

Муха Р.А., к.е.н., старший викладач, Тернопільський національний
економічний університет

Особливості функціонування підприємств України та основні проблеми
їх розвитку

Features of the functioning of Ukrainian enterprises and the main problems of
their development

Анотація. У статті проаналізовано динаміку кількості підприємств за видами економічної діяльності в Україні та фінансові результати від їх функціонування. Виділено основні проблеми розвитку підприємницької діяльності на рівні усієї країни та внутрішнього середовища підприємства. Встановлено важливість ефективного використання маркетингового потенціалу для успішного функціонування підприємств.

Аннотация. В статье проанализирована динамика количества предприятий по видам экономической деятельности в Украине, финансовые результаты от их функционирования. Выделены основные проблемы развития предпринимательской деятельности на уровне всей страны и внутренней среды предприятия. Установлена важность эффективного использования маркетингового потенциала для успешного функционирования предприятий.

Annotation. The article analyzes the dynamics of the number of enterprises by types of economic activity in Ukraine and the financial results from their functioning. There are highlighted the main problems of entrepreneurial activity development at the level of the whole country and the internal environment of the enterprise. The importance of effective use of marketing potential for successful operation of enterprises is established.

Ключові слова: підприємництво, підприємницька діяльність, потенціал підприємства, маркетинговий потенціал .

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательская деятельность, потенциал предприятия, маркетинговый потенциал.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial activity, potential of the enterprise, marketing potential.

Постановка проблеми. Підприємництво в Україні є визначальним чинником зростання сучасної національної економіки. Саме цей вид господарської діяльності виступає найбільш поширеною формою реалізації свободи для основної кількості громадян України. Підприємництво виступає основою для формування здорової економічної конкуренції, забезпечення зайнятості на території нашої держави та сприяє підтриманню добробуту великої частини населення країни. Воно здійснює вагомий внесок в розвиток економіки країни, сприяє задоволенню попиту на товари та послуги масового споживання. Однією з найважливіших характеристик підприємницької діяльності є акумулювання творчого потенціалу, легке впровадження нововведень у сферу своєї діяльності та швидше адаптивним до змін у мінливому ринковому середовищі. Саме тому, особливо актуальним є окреслення основних проблем діяльності суб'єктів господарювання різних галузей народного господарства та причин їх неефективної діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичним та практичним питанням щодо особливостей функціонування підприємств різних галузей народного господарства та основним проблемам їх розвитку присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, таких як: Т.С. Бистрова, В.М. Гончаров, Н.Р. Кадилович, О.І. Комишан, І.А. Маринич, С.С. Сергеев, Л.І Телишевська, З.О. Тягунова, Н.М. Тягунова, Г.С. Мерзликина, Л.С. Шаховская та інших. Однак, наявне мінливе ринкове середовище вимагає необхідність окреслити та виділити основні проблеми розвитку сучасних підприємств різних галузей народного господарства.

Метою статті є розробка теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо вдосконалення діяльності підприємств різних видів діяльності через визначення основних проблем їх функціонування.

Виклад основного матеріалу. Характерною особливістю сучасного ринкового середовища та конкурентних відносин між підприємствами є мінливість зовнішнього середовища, сильний конкурентний тиск, високі темпи інноваційного розвитку, зростання вимог споживачів, що зумовлюють

підприємства швидко визначати основні проблеми функціонування, загрози та можливості розвитку, запроваджувати нові та більш ефективні методи управління діяльністю підприємства.

Аналізуючи динаміку кількості підприємств у розрізі галузей народного господарства за період 2015-2016рр. (табл. 1) можна відзначити тенденцію до зниження їх кількості на 37071 од. або на 10,8%.

Таблиця 1

Кількість підприємств за видами економічної діяльності*

Вид економічної діяльності	2015р.	2016 р.	Відносне відхилення%
Всього	343440	306369	89,2
сільське, лісове та рибне господарство	46800	45045	96,3
промисловість	42916	39082	91,1
будівництво	29254	24489	83,7
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	93798	82281	87,7
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	15100	13714	90,8
тимчасове розміщування й організація харчування	7785	6587	84,6
інформація та телекомунікації	13633	11954	87,7
фінансова та страхова діяльність	4368	3797	86,9
операції з нерухомим майном	31949	30065	94,1
професійна, наукова та технічна діяльність	29843	24903	83,4
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	15565	13662	87,8
освіта	2085	1875	89,9
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	4320	3937	91,1
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	2109	1708	81
надання інших видів послуг	3915	3270	83,5

* Джерело: розроблено автором на основі статистичних даних [1]

На сучасному етапі розвитку національної економіки найбільша кількість підприємств зосереджена у оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів, частка в загальному обсязі у 2015р. становила 27,3%. Загальна кількість цих підприємств у 2016 р. знизилась на 11517 од., або на 12,3%, а питома вага підприємств у загальному обсязі за видами економічної діяльності скоротилась на 3,3%.

