



УДК 338.246.87+005.334

FACTORS OF INFLUENCE AND EVALUATION OF ECONOMIC PROTECTABILITY OF THE ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF MARKETING ACTIVITY**ЧИННИКИ ВПЛИВУ ТА ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЗАХИЩЕНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ****Moroz L.I. / Мороз Л.І.***Cand. Sc. (Economics), As.prof. / к.е.н., с.н.с., доц.*

ORCID: 0000-0001-5806-0426

Khoma I.B. / Хома І.Б.*Doctor of Science (Economics), Prof./ д.е.н., проф.*

ORCID: 0000-0002-3737-1601

Lviv Polytechnic National University,

12 S. Bandera Str., Lviv-13, 79013, Ukraine

Національний університет «Львівська політехніка»,

Львів-13, вул. С.Бандери, 12, 79013, Україна

Анотація: У статті розглянуті чинники та оцінка економічної захищеності підприємства в умовах маркетингової діяльності з формуванням тенденції зміни та врахуванням функціональної залежності між кількісною оцінкою конкурентоспроможності підприємства і його рівнем економічного захисту через індекс інтенсивної конкуренції підприємств.

Ключові слова: економічна захищеність, підприємство, конкурентоспроможність, маркетингова діяльність, інноваційна діяльність.

Вступ

В умовах кризового стану вітчизняної економіки проблема більшості підприємств полягає у тому, що вони опинилися не здатними ефективно будувати маркетингову політику, проводити оптимізацію маркетингових завдань та інтегрувати їх вплив на якість процесу забезпечення фінансово-кредитної, інвестиційної та інноваційної захищеності підприємств у складі їх загальної економічної захищеності.

Вітчизняні науковці: В.Г. Герасимчук, В.Я. Кардаш, Є.В. Крикавський, А.О. Старостіна, Н.І. Чухрай та інші виявили основні недоліки, що дестабілізують комплексний стан маркетингової політики сучасних стратегічно важливих для держави промислових підприємств, для яких: відсутнє детальне дослідження ринку; неефективна товарна політика; неефективна збутова політика; неефективна цінова політика; відсутні комунікації з ринком. Проте, в їх дослідженнях лишилась без уваги інтеграція елементів маркетингової діяльності з системою забезпечення економічної захищеності підприємств, а також не встановлений їх структурно-логічний взаємозв'язок.

Таким чином, виникла необхідність встановити вплив маркетингової діяльності на систему забезпечення економічної захищеності промислового підприємства через щільність взаємозв'язку між ефективним просуванням інноваційної продукції, її конкурентоспроможністю і рівнем рентабельності ринку збуту через одержані доходи підприємства.

Основний текст. Вітчизняні підприємства, не маючи ще достатнього



досвіду формування їх економічної захищеності, насамперед, через засоби активізації свого інноваційного розвитку, вимушені з високим ризиком для себе, продовжувати позичати кошти в різноманітних банківських установах, довіра до яких зменшилась.

Процес формування економічної захищеності підприємств прямим чином залежить як від ступеня інноваційності економіки держави загалом, так і від інноваційної діяльності цих установ. Проте, в процесі формування економічної захищеності промислового підприємства важливими вважають лише ті винаходи, які приносять технічні інновації; змінюють стан техніки; істотно вдосконалюють виробничі процеси і якість винахідного продукту у контексті поступової заміни старої техніки або технології новою. До того ж будь-яка інновація виступає одним із головних факторів економічного захисту та конкурентоспроможності підприємства [1]. Тому кожному промислового підприємству перед тим, як формувати виробничі потужності, необхідно визначити попит на продукцію, а також визначити ринки її збуту та місткість реальних потенційних конкурентів. Значна увага повинна також приділятися проблемам оптимізації процесу просування товарів від виробника до споживача, а саме треба визначити: наскільки правильно вибрані канали розподілу товарів; форми і методи їх збуту; широту асортименту та якість наданих підприємством послуг, пов'язаних з реалізацією продукції, від чого залежать результати діяльності підприємства та рівень забезпечення і збереження його економічної захищеності.

