

## РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

### ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСТІЙКОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

### THE PERSPECTIVE RESEARCH DIRECTIONS OF COMPETITIVE-STABILITY IN MODERN CONDITIONS

УДК 339.17

**Верхоглядова Н.І.**

д.е.н., професор,  
проректор з науково-педагогічної  
та навчальної роботи  
Придніпровська державна  
академія будівництва та  
архітектури

*Стаття присвячена виявленню перспективних напрямків дослідження конкурентостійкості в сучасних умовах. Висвітлено основні підходи до визначення сутності поняття конкурентостійкості. Досліджено основні ознаки, притаманні конкурентостійкості, як об'єкту наукового пізнання.*

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентостійкість, ознака, управління.

*Статья посвящена выявлению перспективных направлений исследования конкурентоустойчивости в современных условиях. Освещены основные подходы к определению сущности понятия конкуренто-*

*стойчивости. Исследованы основные признаки, присущие конкурентоустойчивости, как объекту научного познания.*

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоустойчивость, признак, управление.

*The article is devoted to identifying promising areas of research competitive-stability in modern conditions. When covering the main approaches to defining the essence of the concept competitive-stability, as an object of scientific knowledge were researched.*

**Key words:** competition, competitiveness, competitive-stability, feature, management.

**Постановка проблеми.** Конкуренція виступає рушійною силою будь-яких змін, задаючи спрямування розвитку та визначаючи можливі його траєкторії. Саме тиск з боку конкурентів змушує суб'єктів ринку оновлювати техніку, впроваджувати новітні технології, шукати нові, більш прогресивні методи підвищення власної ефективності. Водночас, в ринкових умовах лише конкурентоспроможні суб'єкти здатні розвиватися, незважаючи на протидію конкурентів. Тому розвиток підприємства в умовах конкурентного середовища безпосередньо залежить від здатності забезпечити високий рівень його конкурентоспроможності та утримати його протягом тривалого періоду часу. Отже постає нагальна проблема дослідження конкурентостійкості підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сутність поняття конкурентостійкості підприємства досліджувалася багатьма вченими. Так, Єфременко О.В. [3] здійснено морфологічний аналіз сутності поняття «конкурентостійкість підприємства», вивчено

види конкурентостійкості. Докладно сутність поняття конкурентостійкості досліджували в своїх роботах Сімех Ю.А. [4], Дикань В.Л. [2], Тридід О.М. [5], Чернега В.В. [6]. Чорна М.В. досліджувала конкурентостійкість підприємств, виділяючи ознаки та умови її виникнення [8] та досліджено методологію оцінки конкурентостійкості на прикладі підприємств торговельної галузі [9]. Крім того, авторкою встановлено взаємозв'язок основних понять теорії конкурентоспроможності, серед яких конкурентний потенціал, конкурентна перевага, ключові компетенції, конкурентоспроможність та конкурентостійкість [7]. На основі ґрунтовної оцінки конкурентоспроможності та конкурентостійкості пропонує здійснювати вибір конкурентної стратегії підприємства, розробивши власний методичний підхід Булах І.В. [1]. На галузевому рівні проблеми управління конкурентостійкістю розглянуто в роботах В.Г. Щербак, зокрема в статті [10], розглянуто фактори впливу на конкурентостійкість, одним з яких є бренд-капітал галузі. Поняття конкурентостійкості тісно пов'язано з

поняттям конкурентоспроможності, сутність та методи оцінки якої досліджено в роботах багатьох науковців. Незважаючи на велику кількість наукових досліджень в зазначеній сфері, багато проблем пов'язаних з визначенням сутності конкурентостійкості та проведенням її оцінки лишаються нерозв'язаними.

**Постановка завдання.** На основі викладеного можна сформулювати завдання, яке полягає у висвітленні перспективних напрямків дослідження конкурентостійкості підприємств в сучасних умовах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В сучасних умовах мінливість складного та турбулентного середовища функціонування сучасних підприємств обумовлюють необхідність пошуку нових способів їх виживання. Надзвичайної актуальності, в цьому контексті постає проблема забезпечення конкурентостійкості підприємств. При цьому існують досить різноманітні підходи до визначення сутності поняття конкурентостійкості.

Відмінності в підходах економістів щодо сутності конкуренції знаходять своє відображення і при розгляді категорії конкурентостійкості. Основне завдання кожного дослідника, який вивчає проблеми конкурентоспроможності підприємства, полягає у визначенні критеріїв, а також знаходженні джерел і чинників конкурентостійкості. Однак тут очевидно стає колосальна смислова заплутаність, невизначеність понять і значень.