Видом діяльності, у якій зосереджена найменша кількість підприємств, є освіта, оскільки у 2015р. у ній зосереджені 2085 од. суб'єктів господарювання, що у 2016р. їх кількість зменшилася 10,1%. Найбільш стрімке скороченням кількості підприємств спостерігалось у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку період залишилася кількість підприємств сільського, лісового та рибного господарства, зміна відбулася на 3,7% у напрямі зменшення, а також у сфері операцій з нерухомим майном – зменшення кількості лише на 5,9%.

Скорочення кількості підприємств господарювання свідчить про важкий стан справ у підприємницькій діяльності. Підтвердженням цього є фінансові результати підприємств до оподаткування за видами економічної діяльності у 2015-2016 рр., які подані у табл.2.

Загалом, результатом діяльності підприємств усіх видів діяльності за 2015-2016 рр. був збиток. У 2015р. він становив 340126,6 млн. грн., а у 2016р. його величина зменшилася на 317251,6 млн. грн. Звичайно, сам факт фінансового результату у вигляді збитку є негативним явищем, однак, тенденція до зменшення його величини є позитивною тенденцією. Частка підприємств, які одержали прибуток у 2016р. знизилася на 0,3% і становила 73,4%.

Сферами діяльності, у яких у 2016р. відзначився фінансовий результат у вигляді прибутку були:

- сільське, лісове та рибне господарство, величина прибутку становила – 90661,0 млн. грн., однак, спостерігалася тенденція його зменшення на 329728,2 млн. грн. у порівнянні з 2015р. Також знизилася частка прибуткових підприємств на 0,7%;

- освіта – вид діяльності, що вказує позитивний стабільний напрям розвитку. За два досліджувані роки суб'єкти господарювання отримували прибутки – 105,3% та 112,4%, зріст становив 6,7%, хоча кількість підприємств знизилася на 3,8%;

- оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – у досліджуваній період спостерігається позитивна тенденція переходу від збиткового фінансового результату у розмірі -80564,3 млн. грн. до

прибутку – 7115,8 млн. грн., хоча частка прибуткових підприємств знизилася на 0,4%;

Таблиця 2

Фінансові результати підприємств до оподаткування за видами економічної діяльності у 2015 -2016 рр.

	Фінансовий результат до оподаткування, млн.грн.		Підприємства, які одержали прибуток (у % до загальної кількості)	
	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016р.
Усього	-340126,6	-22875,0	73,7	73,4
сільське, лісове та рибне господарство	103137,6	90661,0	88,5	87,8
промисловість	-181360,9	-11841,0	72,9	72,7
будівництво	-25074,1	-8902,0	71,1	70,7
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	-80564,3	7115,8	76,1	75,7
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	-13921,8	12239,0	70,9	71,6
тимчасове розміщування й організація харчування	-7094,4	-1863,4	71,9	71,6
інформація та телекомунікації	-10166,6	4240,6	71,0	68,8
фінансова та страхова діяльність	-171,3	-91777,0	63,3	62,9
операції з нерухомим майном	-63470,1	-40260,7	60,6	60,1
професійна, наукова та технічна діяльність	-47964,1	23942,2	69,6	68,5
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-9425,1	-5737,2	69,3	70,1
освіта	105,3	112,4	71,5	67,7
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	-961,1	158,4	69,8	69,6
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-3489,2	-1214,7	62,6	61,5
надання інших видів послуг	293,5	251,6	72,5	72,4

* Джерело: розроблено автором на основі статистичних даних [1]

- транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – позитивній прибутковій діяльності підприємств (12239,0 млн. грн. у 2016р.) передував період збиткового функціонування (-13921,8 млн. грн. у 2015р.), також

позитивом є зростання частки прибуткових підприємств цієї сфери діяльності на 0,7%;

- інформація та телекомунікації – ситуація покращилася у порівнянні з 2015р. , підприємства вийшли на позитивний напрям діяльності та одержали прибуток у розмірі 4240,6 млн. грн. (частка прибуткових підприємств знизилася на 2,2%);

- професійна, наукова та технічна діяльність – значне покращення стану діяльності підприємств цієї сфери (прибуток у розмірі 4240,6 млн. грн.);

- надання інших видів послуг – хоча прибуток від цієї діяльності знизився на 14,3%, однак підприємства працювали позитивно.