Вчасне впровадження спільної концепції маркетингової, фінансово-кредитної й інноваційно-інвестиційної діяльності в практику діяльності підприємств дає можливість сформувати раціональні виробничі програми, оперативно відреагувати на ринкову ситуацію та перемогти в умовах конкуренції, досягаючи цим достатнього рівня економічної захищеності підприємства. Для виробництва й реалізації якісної промислової продукції вітчизняні підприємства-виробники повинні максимально використовувати свої порівняльні переваги перед конкурентами інших виробників, вибравши кардинально прогресивний шлях інноваційної діяльності. Критерієм ефективності на ринку є, насамперед, величина реалізованої продукції підприємством і норма прибутку на вкладений капітал. Для нового товару, наприклад машинобудівної галузі, найбільше значення мають його конструкторські особливості, дизайн, оптимальні сервісні умови, які забезпечують високий рівень конкурентоспроможності товару на ринку. Впровадження інновацій з метою забезпечення вищого від світового рівня якості продукції дає змогу одержати монополю високий прибуток. Стимулювати же інноваційну діяльність підприємства можна тільки через доцільні управлінські рішення, що забезпечують у майбутньому високу й стабільну конкурентоспроможність суб'єкта в умовах ринку. Вітчизняні підприємства, намагаючись зберегти конкурентоспроможність, стикаються з проблемами, які залежать від принципів змін відносно власності, від вибору методів регулювання економіки, організаційно-правових форм господарювання й, звичайно, мотивації їх діяльності.



У ринковій системі категорія конкурентоспроможності підприємства є однією з основних, де сконцентровані всі фінансово-економічні, організаційно-управлінські, маркетингові й інші можливості не тільки конкретних підприємств галузі, але й економіки регіону й держави. Тому вважається, що забезпечення конкурентоспроможності підприємства через інноваційну діяльність відрізняє підприємство-виробника на ринку товарів від інших виробників-конкурентів протягом тривалого проміжку часу, що позитивно впливає на рівень його фінансово-економічного розвитку й відповідає суспільним потребам, допомагаючи зробити маркетингову політику відповідного підприємства більш ефективною на довготривалий період часу [2].

Під час оцінювання інновацій, у першу чергу, в машинобудівній галузі, конкурентоспроможність закладається ще на етапі проектування й розроблення виробу, тому вона повинна бути попередньо оцінена ще на стадії формування технічного завдання на розробку. Якщо конкурентоспроможність низька, то інноваційна діяльність підприємства себе не виправдовує, й зростає ризик додаткових втрат при впровадженні цих інновацій і, відповідно, падає стан економічної захищеності. Чим більше конкурентоспроможним є підприємство у поєднанні з ефективною маркетинговою політикою, тим гнучкіше воно реагує на зміни в конкурентному середовищі і тим має кращу забезпеченість щодо свого економічного захисту.

Крім того, орієнтація більшості підприємств на інноваційну діяльність допомагає їм легше адаптуватися до змін умов зовнішнього середовища, а завдяки вдалій маркетинговій політиці - тривалий час утримуватися на ринку, незважаючи на вплив таких факторів як: інфляція, завищені податки, недосконалість законодавчо-нормативної бази, фінансова криза. Стимулювання розвитку виробництва не може бути відірваним від фактору збуту готової продукції, що характеризується через моніторинг вимог ринку.

Також необхідним елементом забезпечення економічної захищеності підприємств має стати інноваційне управління у сфері їх інвестиційної діяльності з обов'язковою інтеграцією раціональної політики інвестування з інноваційною і виробничо-комерційною діяльністю на засадах їх оптимальної маркетингової політики.

Для повного забезпечення економічної захищеності підприємства процес управління його комерційною діяльністю має охоплювати: формування оптимального асортименту товарів та послуг відповідно до попиту споживачів; організацію реклами товарів та послуг, що надаються споживачам; управління товарними запасами, що створюються для безперервної торгівлі.

Специфіка управління виробничо-комерційною діяльністю промислового підприємства полягає у тому, що його управлінський апарат повинен займатися одночасно як питаннями закупівлі та постачання сировини, напівфабрикатів, так і виробництвом продукції та її реалізацією. При цьому повинні регулюватися господарські взаємовідносини між постачальниками і покупцями товарів і послуг з орієнтацією на основні принципи комерційної діяльності: володіти способами зменшення комерційного ризику; виконувати найвигідніші комерційні операції; спрямовувати виробників на комерційно вигідні товари з



урахуванням попиту споживачів; знати сучасні методи закупівлі і продажу товарів, що впливає на систему забезпечення економічного захисту підприємства.

Індикатором економічної захищеності, що примножує потенціальний рівень безпеки через ефективну маркетингову діяльність, є показник конкурентоспроможності промислового підприємства. Показник конкурентоспроможності підприємств (K_{nio}), що співпрацюють в одній галузі, може бути визначений з урахуванням питомої ваги товарів на ринку [3]:

$$K_{nio} = \sum_{i=1}^n p_i \times r_j \times K_{ij}, \quad (1)$$

де p_i – питома вага i -го товару підприємства в обсязі продажу за аналізований період, $p_i = V_i/V$, де V_i – обсяг продажу i -го товару за аналізований період; V – загальний обсяг продажу товарів підприємства за аналізований період; r_j – показник рейтингу ринку, на якому представлений товар (для розвинених країн світу $r_j = 1$, для решти країн – $r_j = 0,7$, якщо товар реалізується лише на внутрішньому ринку України $r_j = 0,5$); K_{ij} – конкурентоспроможність i -го товару на j -му ринку.