Так, Булах І.В. визначає конкурентостійкість як забезпечення мінімального рівня тактичної конкурентоспроможності [1, с. 5], тобто розглядає конкурентостійкість у взаємозв'язку з поняттям конкурентоспроможності на тактичному рівні управління. Водночас, можна дискутувати щодо того, що конкурентостійкість стосується забезпечення лише тактичної конкурентоспроможності, не характеризуючи її стратегічний рівень.

Єфременко О.В. трактує конкурентостійкість як здатність зберегти протягом певного проміжку часу свою конкурентоспроможність та її запас за допомогою використання, формування, підтримки або розвитку конкурентних переваг [3]. Таке визначення є більш широким і досить повно характеризує конкурентостійкість та її сутність, враховуючи динамічний характер цієї категорії та її зв'язок з конкурентоспроможністю.

Висновки щодо динамічного характеру поняття конкурентостійкості дотримуються й інші науковці. Так, в своїх дослідженнях Дикань В.Л. стверджує, що конкурентостійкість відображає динаміку змін конкурентоспроможності підприємства та характеризується як динамічний процес специфічних відносин між виробниками однієї й тієї ж або аналогічної продукції, тобто мова йде про сталість положення на ринку одного виробника стосовно до іншого [2].

Дещо спрощеною є трактовка Чернеги В.В., згідно якої конкурентостійкість відображає сучасний стан підприємства і є можливістю підприємства втримати свою нішу на ринку товарів та/або розширити її [6, с. 15]

Сімах Ю.А. розглядає конкурентостійкість підприємства трохи з інших позицій, трактуючи її як комплексну економічну характеристика ефективного функціонування підприємств в умовах конкуренції у довгостроковій перспективі. При цьому, на її думку конкурентостійкість забезпечується не лише наявністю конкурентоспроможності, але й стійкості суб'єкта господарювання [4, с. 15].

На думку Чорної М.В. конкурентоспроможність відображає здатність підприємства забезпечувати конкурентоспроможність і підтримувати цей стан в умовах впливу зовнішніх факторів [7, с. 188]. Тридід О.М. характеризує це поняття як здатність підприємства протистояти дестабілізуючому впливу факторів зовнішнього середовища в порівнянні з конкурентами [5, с. 76].

Під конкурентостійкістю суб'єкта підприємницької діяльності розуміється здатність збереження та відтворення параметрів якісної і кількісної визначеності його конкурентних позицій протягом фіксованого проміжку часу. Стійкість конкурентних позицій є самостійною конкурентною перевагою підприємства.

Конкурентна позиція може виявитися рівною мірою стійкою або нестійкою до впливу різних обставин, обумовлених рівнем конкурентоспроможності підприємства, ступенем інтенсивності власних конкурентних дій, а також станом його зовнішнього оточення, а також зміною сили її конкурентів. Кожне підприємство впливати на своє оточення, але одночасно воно само, постійно долаючи різні бар'єри конкурентного позиціонування, піддається зовнішньому впливу. Віра у власну пер-

манентну конкурентну стійкість недоречна в серйозному бізнесі. Досвідчений суб'єкт бізнесу зазвичай діє, ґрунтуючись на припущенні про те, що його позиції є нестійкими, а нерідко – і вельми нестійкими, і йому, отже, необхідно постійно дбати про стримування конкурентів, а також про посилення власної конкурентоспроможності та інтенсифікації конкурентних дій.

Ставка на інтенсифікацію конкуренції не може бути успішною, якщо суб'єкти бізнесу забувають про ступінь результативності, раціональності, послідовності і обґрунтованості конкурентних дій. Ступінь результативності конкурентних дій виявляється в величині конкурентних переваг, завдяки яким фірма виявляється спроможною здійснювати захоплення і утримання конкурентних позицій. Необхідність утримання конкурентних позицій як наслідок їх захоплення обумовлює важливість забезпечення стійкості цих позицій.

Ступінь стійкості конкурентних позицій залежить від двох груп чинників. Перша група чинників пов'язана з внутрішніми умовами ділової діяльності. Такими є конкурентний потенціал суб'єктів підприємницького бізнесу, рівень їх реальної конкурентоспроможності, характер застосовуваних напрямків, видів і методів конкурентних дій.