Загалом, суб'єкти господарювання в процесі свого функціонування зустрічаються з рядом проблем, які значно стримують їх розвиток, перешкоджають запровадженню інновацій та призводять до банкрутства, узагальнюючи усі вищезазначені дослідження, доцільно визначити такі основні проблеми розвитку підприємницької діяльності в Україні, зокрема:

- недосконала система оподаткування та звітності;
- надмірні ціни на енергоносії, сировину та матеріали;
- поганий доступ до кредитних ресурсів та інвестицій, зокрема, високі відсоткові ставки за користування банківськими кредитами;

- непрозорість відносин суб'єктів, що представляють підприємництво, та владою;

- відсутність сприятливого інвестиційного клімату в країні.

- надмірне втручання держави у господарську діяльність суб'єктів господарювання;

- низький рівень правової культури (нехтування нормами національного законодавства) з боку посадовців органів публічної влади та самих підприємців [2].

На рівні власне підприємств і їх внутрішнього середовища, основними проблемами, які перешкоджають успішній діяльності, можна визначити:

- низька продуктивність праці та вмотивованість працівників;

- обмежені виробничі потужності для нарощування обсягів виробництва;
- високі витрати часу на підготовку податкових документів, ухилення від оподаткування, проведення тіньових операцій та виведення капіталу за межі країни та інші факти порушення норм господарського права;
- невисокий рівень кваліфікації підприємців, що значно ускладнює перспективи інноваційного розвитку;
- неефективний менеджмент, що спричиняє до зниження конкурентоспроможності підприємств;
- недостатність коштів у підприємців для розвитку власної справи.

Ще однією з ключових внутрішніх проблем, які стримують розвиток підприємств, є неповне використання підприємствами свого виробничого потенціалу, загалом, та маркетингового потенціалу, зокрема. Наявність у підприємств значних виробничих потужностей, унікального устаткування та фахівців у поєднанні із несистематичним вивченням ринку і жорсткістю конкуренції виражається у скороченні обсягів продажу та масштабів діяльності. Як наслідок цієї ситуації - підприємство не контролює свою нішу на ринку, постійно погіршує та втрачає свої ринкові позиції та зменшує основне джерело фінансування розвитку виробництва – прибуток [3].

У таких умовах функціонування підприємств на ринку спостерігається підвищення ролі та значення маркетингу як засобу досягнення мети в процесі обліку, аналізу, планування та контролю функціонування підприємства. Стратегічним завданням підприємства стає найбільш повне використання маркетингового потенціалу через виявлення невикористаних раніше резервів і більш ефективного використання наявних ресурсів. Саме управління маркетинговим потенціалом зможе прискорити розвиток сучасних підприємств та вирішити проблеми посилення їх конкурентоспроможності на конкурентному ринку [4].

Під маркетинговим потенціалом підприємства розуміють сукупну здатність маркетингової системи забезпечувати його постійну

конкурентоспроможність, економічну й соціальну кон'юнктуру його товару на ринку, завдяки проведенню ефективних маркетингових заходів у сфері дослідження попиту, товарної, цінової, комунікативної і збутової політики, а також організації стратегічного планування й контролю за якістю товару, поведженням конкурентів і споживачів на ринку [3].

Маркетинговий потенціал виступає складовою частиною загального потенціалу підприємства та відповідає за забезпечення постійної конкурентоспроможності товару підприємства на ринку. Від його рівня розвитку залежить ефективність використання виробничого, фінансового, інформаційного та інших потенціалів підприємства [5]. Місце та складові маркетингового потенціалу представлені на рис. 1.

Основними показниками, що дають змогу охарактеризувати маркетинговий потенціал підприємства є:

- співвідношення продукції, що реалізована до товарної продукції;
- частка ринку;
- темпи зміни фізичного обсягу виробництва;
- конкуренти;
- диверсифікація продукції;
- диверсифікація клієнтів;
- фізичний попит на продукцію підприємства;
- професійний склад кадрів;
- співвідношення частки ринку і ємності ринку;
- співвідношення індексу продукції, яка реалізована, й індексу інфляції;
- частка матеріальних витрат у собівартості продукції;
- співвідношення можливості задоволення ринкових потреб до потреб споживачів; постачальники сировини та товарів тощо [7].

