

4. Сайт компанії з маркетингових досліджень GFK. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.gfk.ua/sectors_and_markets/retail_and_technology/index.ua.html

Окландер Т.О., Литвинюк В.И.

Одесский национальный политехнический университет

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ИНТЕРНЕТ

Аннотация

В статье рассмотрены сущность и содержание маркетинговой деятельности промышленных предприятий в Интернет. Выделены новые тенденции в проведении маркетинговых исследований. Классифицированы факторы, снижающие эффективность традиционных видов маркетинговых исследований. Охарактеризованы факторы, проблемы, инструменты сбора маркетинговой информации в Интернет. Показано значение социальных сетей в сборе маркетинговой информации.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, маркетинговая информация, информационно-коммуникационные технологии, методы сбора информации, социальные сети.

Oklander T.O., Litvinuk V.I.

Odessa National Polytechnic University

MARKETING ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE INTERNET

Summary

The article describes the essence and content of the marketing activities of industrial enterprises in the Internet. Identify new trends in marketing research. Classified factors that reduce the effectiveness of traditional forms of marketing research. To characterize the factors, issues, tools to collect marketing information on the Internet. The importance of social networks in the collection of marketing information.

Keywords: marketing research, marketing information, information and communication technologies, the methods of collecting information, social networks.

УДК 339.137.2:658

ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Отліванська Н.В., Абражевич Д.А.

Національний авіаційний університет

У даній статті розглянуто актуальну проблему забезпечення конкурентоспроможності малих та середніх підприємств. Наведено фактори, що впливають на формування конкурентних переваг підприємства. В ході дослідження виявлено чинники, які найбільше впливають на конкурентоспроможність МСП. В результаті було отримано напрямки підвищення конкурентоспроможності і розвитку малого та середнього бізнесу.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, малі та середні підприємства, фактори підвищення конкурентоспроможності, інтернаціоналізація МСП, інтелектуальна власність МСП, джерела фінансування МСП.

Постановка проблеми. Конкуренція є рушійною силою будь-якої країни з ринковою економікою. У сучасних умовах конкуренція є визначальним фактором для розвитку бізнесу, в той час як конкурентоспроможність є найбільш важливою умовою для загального процвітання бізнесу. Швидкий технологічний прогрес та глобалізація ринку здійснюють великий вплив на конкурентне середовище підприємства та створюють нові можливості для зміцнення розвитку малого та середнього підприємництва.

Малі та середні підприємства мають потенціал для гнучкої адаптації до економічної ситуації в країні і зміни кон'юнктури ринку, що має велике значення для розвитку національної економіки. Перспектива вступу України до ЄС надає великі можливості для підтримки МСП та їх розвитку. Політика Європейського Союзу спрямована не тільки на забезпечення більш сприятливих умов для стартапів малого та середнього бізнесу, але і на подальший їх розвиток та досягнення конкурентних переваг єдиного європейського ринку.

Це призводить до підвищення інтересу до дослідження пошуку нових підходів управління для підвищення конкурентоспроможності МСП.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі конкурентоспроможності присвячено багато наукових праць. Класичними вважаються роботи А. Сміта, Д. Рікардо, М. Вебера, Й. Шумпетера, П. Друкера, Р. Солоу, І. Ансоффа, М. Познера, Р. Лукаса, П. Брентона та інших. На основі цих робіт свій вклад в дослідження поняття конкурентоспроможності внесли такі вітчизняні вчені як В. Андрійчук, В. Апопій, С. Бабенко, В. Будкін, І. Бураковський, З. Варналій, О. Власюк, А. Гальчинський, Я. Гончарук, М. Долішній.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Враховуючи вагомий внесок в дослідження конкурентоспроможності підприємства варто зазначити, що недостатньо висвітлено питання підвищення конкурентоспроможності саме малих та середніх підприємств. На сьогоднішній день розвитку малого та середнього бізнесу не приділяється належної уваги в Україні на відміну від провідних країн світу. Його розвиток та конкурентоспроможність необхідно активно підтримувати та зміцнювати, враховуючи перспективу вступу України до Євросоюзу.

Мета статті. Головною метою цієї статті є визначення та аналіз основних факторів підвищення конкурентоспроможності малих та середніх підприємств в умовах євроінтеграції, а також формулювання рекомендацій щодо їх сталого розвитку в сучасній економічній реальності.

