

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний
університет
Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих
підприємств України
Краківський економічний університет (Польща)
Університет ім. Миколаса Ромеріса (Литва)**

**ПРОБЛЕМИ
ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

**ТЕЗИ
X МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Київ, 22–23 травня 2019 року)

Київ 2019

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

УДК 334.722.071.2 (477)
П 78

Проблеми та перспективи розвитку підприємництва
П 78 в Україні [Електронний ресурс] : тези X Міжнар. наук.-
практ. конф. (Київ, 22–23 трав. 2019 р.) / відп. ред.
А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. –
230 с. – Укр., рос. та англ. мовами.
ISBN 978-966-629-940-9
DOI: <http://doi.org/10.31617/k.knute.2019-05-22>

У матеріалах конференції розглянуто актуальні фінансово-економічні, правові та управлінські проблеми розвитку підприємництва в Україні. Досліджено чинники формування підприємницького середовища в умовах децентралізації регіонів в Україні та євроінтеграційного вектору її розвитку.

Матеріали друкуються в авторській редакції.

УДК 334.722.071.2 (477)

Редакційна колегія: А.А. Мазаракі (відп. ред.), д-р екон. наук, проф., академік НАПН України, заслужений діяч науки і техніки України; О.І. Міняйло, канд. екон. наук, доц.; Г.В. Блакита, д-р екон. наук, проф.

ISBN 978-966-629-940-9

© Київський національний торговельно-економічний університет, 2019

NIKANOROVA A.Y.	
Increasing competitiveness enterprises by introducing innovations.....	166
НИКОЛЮК О.В., ОСТРОКОНЬ С.М.	
Проблеми і напрями створення та організації діяльності промислово-фінансових груп в Україні	167
НОВИКОВА Н.М., РАДІОНОВА Г.І.	
Форми взаємодії бізнесу, науки та держави	170
ОЛЕСЕНКО І.С.	
Класифікація платоспроможності як компоненти економічної безпеки підприємства торгівлі.	173
ОХРИМЕНКО І.В.	
Підприємницька та трудова мотивації: об'єктивна необхідність їх гармонізації.....	177
ПАВЛЮК Т.І., ОСІПОВА Л.В.	
Оцінка стану ринкового конкурентного середовища.....	180
ПУРДЕНКО О.А.	
Сучасний стан краудфандингу в Україні	183
ПЯНКОВСЬКИЙ В.В.	
Механізми фінансово-кредитної підтримки підприємництва на місцевому рівні	185
П'ЯТНИЦЬКА Г.Т.	
Зміна настроїв у малому бізнесі України	188
РИБАК Р.І.	
Адаптація підприємств до викликів VUCA світу.....	191
РОЖЕНКО О.В.	
Ефективність капітальних інвестицій у підприємства сільсько-господарської галузі.....	193
САКУЛІН П.О.	
Оцінка ризиків діяльності підприємства.....	195
САРАНЦЕВА О.Ю., КАІКА Є.О., ДОВЖЕНКО Д.М.	
Інвестиційний потенціал країни: його основні характеристики	197

Павлюк Т.І., канд. екон. наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ;
Осіпова Л.В., канд. екон. наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ОЦІНКА СТАНУ РИНКОВОГО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Результативність діяльності на будь-якому товарному ринку залежить від поведження продавців і покупців у таких питаннях як цінова політика і практика, відкриті і таємні угоди між підприємствами, продуктова і рекламна стратегії, витрати на дослідження і розробки, інвестиції у виробниче устаткування, тактика вирішення юридичних питань і т.д. Поведження у свою чергу залежить від структури відповідного ринку, яка характеризується чисельністю і розподілом продавців і покупців, рівнем фізичної (об'єктивної) і уявлюваної (суб'єктивної) диференціації, що розрізняє конкуруючі продукти, наявністю чи відсутністю бар'єрів для входу нових фірм, конфігурацією кривих витрат, рівнем вертикальної інтеграції, починаючи від виробництва сировини до роздрібної торгівлі і ступенем диверсифікованості виробництва.

На структуру ринку, у свою чергу, впливає безліч базових умов. Наприклад, з боку пропозиції базові структуроутворюючі умови включають розміщення і власність на основні види сировини; характер відповідної технології (наприклад, дискретний чи безупинний характер виробництва, висока чи низька еластичність заміщення факторів виробництва); залучення робочої сили до профспілкового руху, тривалість використання продукту, тимчасові характеристики виробництва, витрати на одиницю випуску та ін. [1, С. 128–131].

Перелік найбільш важливих базових умов з боку попиту включає: цінову еластичність попиту при різних цінах, доступність товарів-замінників і перехресну еластичність попиту на них, темпи росту і тимчасові коливання попиту, метод здійснення покупок покупцями (наприклад, по преїскуранту, шляхом відкритого чи закритого аукціону і т.п.) і ринкові характеристики продукту. До інших базових умов можна віднести законодавче середовище, у якому функціонують галузі, а також домінуючі соціоекономічні цінності ділового середовища.