Якщо показник конкурентоспроможності підприємства прямує до 1, то промислове підприємство може в перспективі втримати конкурентні позиції і бути привабливим в інвестиційному плані і претендувати на достатній рівень економічної захищеності при обов'язковій умові збереження раціональної маркетингової політики. У протилежному випадку для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно зняти з виробництва i -й товар і здійснити реструктуризацію підприємства, перепрофілювавши його виробничі потужності. Низька конкурентоспроможність української економіки зумовлена, передусім, незначною часткою високотехнологічних товарів в експорті саме промислових товарів.

Розглядаючи конкурентоспроможність як основну категорію фінансово-економічного аналізу, яка відповідає за здатність підприємством одержувати прибуток не нижче заданого рівня, захищаючи свою фінансову незалежність у конкурентному середовищі, можна припустити існування функціональної залежності між кількісною оцінкою конкурентоспроможності підприємства і його рівнем економічного захисту через функцію маркетингової діяльності. Так як рівень економічної захищеності підприємства діагностувати як правило складно, то пропонується у крайніх випадках застосовувати експрес-діагностику рівня економічної захищеності за певним вузьким критерієм [4], тобто враховуючи функціональну залежність виду:

$$R_{E3}^i(t) = f(I_k^i(t)), \quad (2)$$

де $R_{E3}^i(t)$ – рівень економічної захищеності i -го підприємства на кінець звітного періоду; $I_k^i(t)$ – індекс інтенсивної конкуренції, під вплив якої попадає i -е підприємство за звітний період.

Причому, функціональна залежність буде мати таку характеристику: чим



більший індекс інтенсивної конкуренції, тобто більший її вплив на ринок промислової продукції, тим нижчий рівень економічної захищеності, і навпаки, чим більший захист від інтенсивної конкуренції, тим вищий рівень економічної захищеності даного підприємства. Індекс інтенсивної конкуренції [5, 6] розраховувався на основі показника рентабельності ринку, який прирівнювався до рівня конкурентоспроможності. На прикладі продажу продукції можна сформулювати такий конкурентоспроможний ринок, рентабельність якого буде дорівнювати:

$$R_{рпш}^i(t) = \frac{P_i(t)}{V_p^i(t)}, \quad (3)$$

де $R_{рпш}^i(t)$ - рентабельність ринку конкурентоспроможної продукції i -го підприємства на кінець звітної періоду; $P_i(t)$ - сукупний прибуток i -го підприємства на кінець звітної періоду; $V_p^i(t)$ - загальний обсяг продажу продукції i -го підприємства на кінець звітної періоду.

На протипагу цієї оцінки введений індекс інтенсивної конкуренції $I_k(t)$, на підставі якого згідно з [7] можна сформулювати тенденцію зміни рівня економічної захищеності відповідного підприємства (табл.).

Таблиця

Формування тенденції зміни рівня економічної захищеності підприємства

Рентабельність ринку продукції i -го підприємства	Індекс інтенсивної конкуренції, що фіксує i -е підприємство	Тенденція зміни рівня економічної захищеності
$R_{рпш}^i(t) \geq 1$	$I_k^i(t) \rightarrow 0$	зростаюча
$0 < R_{рпш}^i(t) < 1$	$I_k^i(t) = 1 - R_{рпш}^i(t)$	нестабільна
$R_{рпш}^i(t) \leq 0$	$I_k^i(t) \rightarrow 1$	спадаюча

Авторська розробка.

Закінчення та висновки. Вітчизняні підприємства, в яких індекс інтенсивної конкуренції прямує до нуля при виваженій маркетинговій політиці, зможуть досягти стабільно зростаючої тенденції зміни рівня економічної захищеності.

Саме такі підприємства у найближчий час змогли б наблизитись до достатнього рівня і міжнародної конкурентоспроможності, що проявляється згідно з [6] у досягненні підприємством конкурентних переваг не тільки на вітчизняному ринку, але і на світовому ринку при участі міжнародного суперництва, де спостерігається повна доступність до споживання товарів без обмежень; свобода реалізації товарів підприємства-виробника, а також свобода вибору товарів споживачами і можливість продажу їх на самостійно встановлених основах.

Таким чином, сучасна система забезпечення економічної захищеності на промисловому підприємстві має включати сукупність інтеграційних особливостей маркетингової, фінансово-кредитної й інноваційно-інвестиційної



діяльності через рівень його кредитоспроможності.

Цей підхід орієнтований переважно на інноваційний розвиток виробництва в умовах маркетингової діяльності і максимальну реалізацію необхідних товарів відповідно до вимог ринку, є вагомим і, насамперед, ідентифікується через сферу збуту оновлених виробів у галузі промисловості, яка поєднує інтереси виробника, споживача та інвестора, і в перспективі є одним із важливих аспектів стабільної господарської діяльності підприємств.