Виклад основного матеріалу. Мале та середнє підприємство виступає локомотивом національних економік провідних країн світу. У Європейському Союзі за даними 2013 р. до сектору МСП відносилось 99 з кожних 100 суб'єктів бізнесу. Сектор МСП у сфері бізнесу забезпечував роботою 2-х працівників з кожних 3-х і генерував 58 центів з кожного євро доданої вартості. В абсолютних показниках сектор МСП в EU-27 давав роботу 88,8 млн. людей та генерував €3,666 трлн. євро доданої вартості. Після приведення класифікації МСП у відповідність до класифікації, що затверджена в ЄС, в Україні макроекономічні показники розвитку МСП в цілому відповідають середньоєвропейському рівню. МСП в Україні за даними Державної служби статистики України складають 99,9% від загальної чисельності суб'єктів господарювання. Це цілком відображає загальногосподарську тенденцію. В свою чергу питома вага середніх підприємств складає 4,7%, а великих підприємств – 0,1%.

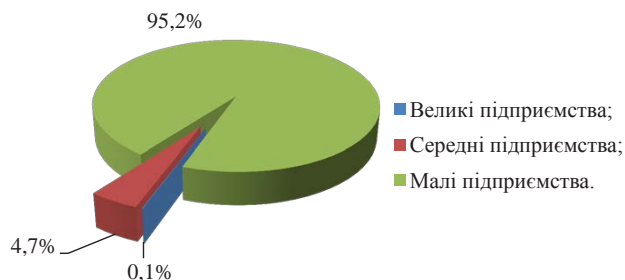


Рис. 1. Кількість підприємств за їх розмірами у відсотках до загальної кількості підприємств

Джерело: [4]

МСП в Україні за даними податкової служби з 2008 р. стабільно забезпечують надходження до державного бюджету біля 50% загальних податкових надходжень та більше 60% надходжень від ПДВ. Структура чисельності МСП в Україні по окремих видах діяльності в основному відповідає пропорціям, що склались в ЄС – з абсолютним домінуванням суб'єктів МСП у торгівлі та наданні всебічних видів послуг (як для населення, так і B2B). За результатами останнього звіту Єврокомісії щодо стану МСП в ЄС [1, с. 15] ключовими секторами, де ними створюється лєвова частка доданої вартості та зайнятоє є виробництво, будівництво, торгівля (оптова та роздрібна), послуги із розміщення (сфера гостинності) та харчування, а також – бізнес-послуги.

Важливим позитивним фактором малого бізнесу є те, що він заповнює ті ніші в економіці, що не цікаві великим корпораціям, де вони не можуть використовувати свої переваги, організувавши великомасштабне виробництво. Насамперед – сфери попиту на персоналізовані некапіталомісткі товари і послуги, орієнтовані на індивідуального споживача. Такі ринкові ніші займає малий бізнес, що має більш гнучке управління і менш громіздку структуру. Для малого бізнесу конкурентні умови є інституціональним середовищем. Забезпечуючи насичення ринків товарами і послугами, малі підприємства зрідка займають на них монопольне становище. Як правило, це трапляється за наявності відповідних адміністративних бар'єрів. Малий бізнес є динамічнішим у порівнянні з великими корпораціями, швидше перебудовується і реагує на зміни кон'юнктури ринку. Знаходячись ближче до споживача, краще відчуває його інтереси і здатний задовольнити їх. Але ці переваги виявляються лише за умови гарного менеджменту, їх треба постійно реалізовувати і підтверджувати в конкурентній боротьбі [3].

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства здійснювати свою діяльність в умовах ринкових відносин і отримувати при цьому прибуток, достатній для науково-технічного удосконалення виробництва, стимулювання працівників і підтримки продукції на високому якісному рівні. Конкурентоспроможність не є постійною характеристикою підприємства, вона визначає здатність підприємства вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти у певний період основним конкурентам [5].

Фактори конкурентних переваг підприємства поділяють на фактори зовнішнього середовища, на які підприємство не може суттєво впливати, та фактори внутрішнього середовища, які безпосередньо залежать від управлінських рішень керівництва.

Проаналізувавши фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства, що наведені в табл. 1, можна виділити такі специфічні фактори критичного впливу на конкурентоспроможність малих та середніх підприємств:

- 1) доступ до фінансування;
- 2) інноваційна діяльність;
- 3) інтелектуальна власність;
- 4) інтернаціоналізація.

