

Секція 3. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ТА ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

ПРІОРИТЕТНИЙ КОНКУРЕНТ ДОРОЖНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЙ

*Суконна Н. Г., здобувач вищої освіти-магістрант 1 року навчання,
ninulya.sukonnaya@gmail.com*

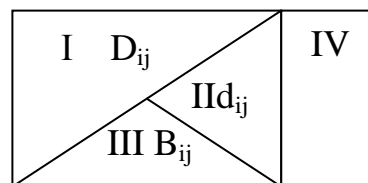
*Науковий керівник: Догадайло Я. В., к. е. н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Функціонування в сучасних умовах зобов'язує кожне підприємство слідкувати за зовнішнім середовищем, враховувати дії конкурентів, передбачати зміни у всіх складових загального середовища у їх взаємозв'язку для забезпечення економічної результативності - категорії, що відображає успіх операційної діяльності.

Вибір саме пріоритетного конкурента дозволить не розподіляти свої обмежені ресурси на всю сукупність існуючих конкурентів, а сконцентрувати свою увагу на найбільш вагомому з них. Це сприятиме розробці оптимальної стратегії, що враховує особливості діяльності найвпливовішого та найнебезпечнішого конкурента. Існуючі методи аналізу конкурентного середовища [1-8] не можуть бути повністю застосовані для вибору пріоритетного конкурента підприємства в сучасних умовах. Вони або ідентифікують конкурентів з однаковими стратегіями, але не мають точних кількісних характеристик [3-5], або використовують математичний апарат при виборі, але ураховують не всі потрібні параметри [6], або навпаки мають узагальнений та суб'єктивний характер, але дуже швидкі та прості у розрахунках [7, 8]. Більшість зазначених недоробок відсутня у розробці [1], в якій запропоновано використовувати для вибору пріоритетного конкуренту підприємства поле конкуренції. Останнє уявляє собою таблицю, в якій вихідні дані представлені у вигляді матриці, рядки, якої описують сегменти ринку, а стовпці – конкурентів, що виділені. Дана розробка не враховує динамічність підприємства, як системи, не розкриває сам механізм здійснення вибору пріоритетного конкуренту та пристосована безпосередньо для вантажних автотранспортних підприємств, тому її використання саме іншими підприємствами є неможливим. В роботі [2] запропоновано поле конкуренції для вибору пріоритетного конкуренту підприємств дорожнього господарства, алгоритм вибору

пріоритетного конкуренту для дорожнього підприємства та ураховано динамічність підприємства як системи, шляхом додавання в складову клітину поля конкуренції сектору динаміки. Але з цієї роботи [2] не зовсім зрозуміло яким чином сектор динаміки заповнюється та на підставі даних за який період та розрахунків здійснюється процес заповнення, що в умовах нестабільного зовнішнього середовища є не прийнятним. Отже не існує методично-практичних рекомендацій щодо вибору пріоритетного конкуренту, які б могли бути використані будь-яким підприємством в нестабільних умовах функціонування при застосуванні фінансової звітності, складеної згідно з чинними стандартами бухгалтерського обліку України (СБОУ) [9].

Автором, на підставі врахування динаміки розвитку підприємства, як необхідного допоміжного аргументу при виборі пріоритетного конкуренту, удосконалено інформаційну базу його вибору доповненням кожної клітини поля конкуренції сектором динаміки, що враховує динаміку чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), та узгодженням складових клітини з чинними СБОУ [9] (рисунок 1). Для забезпечення можливості застосування доданого сектору були розроблені умовні позначення, що відображають характер зміни в обсягах чистого доходу кожного



I – D_{ij} - чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) i -того підприємства (конкуренту) в j -му сегменті ринку, тис. грн.;

II – d_{ij} – частка i -го підприємства в j -му сегменті ринку, %;

III – B_{ij} – питома вага чистого доходу від реалізації j -го виду продукції (товару, роботи, послуги) в загальному чистому доході i -го підприємства, %;

IV – сектор динаміки чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) i -того підприємства (конкуренту) в j -му сегменті ринку.

