйновані будівлі, складські приміщення, магазини; втрата основних засобів; збитки товарним залишкам в торговельних точках та складських приміщеннях тощо. Згідно спільного дослідження Асоціації ритейлерів України та Ukrainian council of shopping centers, найбільше збитків за перші два місяці війни зазнали такі галузі торгівлі: 30,249 млрд грн (60%) – продукти харчування, основні збитки в даній галузі спричинені пошкодженнями приміщень; 5,833 млрд грн (11%) – одяг, взуття, основні втрати припадають на товари на складі; 3,592 млрд грн (7%) – електроніка та побутова техніка та 1,182 млрд грн (2%) – ювелірні вироби [6].

Війна в Україні спричинила масштабні руйнування та призвела до смерті тисячі мирних жителів. Одночасно із цим, вітчизняний бізнес, який вже був послаблений коронавірусною кризою попередніх років, після повномасштабного вторгнення перебував в шоковому стані (рис. 2).

Українським урядом було прийнято ряд реформ і здійснено успішні кроки для підтримки вітчизняного торговельного бізнесу та розвитку економіки в цілому, адже це основна стаття доходів державного бюджету, саме суб'єкти торговельної діяльності – це основні платники податків. Особливої уваги вимагають ті дії, які були зроблені українським урядом на підтримку бізнесу з початку повномасштабної війни в нашій країні (рис. 3).

Однак, підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств залишилось поза увагою. Насьогодні не існує єдиного

підходу до визначення сутності конкурентоспроможності підприємств торгівлі, що вимагає систематизації та групування найбільш поширених.

Конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства виробляти якісніше й продавати свою продукцію швидше ніж аналогічну продукцію конкурентів. Поточна конкурентоспроможність підприємства характеризує ситуацію на ринку з позиції поточної прибутковості бізнесу, тому дозволяє власникам, потенційним інвесторам та стороннім експертам оцінити ефективність минулих капіталовкладень та порівняти якість управління досліджуваними підприємствами. Вивчення різних підходів до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» наведено в таблиці 1.

Більшість науковців погоджуються з тлумаченням конкурентоспроможності як спроможності приносити підприємству прибуток на вкладений капітал в поточному періоді (до одного року) в межах заданої рентабельності.

Висновки. Здійснивши дослідження особливостей ведення господарської діяльності вітчизняних підприємств в умовах війни варто відмітити, що в Україні за час війни закрилось тисячі компаній, а ще більша частина перекваліфікувалась та перемістила свої потужності із зони бойових дій. При цьому з боку уряду докладено максимум зусиль на підтримку вітчизняного бізнесу.

Визначено, що основною причиною нестабільності бізнес середовища поруч з військово-

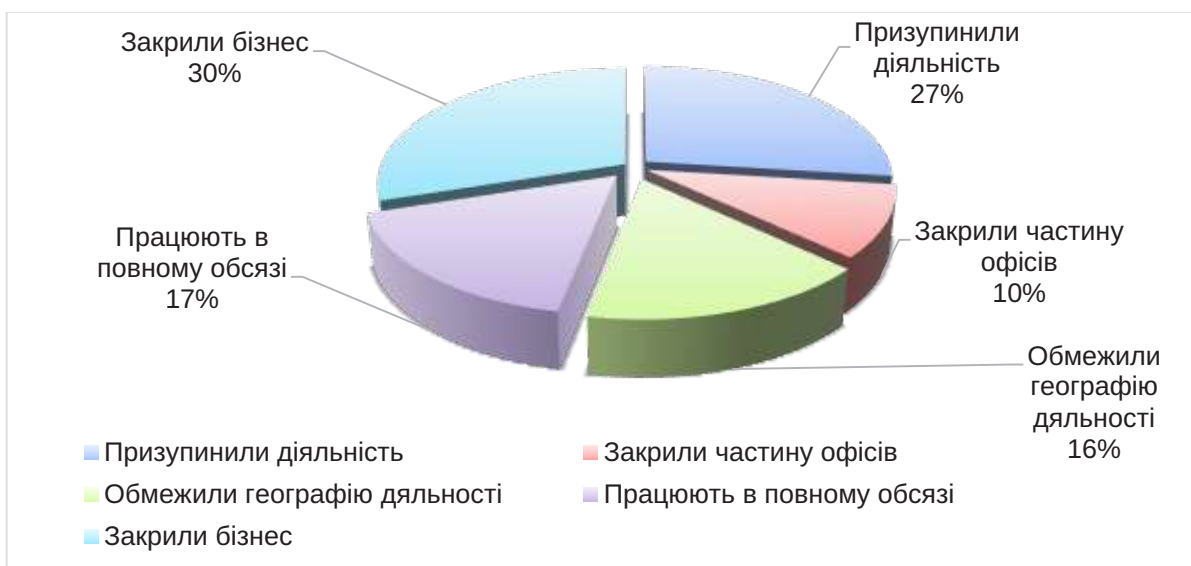


Рис. 2. Аналіз стану діяльності українських підприємств у період війни

Джерело: розроблено авторами на основі даних [7]

