

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2022-78-12>
УДК 339.9

Кузьминчук Н.В.

доктор економічних наук, професор,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Куценко Т.М.

кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Буримченко А.О.

бакалавр,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Kuzmynchuk Nataliia, Kutsenko Tetiana,

Burymchenko Anastasiia

V.N. Karazin Kharkiv National University

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

ENSURING THE COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF INFORMATION ECONOMY

Встановлено, що будь-який суб'єкт господарювання для ефективного функціонування та оцінки перспектив діяльності має володіти інформацією щодо власних конкурентних переваг, що дозволяє їм визначити сильні сторони, обрати стратегію і тактику поведінки, адекватну реаліям сучасних ринкових процесів. Подано характеристику стратегічних напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі, що дозволяє зосередити увагу на підвищенні ефективності використання інтелектуального капіталу як основного фактору зростання в умовах інформаційної економіки. Обґрунтовано умови збереження конкурентних переваг підприємств торгівлі та заходи з їх підтримки, що визначає стратегічну спрямованість їх діяльності на створення сприятливого середовища та інноваційної інфраструктури. Наголошено, що в сучасних умовах інноваційного розвитку слід формувати необхідні для підтримки рівня конкурентоспроможності економічні зміни. Запропоновані заходи дозволять підвищити ефективність інформаційно-аналітичної підтримки інноваційної діяльності підприємств торгівлі шляхом формування аналітичного середовища на підставі інформаційно-пошукових систем. Впровадження таких положень дає змогу всім підприємствам торгівлі виробити нові конкурентні переваги у формуванні передових позицій на ринку товарів і послуг, покращити доступ до інформації та співпрацю між суб'єктами інноваційного процесу.

Ключові слова: конкурентоспроможність, торгівля, інформаційне суспільство, підприємство, стратегія.

It is established that any business entity for effective functioning and assessment of prospects must have information about their own competitive advantages, which allows them to identify strengths, choose strategies and tactics of behavior appropriate to the realities of modern market processes. The characteristic of strategic directions of ensuring the competitiveness of trade enterprises is given, which allows to focus on improving the efficiency of intellectual capital as the main factor of growth in the information economy. The strategic directions of ensuring competitive advantages are determined by: formation of a vision of prospects and features of cooperation with public administration bodies; improving the socio-economic situation; development of practices-cooperation with competing enterprises, forecasting and meeting the strategic needs of consumers, the formation of new needs. The conditions for maintaining the competitive advantages of trade enterprises and measures to support them are substantiated, which determines the strategic focus of their activities on creating a favorable environment and innovation infrastructure. The proposed approach is a permanently important prerequisite for the formation of priority areas of innovative development of trade enterprises in the production and implementation of universal and specific solutions in the field of strategic management and the formation of competitive advantages. It is emphasized that in the current conditions of innovative development it is necessary to form the necessary economic changes to maintain the level of competitiveness, in particular to take into account the benefits and achievements of the information economy. The proposed measures

will increase the effectiveness of information and analytical support for innovation activities of trade enterprises by creating an analytical environment based on information retrieval systems. The introduction of such provisions allows all trade enterprises to develop new competitive advantages in the formation of leading positions in the market of goods and services, improve access to information and cooperation between the subjects of the innovation process.

Key words: *competitiveness, trade, information society, enterprise, strategy.*

Постановка проблеми. Сучасний стан світової економіки зазнав значного падіння через спалах пандемії коронавірусу. Кризові явища охопили весь світ та вплинули на електронну комерцію, створивши передумови для її бурхливого розвитку. Порівнюючи з офлайн-торгівлею, продаж онлайн стає більш популярним в умовах нових технологій, комп'ютерів і мобільних телефонів. Розвиток інформаційно-комунікаційної бази значно змінив життя людей і вплинув на розвиток підприємств торгівлі. Пандемія переконливо довела, що електронна торгівля може бути чудовим рішенням для споживачів та одночасно підвищувати рівень конкурентоспроможності й економічної активності як внутрішньої, так і міжнародної торгівлі.