До нового розуміння даної концепції відноситься вказівка в літературі на те, що підприємства можуть входити на ринок і потім іти з нього легко, точніше, що їх інвестиції можуть бути продані без

втрата швидше, ніж виробники усередині ринку зможуть відреагувати на рішення підприємств про вхід чи вихід. Коли умови виходу з ринку дотримані, ринок називають квазіконкурентним, навіть якщо умови чистої конкуренції не дотримані цілком [2, С. 204].

Інші умови, що іноді асоціюються з досконалою конкуренцією, включають повне знання про дійсні і майбутні умови ринку і нескінченну подільність ресурсів і диференціацію виробленої продукції. Ці умови не тільки менш важливі, але і менш реалістичні, тому що їх порушення не обов'язково змінює основні висновки теоретичної моделі функціонування чистої і досконалої конкурентної ринкової системи.

В ідеалі висока результативність повинна автоматично впливати з раціональної ринкової структури і поведження фірм, які вона обумовлює. Але внаслідок різного роду причин, у тому числі внутрішньо властивому перехідному характеру економічних процесів, ринок може виявитися неспроможним, що приводить до такого економічного результату, що виявляється нижче прийнятих норм. Тоді уряд може вдаватися до політики втручання і намагатися поліпшити стан економіки, використовуючи відповідні інструменти, що будуть впливати як на структуру ринку, так і на поведження фірм. Оцінка стану ринкового конкурентного середовища, тобто його діагностика, складається з аналізу основних характеристик перерахованих факторів і містить ряд взаємозалежних процедур.

1. Інструменти державного регулювання конкуренції. При оцінці державної політики, що регулює конкуренцію на конкретному товарному ринку, необхідно розглянути в комплексі вплив держави як безпосередньо на суб'єктів досліджуваного товарного сегмента, так і їх взаємозв'язки. Як елементи, що визначають характер державного регулювання конкуренції, необхідно виділити наступний ряд елементів державної політики.

2. Оцінка можливості появи нових конкурентів. Поява нових конкурентів на ринку приводить до перерозподілу (зменшенню) частки ринку, що належали раніше підприємствам, що працюють у галузі (в аналізованому товарному сегменті). Введення нових виробничих потужностей спричиняє загострення конкуренції і, як наслідок, зменшення цін і зниження рентабельності. Реальність такої погрози залежить від рівня «вхідного бар'єра» у галузь і реакції діючих підприємств на появу нових конкурентів. Рівень «вхідного бар'єра», тобто сукупність економічних, технічних і організаційних умов для створення нового виробництва, визначається факторами, серед яких, як показало проведене дослідження, необхідно виділити й оцінити наступні.

3. Визначення характеру впливу споживачів продукції на інтенсивність конкуренції. Споживачі зіштовхують інтереси конкуруючих підприємств за допомогою спеціальних засобів впливу на ринок, що приводить до зниження цін, підвищення якості продукції, збільшення кількості і якості споживаних послуг. Сила впливу різних груп споживачів на інтенсивність конкуренції значна при наявності наступних умов.

4. Вплив постачальників продукції на інтенсивність конкуренції. Постачальники впливають на конкурентну боротьбу в галузі, головним чином, за допомогою двох засобів – ціни і якості товарів, що поставляються, і послуг, що надаються.

5. Оцінка загрози з боку товарів-замінників. Вироби, здатні в тій чи іншій мірі замінити реалізовані товари, являють собою важливий фактор, що впливає на інтенсивність конкуренції.

Ми вважаємо, що конкуренцію продуктивно розглядати як багатогранну категорію. Конкуренція є передумовою реалізації прав споживачів (наприклад, права на вибір товарів (робіт, послуг) чи на одержання інформації). Відсутність конкуренції на ринку фактично перетворює багато з цих прав на фікцію чи істотно їх обмежує. Поводження споживачів вважається важливим елементом конкурентної боротьби. Конкуренція – автономна діяльність суб'єктів, що халяють, на відповідному ринку, метою якої є одержання найбільш вигідних умов виробництва і збуту законними засобами. У цій якості поняття «конкуренція» необхідно відрізнити від легального визначення поняття «підприємницька діяльність», хоча, безумовно, ці поняття тісно взаємозалежні і перетинаються. Крім того, із правової точки зору, в конкурентній діяльності найбільш важливі способи досягнення цілей підприємцями, її правомірно розглядати як суспільні відносини, що складаються між суб'єктами господарювання у процесі їх підприємницької діяльності.

Список використаних джерел

1. Белова. Т.Г., Синебок Т.В. Дослідження інтенсивності конкуренції на ринку. Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 4. – С. 128–131.
2. Європейська інтеграція та Україна. – Київ : Друк ТОВ «Макрос», 2007. – 480 с.