Доступ до фінансування. Одне з найбільш важливих питань, що стоять перед МСП, є склад-

Таблиця 1

Фактори конкурентних переваг підприємства

Фактори зовнішнього середовища підприємства:	
1. Макроекономічні умови	Рівень економічного зростання, рівень національного доходу, концентрація багатства, рівень інфляції, процентна ставка, обмінний курс, тощо;
2. Політичні умови	Економічна свобода, бюрократичні процедури, система оподаткування, стимулювання та субсидування, торгові угоди з іншими країнами, експортні та імпорتنі квоти;
3. Правовий фактор	Законодавча база, що сприяє процесу виробничої діяльності та розвитку економіки, її прозорість та стабільність, рівень відповідності європейським та світовим нормам права;
4. Інфраструктура	Розвиток комунікацій, енергетична система, транспорт, система охорони навколишнього середовища.
Фактори внутрішнього середовища підприємства:	
1. Структурні	- виробнича структура підприємства; - місія організації; - організаційна структура підприємства; - спеціалізація і концентрація виробництва; - рівень уніфікації та стандартизації продукції, що випускається; - облік і регулювання виробничих процесів; - кваліфікованість персоналу.
2. Ресурсні	- постачальники; - доступ до якісних і дешевих ресурсів; - облік і аналіз використання всіх видів ресурсів; - оптимізація ефективності використання ресурсів.
3. Технічні	- запатентований товар; - запатентована технологія; - високотехнологічне обладнання; - якість виготовлення товарів.
4. Управлінські	- кваліфікація менеджерів підприємства; - організація постачання сировини, матеріалів та комплектуючих за принципом «Just in time»; - формування системи менеджменту; - функціонування системи управління якістю продукції на підприємстві.
5. Ринкові	- доступ до ринку ресурсів, необхідних для підприємства; - доступ до ринку нових технологій; - значна доля ринку; - ексклюзивність товару; - ексклюзивність каналів збуту; - ефективна система збуту та післяпродажного обслуговування.
6. Ефективність функціонування підприємства	- показники дохідності (показники рентабельності продукції, виробництва, капіталу, продажу); - інтенсивність використання капіталу (коефіцієнти оборотності ресурсів або капіталу); - фінансова стійкість функціонування підприємства.

Джерело: [5; 6]

ність їх доступу до фінансування. Фінансування малого та середнього підприємництва може здійснюватись за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел. До внутрішніх відносяться фінансування за рахунок оборотного капіталу, надлишку платіжних засобів; до зовнішніх – фінансування за рахунок власного капіталу (збільшення капіталу за рахунок пайових вкладень) і фінансування за рахунок позичкового капіталу. Система фінансування підприємницької діяльності повинна постійно вдосконалюватися і для цього необхідна державна фінансова підтримка. Вона може бути виражена у двох напрямках:

1) безпосереднє фінансування через державні фонди: субсидування, кредитування, пайове фінансування та податкові пільги;

2) стимулювання підтримки МСП з боку підприємницьких структур: гарантування позик, зменшення ризику, збільшення прибутковості по операціях з МСП та ін. Досить важливим для ефективного регулювання малого підприємництва є удосконалення механізмів фінансової підтримки суб'єктів підприємницької діяльності, до яких відносяться гарантійні фонди кредитування, пільгове кредитування, співфінансування, лізинг, франчайзинг, консалтинг, централізований бухгалтерський облік, венчурне фінансування, кредитні союзи, бізнес-центри, бізнес-інкубатори, комплексне обслу-

говування малих підприємств, реструктуризація промислових підприємств, страхування.

Аналіз даних Державної служби статистики показує, що у 2013 р. найбільш поширеними джерелами фінансування українських МСП були кошти власника (63,4%), другим джерелом фінансування МСП були кредити банків (14,8%).

Таблиця 2

Джерела фінансування МСП за 2010-2013 роках, у % до загального обсягу

Джерела фінансування	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
Кошти державного бюджету	2,0	3,7	5,8	2,5
Кошти місцевих бюджетів	1,3	1,3	3,1	2,8
Власні кошти підприємств	41,4	45,6	59,7	63,4
Кредити банків та інші позики	15,5	16,5	17,1	14,8
Кошти іноземних інвесторів	2,8	2,0	1,7	1,6

Джерело: [4]

Інноваційна діяльність. Здатність компаній адаптуватись до швидких темпів змін зовнішнього середовища, його складності та ненадійності і залишатись конкурентоспроможними безпосередньо пов'язана з використанням інновацій. Не тільки зростання, а і виживання МСП залежить від здатності компанії до безперервних інновацій.