Саме тому підприємства торгівлі, які хочуть залишитися конкурентоспроможними, але ще не встигли адаптуватися до сучасних умов, стикаються з певними проблемами. Зокрема, скороченням попиту, зниження можливостей конкурувати з іншими підприємствами в умовах дії обмежувальних заходів та, в кінцевому підсумку, закриття підприємств. Щоб унеможливити негативну дію зовнішніх умов функціонування, бізнесу доводиться змінювати цілі, адаптувати ведення торгівлі за допомогою інформаційно-комунікаційних засобів для підвищення рівня конкурентоспроможності та стабілізації фінансового стану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням формування напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі присвятили наукові праці такі вчені, як Базилевич В.Д. [1], Назаров М.І. [2], Булах І.В. [3], Бучинська Т.В. [4]. Серед іноземних робіт, у яких розглянуто загальні проблеми конкурентоспроможності та формування конкурентних умов діяльності, слід виділити праці М. Портера [5], Ф. Хайека [6], К.Р. Макконела [7] та ін. Слід зазначити, що незважаючи на значну увагу науковців до пошуку шляхів вирішення проблем підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств торгівлі, у тому числі в сучасних умовах інформатизації та широкого проник-

нення інформаційно-комунікаційних технологій в усі сфери життя, питанню забезпечення конкурентоспроможності, як дієвого механізму стабілізації діяльності та підвищення її прибутковості у короткостроковій та довгостроковій перспективах, приділено недостатньо уваги. Таким чином виникає нагальна необхідність вирішення актуального питання щодо змістовного уточнення поняття конкурентоспроможності підприємств торгівлі в умовах формування інформаційного суспільства та обґрунтування шляхів забезпечення їх конкурентних переваг.

Метою статті є дослідження теоретичних основ та обґрунтування практичних рекомендацій щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі в умовах становлення інформаційної економіки та трансформації існуючих моделей ведення бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність вважається одним з найважливіших факторів існування й розвитку підприємств торгівлі в умовах інформаційної економіки. Саме тому вивчення підходів до розуміння поняття конкуренції, умов її формування та отримання конкурентних переваг є головним завданням, яке дає змогу сформувати ефективну стратегію торгівлі на ринку в сучасних умовах.

Поняття «конкуренція» означає змагання суб'єктів за найвигідніші умови збуту і виробництва товарів та отримання прибутків. Вперше явище «конкуренції» проаналізував А. Сміт [8], який дійшов до висновку, що конкуренція – це сукупність цілеспрямованих дій з досягнення певної мети. Серед сучасних дослідників теорії конкуренції слід виділити М. Портера, на думку якого для ведення успішної конкурентної боротьби необхідно виробити особливу стратегію, метою якої має бути забезпечення переваг над конкурентами та їх утримання протягом довгострокового періоду часу. Способи досягнення цієї мети безпосередньо пов'язані з появою нових технологій. Суттєвої конкуренції зазнають підприємства торгівлі, які працюють в умовах інформаційної економіки, застосовуючи інформаційно-комунікаційні технології.

Економічні дослідження показують, що конкуренція має, як негативні, так і позитивні риси. Серед негативних ознак можна виділити: економічні кризи виробництва, перехід до недобросовісної конкуренції, хижацьке використання ресурсів. Позитивними наслідками конкуренції є те, що вона є двигуном економічного прогресу, стимулятором матеріальних, фінансових та трудових ресурсів. Крім того, конкуренція спонукає до постійного оновлення асортименту товару та спостереження за науково-технічним прогресом.

Систематизація праць науковців, які досліджували проблеми забезпечення конкурентоспроможності, дозволила виділити певні класифікаційні ознаки, за якими можна ідентифікувати види економічної конкуренції підприємств торгівлі (табл. 1).