Рисунок 1 – Удосконалений склад клітини поля конкуренції

підприємства (конкуренту). Динаміка розглядається за період від трьох до п'яти років, шляхом розрахунку темпів росту чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) i -того підприємства (конкуренту) в j -му сегменті ринку Застосування сектору динаміки дозволить сформулювати уявлення про тенденції роботи кожного з кон-

курентів в окремих ринкових сегментах, а значить і доповнити уявлення про стратегічну значущість окремих сегментів для підприємства, що досліджується. Процес вибору пріоритетного конкуренту згідно запропонованим елементам поля конкуренції доцільно реалізовувати в шість етапів: побудова поля конкуренції; циклічний відбір для підприємства, що досліджується, чергового конкуренту у порядку зменшення стратегічної значущості виду діяльності (сегменту ринку); ідентифікація найнебезпечніших конкурентів у відібраному ринковому сегменті; аналіз позиції підприємства у ринковому сегменті; формування певного списку потенційних пріоритетних конкурентів за результатами аналізу кожного ринкового сегменту підприємства; встановлення пріоритетного конкуренту. Даля був пристосований до вимог чинних СБОУ детальний алгоритм здійснення процесу вибору пріоритетного конкуренту представлено. В якості базової концепції вибору застосовано значення критичної пропорції часток ринку двох незалежних конкурентів – 2:1. Згідно дослідженням відсутність різкої різниці у значеннях ринкових часток суттєво підвищує активність підприємств у боротьбі за конкурентні переваги і навпаки перевищення вищенаведеної пропорції свідчить про затухання конкурентної боротьби [6, 10]. Безпосередньо вибір здійснюється за допомогою бальної оцінки кожного конкуренту за обраними видами діяльності на підставі даних поля конкуренції, в результаті якої формується реєстр пріоритетних конкурентів, на його підставі визначається пріоритетний конкурент. Реєстр пріоритетних конкурентів – це матриця, у рядках якої записуються бали за видами діяльності, набрані певними конкурентами, а у стовпчиках відображаються бали за видами діяльності по кожному конкуренту. Конкурент, який набрав максимальну кількість балів є пріоритетним. Отже, аналіз поля конкуренції запропонованим чином враховує структуру продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства та упорядковує конкурентів за рівнем близькості їх ринкових часток до частки досліджуваного підприємства за кожним видом продукції (товарів, робіт, послуг) з урахуванням характеру тенденцій зміни чистого доходу від останнього. Таким чином обирається пріоритетний конкурент, ринкові частки якого найближчі до ринкових часток найвагоміших видів діяльності досліджуваного підприємства на протязі тривалого періоду часу. Перевагами удосконалених методичних основ вибору пріоритетного конкурента підприємства є узгодженість елементів поля конкуренції з існуючими стандартами

бухгалтерського обліку України, застосування математичного апарату та врахування під час вибору не тільки всіх видів продукції (товару, роботи, послуги) підприємства, але і характеру динаміки чистого доходу від даного виду продукції (товару, роботи, послуги). Отже запропоновані методично-практичні рекомендації щодо вибору пріоритетного конкуренту можуть бути використані будь-яким підприємством в сучасних умовах господарювання.

В свою чергу, врахування специфіки діяльності здійснюється в полі конкуренції [1], в першій колонці поля - сегменти ринку, які визначаються видами діяльності, що здійснює підприємство. Виділені типові сегменти ринку дорожньої продукції (товарів, робіт, послуг) в полі конкуренції для підприємств дорожнього господарства на сьогодні вже відповідають чинним нормативним документам: Закону України «Про автомобільні дороги» [11] та ДСТУ 8747:2017. «Автомобільні дороги. Види та переліки робіт з ремонтів та експлуатаційного утримання» [12]. А саме, в роботі [13] було сформовано перелік чотирнадцяти типових сегментів ринку дорожньої продукції (товарів, робіт, послуг), що відповідає вимогам сучасного законодавства (таблиця 1).

Таблиця 1 - Поле конкуренції підприємств дорожнього господарства [13]

№	Назва сегменту ринку	Назва конкуренту						Ємність ринку, грн
		1	2	...	i	...	n	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Будівництво міжнародних та національних автомобільних доріг (а/д)							E_1
2	Будівництво регіональних та територіальних а/д							E_2
3	Будівництво обласних та районних а/д							...
4	Реконструкція а/д							...
5	Капітальний ремонт а/д							...
6	Поточний ремонт а/д							...
7	Експлуатаційне утримання а/д							...
8	Виробництво асфальто-цементобетону							...
9	Виробництво, переробка кам'яних матеріалів							E_j
10	Виробництво бетонних, залізобетонних конструкцій							...
11	Виробництво піску							...
12	Виробництво інших будівельних матеріалів							...