Підвищення інноваційного потенціалу малого та середнього підприємництва є одним із головних напрямків державної політики підтримки малого і середнього бізнесу в Європейському Союзі. Поширеною є пряма підтримка розроблення інноваційних продуктів та процесів через надання підприємствам грантів та пільгових кредитів, а також консультативної та інформаційної підтримки через мережу інкубаторних технологій. Дуже важливу роль у підтримці інноваційної діяльності малих та середніх підприємств відіграє сприяння активному використанню електронної торгівлі. Інтернет-технології є ще одним прикладом застосування досягнень науково-технічного прогресу для розвитку малого і середнього бізнесу. Електронна торгівля за схемою «підприємство–споживач» надає малим і середнім підприємствам можливості для збільшення своєї присутності на національному і світовому ринках за рахунок усунення бар'єрів місця і часу.

Також необхідно відмітити, що інновації є основним джерелом внутрішньогалузевої конкуренції. Тобто, підприємство, що займається впровадженням нововведень, має певні конкурентні переваги перед іншими підприємствами конкретної галузі. Це дозволяє йому отримати більший за розміром прибуток та залучити додаткових покупців. Інноваційну діяльність вітчизняних підприємств стримують: відсутність фінансування, великі витрати, високі кредитні ставки, труднощі із сировиною і матеріалами, низький рівень комерціалізації інновацій, високий економічний ризик, недосконала законодавча база.

Наразі в Україні тільки 11,3% малих підприємств є інноваційно активними, з них: 4% запроваджують технологічні інновації, 2,3% технологічні та нетехнологічні інновації та 5% нетехнологічні інновації. Середні підприємства мають аналогічну ситуацію: лише 19,7% є інноваційно активними (9,6% – технологічні інновації, 4,8% – технологічні та нетехнологічні інновації, 5,3% – нетехнологічні інновації).

У 2014 р. майже 80% загального обсягу інноваційних витрат підприємства спрямували на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення і лише біля 9% – на виконання внутрішніх НДР, по 4% – на придбання інших зовнішніх знань і на придбання зовнішніх НДР [4].

Інтелектуальна власність. Майже кожне МСП має торговельне найменування або одне або декілька товарних знаків і має дбати про їх охорону. Більшість МСП розпоряджається цінною і конфіденційною діловою інформацією – від списків клієнтів до торгової тактики, які їм, мабуть, необхідно буде охороняти. Інтелектуальна власність (ІВ) допомагає МСП практично у всіх аспектах ділового розвитку і стратегії конкуренції: від розробки продукту до його проектування, від надання послуг до маркетингу і від збору фінансових коштів до експорту або розширення бізнесу за кордоном за допомогою ліцензії або франшизи. ІВ може приносити дохід МСП завдяки ліцензуванню, продажу або комерціалізації продуктів і послуг, які охороняються правами інтелектуальної власності, що може істотно збільшити часту підприємства на ринку і збільшити чистий прибуток. Права ІВ також підвищують вартість або цінність МСП для інвесторів і фінансових уста-

нов. Тому, стратегічне використання активів ІВ істотно підвищує конкурентоспроможність МСП.

Інтернаціоналізація діяльності. Для малих і середніх підприємств зовнішньоекономічна діяльність у формі виходу на міжнародні ринки є інструментом підвищення їх конкурентоспроможності та майбутнього розвитку. Для підвищення своєї конкурентоспроможності багато компаній з метою покращення своїх можливостей у впровадженні інновацій та розробки нових продуктів та послуг шукають непрямі виходи на великі міжнародні ринки через стратегічне співробітництво. Таким чином, МСП за рахунок інтернаціоналізації своєї діяльності можуть отримати доступ до міжнародних ресурсів, технологій і ноу-хау, а також до міжнародного обміну знаннями та досвідом за рахунок міжнародної ділової кооперації. У свою чергу, конкуренція на глобальному рівні стимулює МСП до оптимізації внутрішніх процесів, що виражається в успіху не тільки на міжнародному, а й на національному ринку.

Але малі та середні підприємства також мають бар'єри до інтернаціоналізації діяльності. До внутрішніх бар'єрів слід віднести високі витрати на інтернаціоналізацію, які включають проведення маркетингового аналізу за кордоном, оплату консультативних послуг, переклад документації, витрати на адаптацію продукції до міжнародного попиту, транспортні витрати, а також фінансові та бізнес-ризики. До зовнішніх бар'єрів відносять неадекватну законодавчу систему, низький рівень освіти та досліджень, а також можуть бути серйозними бар'єрами для МСП – незахищеність інтелектуальної власності, політичні ризики та корупція [7].