В сучасних умовах здатність забезпечення можливості конкурувати є важливою умовою для розвитку і функціонування підприємства загалом. Процес впровадження конкурентних переваг має впроваджуватися поетапно і чітко на всіх рівнях управління. Завдання забезпечення конкурентоспроможності підприємства має враховувати його ресурсні, соціальні, економічні чинники. Саме тому, виділено стратегічні напрями забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі (рис. 1).

Крім того, формування, розвиток та підвищення продуктивності інтелектуального капіталу будь-якого підприємства є однією з головних

умов переходу України на вищий рівень соціально-економічних відносин.

Один з дослідників інтелектуального капіталу Т. Стюарт [9] розумів під ним, сукупність знань організації, яка забезпечує конкурентоспроможність усього підприємства. Знання є певною рушійною силою, яка гарантує не тільки конкурентну позицію на ринку, а й генерує прибуток. Тобто можна сказати, що вірне використання інтелектуального капіталу персоналу може спричинити такі позитивні наслідки для підприємства в цілому: професійна розробка стратегій підприємства, низький рівень браку продукції, підвищення якості товару, а отже й високий рівень конкурентоспроможності. Наявність певних професійних навичок дозволить підвищити інноваційну спрямованість підприємства, що дозволить їй залучати фінансові ресурси і мобілізувати внутрішні фінансові резерви. Також активне використання інтелектуального капіталу дозволить підприємству адаптуватися до торгівлі в умовах інформаційної економіки. Багато з сучасних підприємств здійснюють онлайн-торгівлю на рівні з продажем оффлайн, що дозволяє їм продовжувати конкурувати та займати стабільно високий рівень конкурентоспроможності. Одним із прикладів забезпечення онлайн-торгівлі є система електронних публічних закупівель «Прозорро».

Можливість участі в електронній торгівлі зацікавлює покупців, але висуває певні умови, пов'язані з розвитком інформаційно-комуні-

Таблиця 1

Характеристика підходів до класифікації видів конкуренції підприємств торгівлі

Класифікаційні ознаки	Види конкуренції
Залежно від застосованих дій	– цінова – за рахунок зниження витрат виробництва; – нецінова – використання законних способів зниження цін з метою залучення споживачів.
За характером цінової конкуренції	– пряма – сповіщає, про зниження цін; – прихована – новий товар з істотно підвищеними споживчими властивостями та незначно підвищеною ціною.
Залежно від масштабу	– місцева; – регіональна; – національна; – міжнаціональна; – глобальна.
За ступенем інтенсивності	– помірної – дії суб'єктів підтримують конкурентоспроможне середовище; – жорстока для об'єкта – суб'єкт поглинає/знищує об'єкт з сегмента функціонування; – жорстока для суб'єкта – об'єкт поглинає/знищує суб'єкт з сегмента функціонування.

Джерело: побудовано на основі [6; 7]



Рис. 1. Стратегічні напрями забезпечення конкурентних переваг підприємств торгівлі

Джерело: побудовано на основі [1; 9]

каційних технологій. По-перше однією з таких вимог є потреба в постійному стабільному інтернет-зв'язку. Саме стабільність інтернет-мережі забезпечує участь суб'єктів в електронних аукціонах. Протягом таких аукціонів, учасники змагаються з конкурентами, намагаються запропонувати найнижчу ціну, яка може забезпечити достатній прибуток підприємству.

По-друге, однією з найважливіших умов є забезпечення інформаційної безпеки підприємства з метою уникнення несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації. Такою може бути сума цінової пропозиції, з якою вони реєструються для участі в аукціоні. При цьому витік конфіденційної інформації від учасника до його конкурента надає можливості іншим підприємствам перемогти в аукціоні.