Оцінивши основні складові маркетингового потенціалу та проаналізувавши вищевказані показники, підприємство може визначити основні недоліки маркетингової діяльності.



Рис. 1. Місце та складові маркетингового потенціалу *

* Джерело: Розроблено автором на основі [5; 6]

На основі результатів аналізу можна сформулювати базові цілі та напрями вдосконалення маркетингу і формувати стратегію розвитку маркетингового потенціалу підприємства.

Висновки. Сучасні підприємства різних сфер діяльності перебувають у досить складному стані і основними причинами цього є проблеми як на загальнодержавному рівні, так і на рівні, власне кожного окремого підприємства. Одним із ключових факторів успішного функціонування підприємств є ефективне використання наявного маркетингового потенціалу підприємства. Усі

елементи маркетингового потенціалу підприємства повинні бути узгодженими та спрямованими на досягнення однієї мети – зростання ефективності діяльності підприємства, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню ефективності використання ресурсів підприємства, досягнення основних цілей підприємства та зміцненню ринкових позицій та конкурентоспроможності продукції. Загалом, розвиток маркетингового потенціалу сприяє підвищенню рівня кваліфікації персоналу, удосконалення інформаційної системи підприємства, власної збутової мережі, впливає на процес формування та підвищення прибутковості підприємства.

Бібліографічний список

1. Державна служба статистики України: Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Дорожня карта розвитку підприємництва в Україні: 2015-2016 роки – К.: Центр громадської експертизи, Центр міжнародного приватного підприємництва, 2014. – 20 с.

3. Телишевська Л.І. Маркетинговий потенціал у підвищенні прибутковості підприємства [Електронний ресурс] / Л.І. Телишевська, О.І. Комишан, С.С. Сергєєв // Механізм регулювання економіки. – 2012. - №3. – С. 126-132.- Режим доступу:

http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/articles/issue_8/L_I_Telishevskaja_H_I_Komyshan_S_S_SergeyevMarketing_potential_in_increasing_profitability_of_company.pdf

4. Тягунова Н.М. Маркетинговий потенціал роздрібних торговельних підприємств споживчої кооперації України [Електронний ресурс] / Н.М. Тягунова, З.О. Тягунова // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2010. - №4 (43). – С. 172-178. – Режим доступу:http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&I

5. Маринич І. А. Наукові підходи до формування потенціалу підприємства / І. А. Маринич, Н. Р. Кадилович. – Л. : Изд-во НЛТУ, 2011. – Вип. 20.15. – 224 с.

6. Гончаров В.М. Управління маркетинговим потенціалом на переробних підприємствах в умовах ринкової економіки [Електронний ресурс] / В.М. Гончаров, Т.С. Бистрова // Теоретичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. – Том. 1. - №2. - Режим доступу: <http://journals.urau.ua/index.php/2225-6407/article/view/24122>

7. Мерзликина Г.С., Шаховская Л.С. Оценка экономической состоятельности предприятия. – С.Пб.: Санкт-Петербургский госуд. ун-т, 1996. – 160 с.

Mukha R.A., Ph.D., senior lecturer in economy of enterprise and corporations, Ternopil national economic university, Ternopil.

Features of the functioning of Ukrainian enterprises and the main problems of their development

Summary. The article analyzes the dynamics of the number of enterprises by types of economic activity in Ukraine for the period 2015-2016 year. According to the results of the analysis, a tendency of decreasing in the number of economic entities has established. The financial results from the operation of the enterprises have analyzed and noted the difficult situation at the enterprises of various spheres of activity. During the period of research, most enterprises have received a financial result in the form of a loss. Exceptionally, enterprises of such fields as agriculture, forestry, fisheries and education, which operated stably with the profit. The main problems of entrepreneurial activity development have highlighted. At the level of the whole country, the main problems have determined an imperfect taxation system, high prices for electricity, raw materials, difficulty access to credit resources, unfavorable investment climate, and a low level of legal culture. At the enterprise's internal level, the main problems have

determined low productivity and employee motivation, ineffective management, lack of funds, and others. The importance of effective use of marketing potential for successful operation of the enterprise was established. Management of the marketing potential will be able to accelerate the development of modern enterprises and solve problems of increasing their competitiveness in a competitive market. The article defines the place of marketing potential in the overall potential of the enterprise. The main components of marketing potential highlighted: the level of personnel qualification, marketing information system, market share, company image, sales network and others. The article highlighted the main indicators can be used in the assessment of marketing potential at the enterprise.