Висновки і пропозиції. МСП та підприємництво є ключем до забезпечення економічного зростання, інновацій, створення робочих місць і соціальної інтеграції українських підприємств в ЄС. Поточна ситуація, що склалася в Україні, не дає змоги активно розвиватися малому та середньому бізнесу. Вирішення цього питання вимагає належної уваги, оскільки, розвиток малого та середнього бізнесу сприяє вирішенню низки соціальних питань: формуванню середнього класу, який є основою проведення соціально-економічних реформ, гарантом політичної стабільності та демократичного розвитку суспільства; створенню нових додаткових робочих місць та зниженню рівня безробіття. Поточний стан та стійкість сектору малих і середніх підприємств розглянуто через призму чотирьох ключових факторів сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Для сталого розвитку МСП необхідно більш тісно інтегрувати заходи підвищення конкурентоспроможності. Спрощений доступ до фінансування буде поєднуватися з заходами щодо стимулювання інновацій, реєстрації інтелектуальної власності та підвищення рівня інтернаціоналізації.

Щоб ці заходи були більш дієвими, потрібно стимулювати невелику частину малих та середніх підприємств, які демонструють потенціал для розвитку з точки зору їх людського капіталу, інтелектуальної власності, інноваційності та/або інтернаціоналізації. Ці заходи повинні проводитись системним способом, тобто необхідна всебічна підтримка цієї частки МСП з конкурентним потенціалом.

Для досягнення цієї мети держава повинна застосовувати прозору методологію визначення конкретних МСП (через іспити, вимірювання і аналіз, створення власних баз даних і т.д.), які демонструють потенціал в плані деяких або всіх вирішальних факторів для

розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Це дієво тільки в тому випадку, коли держава може забезпечити своєчасну, адекватну та об'єктивну підтримку саме тих малих і середніх підприємств, які здатні досягти стійкого зростання в галузі.

Список літератури:

1. Patrice Muller, Cecilia Caliendo, Viktoriya Peycheva, Dimitri Gagliardi, Chiara Marzocchi, Ronald Ramlogan and Deborah Cox. Annual Report on European SME's 2014-2015. SME performance review 2014/2015. Final report, November 2015. – © 2015 – European Union. All rights reserved. [Internet source]. – Access mode: http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review/index_en.htm
2. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 358 с.
3. Варналій З. С. Мале підприємство: основи теорії і практики. – 4-те вид., стер. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2008. – 302 с.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
5. Дикань В. Л. Стратегічне управління: Навч. посіб. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 272с.
6. Мазилкіна Е. И. Основы управления конкурентоспособностью. – М.: «Прогресс», 2008 – 187 с.
7. Пивоваров С. Э., Тарасевич Л. С. Международный менеджмент: Учебник для вузов. 4-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 720 с.
8. Портер М. Международная конкуренция; пер. с англ. [Текст]; под ред. В. Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
9. Цегелик Г. Г. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в Україні / Г. Г. Цегелик, М. Я. Квик / Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – Т. 2. – № 1. – С. 84-89.

Отливанская Н.В., Абражевич Д.А.

Национальный авиационный университет

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИИ

Аннотация

В данной статье рассмотрено актуальную проблему обеспечения конкурентоспособности малых и средних предприятий. Приведены факторы, непосредственно влияющие на формирование конкурентных преимуществ предприятия. В ходе исследования выявлены факторы, которые наиболее влияют на конкурентоспособность МСП. В результате были получены направления повышения конкурентоспособности и развития малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, малые и средние предприятия, факторы повышения конкурентоспособности, интернационализация МСП, интеллектуальная собственность МСП, источники финансирования МСП.

Otlivanskaya N.V., Abrazhevych D.A.

National Aviation University

FACTORS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF EUROINTEGRATION

Summary

In this article is considered topical problem of ensuring competitiveness of SMEs. Factors influencing forming of the competitive advantages of enterprises are listed. In the course of study were revealed factors that influence the competitiveness of SMEs the most. In the result directions of competitiveness growth and development of the of small and medium enterprises were obtained.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, small and medium enterprises, factors of competitiveness, internationalization of SMEs, intellectual property of SMEs, funding of SMEs.