Звичайно, якщо правильно користуватися електронною системою закупівель і забезпечувати потрібну інформаційну безпеку, можна досягти значних успіхів в просуванні товарів, отриманні прибутків та виході на новий рівень конкурентоспроможності. Отже, використання інформаційно-комунікаційних технологій має досить багато переваг, дозволяє розширити ринок збуту продукції або надання послуг. Окрім цього, учасники вітчизняної системи електро-

них закупівель можуть набувати необхідного досвіду і розуміння процедур, які застосовуються в секторі публічних закупівель ЄС. А це означає, що застосування інформаційно-комунікаційних технологій в сферу торгівлі дозволить вирішити не тільки оперативні питання збуту підприємств, а й розвинути їх стратегічні конкурентні переваги.

Необхідно відмітити, що конкурентні переваги підприємств торгівлі не є постійними, їх потрібно утримувати та розробляти шляхи вдосконалення сфер діяльності, що є трудомістким та вартісним процесом. Збереження конкурентних переваг залежить від багатьох факторів, до яких можна віднести наступні:

- *інновації*. Для утримання положення лідерства інноваційний процес є необхідним для конкуренції більш високого рангу. Строки впровадження інновацій повинні дорівнювати строкам їх можливого повторення конкурентами або бути коротшими;

- *відмова від наявної конкурентної переваги для отримання нової*. Це є важливим фактором для реалізації стратегії, яка гарантує сталу конкурентну позицію на ринку.

Стратегія формування нових конкурентних переваг зазвичай базується на взаємодії умов

функціонування підприємства та факторів, які формують його потенціал (інтелектуальний капітал підприємства, знання, досвід, навички, ринкові досягнення, конкурентні можливості). Також існують певні заходи щодо підтримки й посилення конкурентних переваг підприємств (табл. 2). Відповідно до заходів, які повинні проводитися для підвищення конкурентоспроможності та утриманні конкурентної переваги, можна зрозуміти, що створення сприятливого середовища та інноваційної інфраструктури є одним з найважливіших завдань підприємств торгівлі в умовах інформаційної економіки.

Однією з основних проблем у діяльності вітчизняних підприємств торгівлі є недостатня розвиненість інноваційної інфраструктури. Виникає завдання створення таких інфраструктур, які б дали змогу виявляти новітні результати науково-технічних досліджень та розробок, зміцнювати взаємодію підприємства і наукових організацій.

У сучасних умовах інноваційного розвитку слід формувати необхідні для підтримки рівня конкурентоспроможності економічні зміни, зокрема:

- формування інформаційного ринку праці, єдиної інформаційної системи;
- створення моделей «віртуального» партнерства;
- збільшення значення інформаційних ресурсів в інноваційному потенціалі економічних систем;
- формування єдиного інноваційно-інформаційного простору для взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності;

- забезпечення інтеграції України у світовий простір;
- забезпечення вільного доступу науки до інформації щодо результатів науково-технічних досліджень;
- формування системи інформаційно-аналітичного середовища інноваційної діяльності;
- впровадження сучасних методів передачі й обробки інформації в інноваційній сфері.

Важливою метою переходу від експортно-сировинної моделі розвитку економіки на інноваційну є створення новітньої інфраструктури, яка сприятиме вдосконаленню інформаційного простору інноваційної діяльності.

Варто виділити наступні етапи інноваційного циклу: виникнення ідеї, проведення досліджень, розробка зразків, комерціалізація продукту та реалізація інноваційної продукції. Але кожний з перерахованих етапів потребує певного набору інформації: науково-технічної, комерційної, маркетингової, патентної, правової, фінансової та статистичної.

Для підвищення ефективності інформаційно-аналітичної підтримки інноваційної діяльності треба регулярно підвищувати внутрішню активність інноваційного середовища завдяки методичній, цілеспрямованій і постійній роботі програмних продуктів, що передбачають обслуговування інформаційних потреб суб'єктів інноваційних процесів.