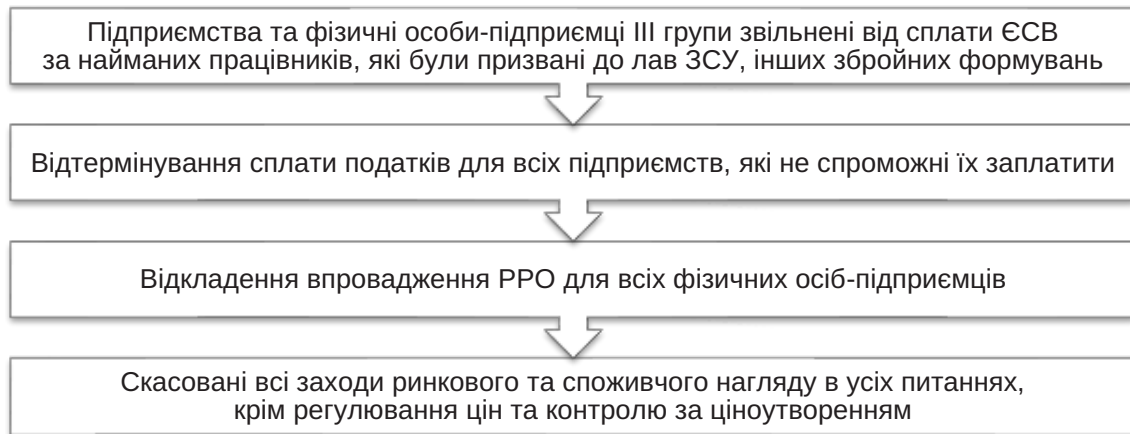


Рис. 3. Характеристика основних дій українського уряду з підтримки бізнесу в період війни

Джерело: розроблено авторами на основі даних [8]

Таблиця 1

Трактування економічної сутності «конкурентоспроможності підприємства» за різними науковими підходами

Автор	Визначення
Балабанова Л. В. [9, с. 29]	Конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетентності порівняно з іншими конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички та професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління, виробництва продукції тощо.
Василенко В. О. [10, с. 85, с. 358]	Конкурентоспроможність підприємства – це можливість його ефективної господарської діяльності та її практичної реалізації в умовах конкурентного ринку.
Кобиляцький Л. С. [11, с. 81]	Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують ефективність виробничої діяльності, фінансового стану підприємства, ефективності організації збуту і просування товару порівняно з підприємствами-конкурентами, а також показники конкурентоспроможності товарів.
Мазаракі А. А. [12, с. 122]	Конкурентоспроможність як категорія відображає економічні відносини з приводу створення та реалізації комплексу конкурентних переваг, що притаманні суб'єкту ринку.
Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста [13, с. 297]	Конкурентоспроможність підприємства – рівень його компетентності порівняно з іншими підприємствами-конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички і професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління виробництва продукції тощо.

вою агресією російської федерації, є низький рівень конкурентоспроможності, та нездатністю пристосуватись до мінливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища та залучати інвестиції. Проте, зважаючи на дану

ситуацію, було здійснено аналіз існуючих підходів до визначення сутності «конкурентоспроможності підприємства», що може стати основою для розробки стратегії ефективного управління її рівнем для підприємств торгівлі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Державна служба статистики України: сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 30.01.2024).