1	2	3	4	5	6	7	8	9
13	Будівельні, ремонтні послуги (робота за прямими договорами)							...
14	Інші види діяльності та виробництва							E_m
Загальний чистий дохід підприємства, тис. грн		D_1	D_2	...	D_i	...	D_n	$\sum_{i=1}^n D_i = \sum_{j=1}^m E_j$

Таким чином, удосконалено методичний підхід до вибору пріоритетного конкуренту, що дозволяє здійснювати об'єктивний його вибір з застосуванням математичного апарату; врахуванням динамічності підприємства як системи та виявленням стратегічної значущості кожного виду продукції (товару, робіт, послуг), що випускається підприємством, що досліджується. А стосовно підприємств дорожнього господарства для вибору пріоритетного конкуренту доцільно використовувати вищенаведену таблицю.

Література.

1. Шинкаренко В.Г., Бондаренко А.С. Установление приоритетных конкурентов автотранспортных предприятий. *Економіка транспортного комплексу*. 2000. № 3. С. 55–59.
2. Світлична Я.В., Стеценко О.М. Визначення пріоритетного конкурента дорожнього підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2003. № 6. С. 109–115.
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика : учеб. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Финпресс, 2008. 496 с.
4. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебн. для вузов / пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцевой, М. И. Соколовой. Москва : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. 576 с.
5. Томпсон А.А., Питерс М., Гэмбл Д., Стрикленд А. Д. Стратегический менеджмент. Создание конкурентного преимущества. Концепции и ситуации для анализа: 19-е изд. / пер. с англ. Н. Лавской, Н. Коневской. Москва : Вильямс, 2016. 800 с.
6. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: монография. Москва : Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с.
7. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / пер. с англ. С. Жильцова. Санкт-Петербург : Питер, 1999. 416 с.
8. Симонова Н.Е. Методы анализа рынка: учеб. пос. Москва : Экспертное бюро, 2000. 128 с.
9. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07 лют. 2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#n17> (дата звернення: 02.11.2019).

10. Воронкова А.Э. Интегральный показатель конкурентоспособного потенциала предприятия *Вестник Харьковского государственного политехнического университета*. 1999. № 62. С. 155–159.

11. Про автомобільні дороги : Закон України від 03 жовт. 2019 р. № 155-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2862-15> (дата звернення: 07.09.2020).

12. ДСТУ 8747:2017. Автомобільні дороги. Види та переліки робіт з ремонтів та експлуатаційного утримання [Чинний з 2020-01-01]. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2018. 19 с. (Національний стандарт України)

13. Догадайло Я. В. Вибір пріоритетного конкуренту підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2020. № 35. С. 144 – 159.

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ МИТНІ ОПЕРАЦІЇ

*Гетьман Р. А., здобувач вищої освіти 4 року навчання,
getman.ruslana2000@gmail.com*

*Науковий керівник: Ачкасова Л. М., к. е. н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Важливість наукового аналізу такої категорії, як митні процедури обумовлюється декількома причинами. По-перше, визначення змісту та сутності митних процедур, як особливого виду процедурної діяльності уповноважених державних органів в сфері державної митної справи є важливим з точки зору визначення особливостей їх модернізації в рамках здійснення загальної адміністративно-правової реформи, пристосування до сучасних принципів та прийомів публічного адміністрування. По-друге, положення Угоди про Асоціацію України та ЄС визначають необхідність наближення низки положень митного законодавства України до правил, встановлених Митним кодексом ЄС, що, зокрема, обумовлює необхідність узгодження понятійного апарату та класифікації митних процедур. Адже в цьому аспекті існують певні розбіжності між українським законодавством та міжнародно-правовими стандартами, що створює труднощі не лише на рівні наукового аналізу, але й на рівні визначення найбільш ефективних прийомів та способів правового регулювання для кожного з видів митних процедур.

В юридичній науці існують різні погляди щодо визначення поняття та змісту «митні операції». Б. М. Габрічидзе сформулював наступне визначення митних операцій: «Це – контроль за дотриманням порядку переміщення товарів і майна, огляд предметів,