Застосування системи інформаційно-аналітичного середовища інноваційної діяльності матиме наступні переваги:

- вдосконалення інформаційного простору інноваційної діяльності;
- економія фінансових ресурсів;

Таблиця 2

Характеристика наявних конкурентних переваг та заходів з їх підтримки

Вид переваги	Заходи щодо підтримки конкурентної переваги
Економічні	Зниження витрат за рахунок систематичного вдосконалення техніки та зростання кваліфікації персоналу.
Технологічні	Регулярне відстеження та впровадження інновацій, систематичне підвищення кваліфікації фахівців.
Маркетингові	Моніторинг маркетингової діяльності з метою усунення причин невдач; проведення рекламної кампанії.
Екологічні	Дотримання екологічних стандартів; проведення контролю показників екологічності сировини та інших матеріалів.
Соціально-психологічні	Регулярний перегляд мотивації працівників, здійснення з споживачами зворотного зв'язку.
Управлінські	Здійснення контролю на кожному етапі діяльності підприємства; розвиток кадрового потенціалу.

– економія часу (так як витрачається мінімальна кількість часу для пошуку партнерів, транспортування, збут, укладання контрактів, платіжні операції);

– забезпечення доступу до різних джерел інформації;

– відстеження появи нових інноваційних ідей;

– наявність інформації щодо потенційних партнерів, які задіяні в інноваційному процесі;

Така система інформаційно-аналітичного середовища дає можливість підприємствам отримати конкурентні переваги у формуванні лідерських позицій на ринку товарів і послуг. На цій основі виникає спроможність підприємств в невеликі терміни збільшити джерела інформації та їх обсяг для просування продукції. Підприємства можуть легко забезпечити діалог з майбутніми покупцями, використовуючи Інтернет-простір. Система спроможна покращити побудову партнерських відносин, замінити форми взаємодії між постачальниками та покупцями та покращити взаємозв'язок між суб'єктами інноваційного процесу. Також втілення такої моделі сприяє збільшенню інвестицій та зацікавленості у виробленні кінцевого товару.

Висновки. Проведене дослідження дало змогу уточнити низку понять, що дозволило удосконалити понятійний апарат, який характеризує особливості забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі в умовах інформаційної економіки. Встановлено, що ви-

користання інформаційно-комунікаційних ресурсів надасть можливість підприємствам створити нові переваги у порівнянні з конкурентами та підвищити його конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Обґрунтовано, що інноваційна стратегія є головною стратегією якісного підвищення конкурентоспроможності підприємств. Запропоновано бачення інноваційного розвитку як системного процесу вдосконалення діяльності підприємств в умовах інформаційної економіки для збільшення обсягів суспільного виробництва товарів і послуг, підвищення їх конкурентоспроможності, прискорення науково-технічного прогресу.

Доведено, що в процесі підвищення здатності до конкуренції формування інноваційних стратегій, підтримка інноваційного розвитку економічних суб'єктів, застосування інструментів стратегічного управління інноваційним розвитком є вкрай важливими.

Сформовано пропозиції щодо посилення ефективності інформаційно-аналітичної підтримки інноваційної діяльності для всіх суб'єктів інноваційної діяльності. Їх суть полягає в формуванні аналітичного середовища на підставі інформаційно-пошукових систем. Впровадження таких положень дає змогу всім підприємствам виробити нові конкурентні переваги у формуванні передових позицій на ринку товарів і послуг, покращити доступ до інформації та співпрацю між суб'єктами інноваційного процесу.

Список літератури:

1. Базилевич В.Д. Конкурентоспроможність національної економіки. Київ : КНУ імені Т.Г. Шевченка. 2017. 574 с.
2. Булах І.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сфери телекомунікацій : монографія. Донецьк : ДРУК-ІНФО, 2010. 244 с.
3. Бучинська Т.В. Конкурентоспроможність персоналу як основний чинник підвищення ефективності діяльності підприємства. *Науковий вісник*. 2016. Випуск 10. Ч. 1. С. 74–77.
4. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л. Конкурентоспроможність підприємства. Львів : Видавництво Львівського торгівельно-економічного університету. 2016. С. 149–170.
5. Макконел К.Р., Брю С.Л. Економікс: принципи, проблеми и политика. Москва : ИНФРА-М, 2003. 972 с.
6. Назаров М.І. Конкурентоспроможність регіону: суть та властивості. *Ефективна економіка*. 2013. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2438> (дата звернення: 10.02.2022).
7. Сміт Адам. Дослідження про природу і причини багатства народу. Київ : Наш формат, 2018. 736 с.
8. Томас Стюарт. Інтелектуальний капітал. Нове джерело багатства організацій. Москва : Покоління, 2007, 368 с.
9. Хайек Ф. Зміст конкуренції. *Сучасна конкуренція*. 2009. № 3(15). С. 18–97.
10. Maarten Smeets. Adapting to the digital trade era: challenges and opportunities. World Trade Organization. 2021. URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/adtera_e.htm (дата звернення: 12.02.2022).
11. Philippe de Woot. Rethinking the enterprise: competitiveness, technology and society. A Greenleaf Publishing Book. London. 2014. 120 p.
12. Michal Ekkert, Monika Szynek. Modern innovative and information technologies in the development of society. Katowice School of Technology. 2019. URL: <https://eugov.chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/Modern-Innovative-and-Information-Technologies-in-the-Development-of-Society.pdf> (дата звернення: 01.02.2022).

References:

1. Bazilevich V.D. (2017) Konkurentospromozhnist natsionalnoi ekonomiky [Competitiveness of the national economy]. Kyiv: Taras Shevchenko National University of Kyiv. (in Ukrainian)
2. Bulah I.V. (2010) Otsinka konkurentospromozhnosti pidpriemstva sfery telekomunikatsii: monohrafiia [Assessment of the competitiveness of the enterprise in the field of telecommunications: a monograph]. Donetsk: PRINT-INFO. (in Ukrainian)
3. Buchinska T.V. (2016) Konkurentospromozhnist personalu yak osnovnyi chynnyk pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva [Competitiveness of staff as a major factor in improving the efficiency of the enterprise]. *Scientific bulletin*, vol. 10, 1, pp. 74–77. (in Ukrainian)
4. Vasilziv T.G., Lupak R.L. (2016) Konkurentospromozhnist pidpriemstva [Competitiveness of enterprise]. Lviv: Lviv University of Trade and Economics Publishing House. (in Ukrainian)
5. Macconel K.R., Bru, S.L. (1992) Ekonomiks: printsipyi, problemy i politika [Economics: principles, problems and politics]. Moscow: Republic. (in Russian)
6. Nazarov M.I. (2013) Konkurentospromozhnist rehionu: sut ta vlastyvoli [Competitiveness of the region: essence and properties]. *Efficient economy*, vol. 10. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2438> (accessed 10 February 2022).
7. Smith Adam (2018) Doslidzhennia pro pryrodu i prychny bahatstva narodu [Research on the nature and causes of the wealth of people]. Kyiv: Our format. (in Ukrainian)
8. Stewart Thomas. (2007) Intelektualnyi kapital. Nove dzherelo bahatstva orhanizatsii [Intellectual capital. A new source of wealth for organization. «Generation»]. Moscow: Pokolinnia. (in Ukrainian)
9. Hayek, F. (2009). Zmist konkurentsii [The content of competition]. *Modern competiton*, vol. 3(15), pp. 18–87. (in Ukrainian)
10. Maarten Smeets (2021) Adapting to the digital trade era: challenges and opportunities. World Trade Organization. Available at: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/adtera_e.htm (accessed 12 February 2022).
11. Philippe de Woot (2014) Rethinking the enterprise: competitiveness, technology and society. London.
13. Michal Ekkert, Monika Szynek (2019) Modern innovative and information technologies in the development of society. Katowice School of Technology. Available at: <https://eugov.chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/Modern-Innovative-and-Information-Technologies-in-the-Development-of-Society.pdf> (accessed 01 February 2022).