Література:

1. Шкарлет С.М. Формування економічної безпеки підприємств засобами активізації їх інноваційного розвитку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / С.М. Шкарлет. – Київ, 2007. – 40 с.

2. Мороз Л.І. Формування та підвищення конкурентоспроможності українських підприємств в умовах глобалізації / Л.І.Мороз // Колективна монографія Уманського національного університету садівництва «Стан та перспективи розвитку економіки України в умовах глобалізації: теорія та практика» / Під ред. д.е.н., проф. Непочатенко О.О. – Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2014. – Частина 2. – 324 с. / Розділ 4.13, С. 84-90.

3. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Навч. посіб. / Р.А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2002. – 400 с.

4. Економічна безпека: Навч. посіб. / О. Є. Користін, О.І. Барановський, Л. В. Герасименко та ін.; за ред. О.М. Джужі. – К.: Алерта; КНТ; Центр учб. літератури, 2010. – 368 с.

5. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – Вид. 2-ге. – К.: КНЕУ, 2009. – 520 с.

6. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкуренто-спроможністю підприємств: Кредитно-модульний курс: Навч. посіб. / За ред. І.Ю. Сіваченка, Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової. 3-тє вид. – К.: Центр учб. літератури, 2010. – 312 с.

7. Хома І.Б. Формування та використання систем діагностики економічної захищеності промислового підприємства: [монографія] / І.Б. Хома. - Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2012. – 504 с.

References:

1. Shkarlet S.M. (2007). *Formation of economic security of enterprises by means of activating their innovation development: author's abstract of dissertation for the degree of Doctor of Economics: specialty 08.00.04 - Economy and management of enterprises (by types of economic activity)*, Kyiv.

2. Moroz L.I. (2014). Formation and enhancement of the competitiveness of Ukrainian enterprises in the conditions of globalization. *Collective monograph of Uman National University of Horticulture "State and prospects of economic development of Ukraine in the conditions of globalization: theory and practice"*. Uman: Publishing and Printing Center "Visavy". Part 2. - 324 / Section 4.13, 84-90.

3. Fathutdinov R. A. (2002). *Innovation Management*. St. Petersburg: Peter.

4. Korystin O.Ye., Baranovsky O.I., Gerasimenko L.V. and others (2010). *Economic security*



- Kyiv.: Alerta; Training Center Literature.

5. Klymenko S.M., Omelyanenko T.V., Barabas D.O. and others (2009). *Managing the Competitiveness of the Enterprise*. Kyiv: KNEU.

6. Sivachenko I.Yu. (2010). *Management of international competitiveness of enterprises: Credit-modular course*. Kyiv: Center for Educational Literature.

7. Khoma, I.B. (2012). *Formation and use of diagnostics systems of economic protectability of an industrial enterprise*: [monograph]. Lviv: Publishing house of Lviv Polytechnic National University.

Abstract. *The factors and an estimation of economic protectability of an enterprise in the conditions of marketing activity, where the category of competitiveness of the enterprise is one of the main ones, are considered in this paper. If the competitiveness is low, then the innovative activity of the company itself does not justify, and the risk of additional losses increases and, accordingly, the state of economic protectability falls. The more competitive the company, combined with effective marketing policies, the more flexible it responds to changes in the competitive environment and thus has better security in terms of its economic protection. To ensure the full economic protectability of the enterprise, the process of managing its commercial activity should cover: the formation of an optimal range of goods and services in accordance with consumer demand; organization of advertising of goods and services provided to consumers; management of inventories created for uninterrupted trade. In this case, the economic relationship between suppliers and buyers of goods and services with an orientation on the basic principles of commercial activity should be regulated. Considering competitiveness as the main category of financial and economic analysis, which is responsible for the ability of the enterprise to receive profit not below the set level, it is assumed the existence of a functional relationship between the quantitative assessment of the competitiveness of the enterprise and its level of economic protection through the function of marketing activity between the level of economic protectability of the enterprise at the end of the reporting period and the index of intense competition, under the influence of which falls into the enterprise during the reporting period. The index of intensive competition is calculated on the basis of the indicator of profitability of the market, which equates to the level of competitiveness, taking into account the functional dependence: the higher the index of intensive competition, that is, its greater impact on the market of industrial products, the lower the level of economic protectability, and vice versa, the greater the protection against intense competition, the higher the level of economic protectability of this enterprise.*

Keywords: *economic protectability, enterprise, competitiveness, marketing activity, innovation.*

Рецензент: д.е.н., проф. Алексєєв І.В.

Стаття відправлена: 08.04.2019 р.

© Мороз Л.І., Хома І.Б.