2. Olena Zhuk, Tetiana Pashkuda. DETERMINANTS OF TRADE DEVELOPMENT IN UKRAINE. Transformation of Ukraine's economy: formation of an inclusive economy system and functionality of financial inclusion : Scientific monograph. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2023. P. 26–40.
3. Пашкуда Т. В., Афенді А. І. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1759>. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-43-73
4. Перебудова логістики в умовах війни – у фокусі Міжнародної Конференції «Європа Карпат». URL: <https://mtu.gov.ua/news/33544.html> (дата звернення: 30.01.2024).
5. Від консерв до електроскутерів: як змінювався споживчий попит українців під час війни. URL: <https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/vid-konserv-do-elektroskuteriv/> (дата звернення: 30.01.2024).
6. Спецпроект: які галузі ритейлу та які компанії найбільше втратили з початку вторгнення рф (інфографіка). URL: <https://rau.ua/novyni/zbitki-ritejleriv/> (дата звернення: 30.01.2024).
7. Ярослав Голобородько. Війна в Україні: економіка, бізнес, логістика, допомога. URL: <https://trans.info/ru/viyna-v-ukrayini-ekonomika-biznes-logistika-dopomoga-279148> (дата звернення: 30.01.2024).
8. Підтримка бізнесу в умовах війни (2022). URL: <https://business.diia.gov.ua/wartime> (дата звернення: 30.01.2024).
9. Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія. Донецьк : ДонГУЕТ. 2004. 147 с.
10. Василенко В. О. Стратегічне управління: навчальний посібник. Київ : ЦУЛ. 2003. 396 с.
11. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю: навчальний посібник. Київ : Зовнішня торгівля. 2003. 302 с.
12. Мазаракі А. А., Пшеслінський Д. М., Смолін І. В. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2010. 125 с.
13. Енциклопедія бізнесмена, менеджера, економіста. Київ : Міжнародна економічна фундація. 2000. 706 с.

REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: sait [State Statistics Service of Ukraine: website]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed January 30, 2024).
2. Olena Zhuk, Tetiana Pashkuda (2023) DETERMINANTS OF TRADE DEVELOPMENT IN UKRAINE. Transformation of Ukraines economy: formation of an inclusive economy system and functionality of financial inclusion : Scientific monograph. Riga, Latvia : Baltija Publishing, pp. 26–40.
3. Pashkuda T.V., Afendi A.I. (2022) Napriamy rozvytku torhivli v Ukraini v umovakh voiennoho stanu [Directions of trade development in Ukraine under martial law]. *Ekonomika ta suspilstvo*. № 43. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1759> (accessed January 30, 2024).
4. Perebudova lohistyky v umovakh viiny – u fokusi Mizhnarodnoi Konferentsii «levropa Karpat» [Reconstruction of logistics in the conditions of war is the focus of the International Conference "Europe of the Carpathians"]. Available at: <https://mtu.gov.ua/news/33544.html> (accessed January 30, 2024).
5. Vid konserv do elektroskuteriv: yak zminiuvavsia spozhyvchyi popyt ukraintsiv pid chas viiny [From canned goods to electric scooters: how the consumer demand of Ukrainians changed during the war]. Available at: <https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/vid-konserv-do-elektroskuteriv/> (accessed January 30, 2024).
6. Spetsproekt: yaki haluzi riteilu ta yaki kompanii naibilshe vtratyly z pochatku vtorhennia rf (infohrafika) [Special project: which retail industries and which companies have lost the most since the beginning of the invasion of the russian federation (infographic)]. Available at: <https://rau.ua/novyni/zbitki-ritejleriv/> (accessed January 30, 2024).
7. Iaroslav Holoborodko (2022) Viina v Ukraini: ekonomika, biznes, lohistyka, dopomoha [War in Ukraine: economy, business, logistics, aid]. Available at: <https://trans.info/ru/viyna-v-ukrayini-ekonomika-biznes-logistika-dopomoga-279148> (accessed January 30, 2024)
8. Pidtrymka biznesu v umovakh viiny [Business support in wartime]. Available at: <https://business.diia.gov.ua/wartime> (accessed January 30, 2024).
9. Balabanova L. V. (2004) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv na osnovi marketynhu [Management of the competitiveness of enterprises based on marketing]. Monohrafiia [a monograph]. Donetsk: DonHUET, 147 p. (in Ukrainian)
10. Vasylenko V. O. (2003) Stratehichne upravlinnia [Strategic management]. navchalnyi posibnyk [a study guide]. Kyiv: TsUL. 396 p. (in Ukrainian)
11. Kobyliatskyi L. S. (2003) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu [Competitiveness management]. navchalnyi posibnyk [a study guide]. Kyiv: Zovnishnia torhivlia. 302 p. (in Ukrainian)

12. Mazaraki A. A., Psheslinskyi D. M., Smolin I. V. (2010) Torhovelne pidpriemstvo: stratehiia, polityka, konkurentospromozhnist [Commercial enterprise: strategy, policy, competitiveness]. monohrafiia [a monograph]. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t. 125 p. (in Ukrainian)
13. Entsyklopediia biznesmena, menedzhera, ekonomista [Encyclopedia of a businessman, manager, economist]. Kyiv: Mizhnarodna ekonomichna fundatsiia (2000). 706 p. (in Ukrainian)