Найперспективніший метод визначення міцності конкурентної позиції підприємства – кількісна оцінка ключових факторів успіху, конкурентних ресурсів і можливостей. Велику частину інформації для оцінки конкурентного становища підприємства дають такі етапи дослідження, як аналіз галузі і конкуренції, що виявляє ключові чинники успіху і конкурентні можливості, що визначають лідерство або відставання підприємства від своїх конкурентів. Вивчення і порівняльна оцінка конкурентів дозволяють виявити переваги та можливості суперників у витратах, якості товару, споживчій цінності, іміджі і репутації підприємства, фінансовій стійкості, технологічних можливостях, швидкості виведення на ринок нових товарів, можливості поширення, наявності конкурентно значущих ресурсів і можливостей.

Аналіз ланцюжка цінності, стратегічний аналіз витрат і інші види визначення конкурентоспроможності підприємства по витратах – необхідні заходи, але їх недостатньо.

Для більш точної оцінки конкурентних можливостей і позицій, підприємству слід вивчити ряд додаткових факторів, а саме: перспективи зміцнення (послаблення) конкурентної позиції підприємства при збереженні діючої стратегії; місце підприємства серед основних конкурентів за наявністю ключових факторів успіху, міцності конкурентної позиції і ресурсних можливостей; наявність (відсутність) конкурентної переваги; стійкість підприємства до рухів галузі, конкурентного тиску, можливих дій конкурентів.

В даний час ринок неможливий без конкуренції. Вона є своєрідною силою, яка штовхає виробника на скорочення витрат виробництва, нарощування обсягу збуту, поліпшення якості продукції в боротьбі за споживача. Цим пояснюється актуальність пошуку і реалізації оптимальної конкурентної стратегії поведінки підприємства на ринку.

Конкурентна стратегія компанії будується на використанні сильних в конкурентному відношенні сторін і зміцненні слабких. Крім того, ті сильні сторони компанії, які є слабкими сторонами конкурентів, – кращий плацдарм для наступальних ініціатив.

Варто виділити наступні визначальні характеристики конкурентостійкості підприємства:

1. Конкурентостійкість одночасно є характеристикою реального і потенційного стану суб'єкта підприємницької діяльності, що відбиває як його поточний стан, так і динаміку розвитку.

2. Конкурентостійкості властивий елемент мінливості. Конкурентна сила і фактори успіху, які забезпечують конкурентостійкість суб'єкта підприємницької діяльності сьогодні, завтра вже не зможуть бути перевагами конкурентних позицій суб'єкта підприємництва.

3. Конкурентостійкість – поняття відносне і не є іманентною якістю суб'єкта підприємництва. Це означає, що конкурентостійкість організації може бути виявлена (оцінена) лише в рамках групи суб'єктів підприємницької діяльності, що займаються певним видом економічної діяльності. Конкурентні позиції можна виявити тільки порівнянням між собою суб'єктів підприємництва, як в масштабі регіону так і в масштабі країни.

4. Відносні характеристики даного явища завжди характеризують рівень розвитку. Тому

найбільш складним є оцінка рівня конкурентних позицій, тобто виявлення характеристик конкурентної переваги.

5. Конкурентостійкість суб'єкта підприємницької діяльності відображає її відмінність від суперників протягом тривалого періоду часу, тобто має стратегічний характер.

6. Конкурентостійкість – поняття, яке підлягає дослідженню на різних рівнях. При цьому, на початковому рівні досліджується – конкурентоспроможність товарів підприємства, на наступному – конкурентостійкість суб'єкта підприємницької діяльності. Між цими рівнями існує взаємозв'язок.

7. Конкурентостійкість суб'єктів підприємницької діяльності оцінюється не тільки споживачем, і самим виробником, а й іншими зацікавленими сторонами в діяльності суб'єкта підприємницької діяльності.

8. Для суб'єктів підприємництва, економічна діяльність яких пов'язана з виробництвом, конкурентні позиції відображає продуктивність використання ресурсів суб'єктом підприємницької діяльності.

Таким чином, конкурентостійкість суб'єкта підприємницької діяльності багаторівнева і багатофакторна категорія. Для аналізу і оцінки конкурентних позицій суб'єктів підприємства необхідно структурувати суб'єкт конкурентної боротьби, виділити чинники конкурентоспроможності чіткіше охарактеризувати склад елементів конкурентних позицій, виявити їх взаємозв'язок.

Аналіз економічної літератури показує, що конкурентостійкість підприємства як економічна категорія знаходить свою опрацювання в працях економістів в недостатній мірі. При цьому більшість дослідників фокусує свою увагу на розгляді або конкурентоспроможності продукції, або конкурентоспроможності підприємств.

Так, при оцінці конкурентостійкості суб'єкта підприємницької діяльності використовуються два основні підходи. Згідно першого оцінка конкурентостійкості суб'єкта підприємницької діяльності пов'язують з оцінкою його конкурентоспроможності в цілому та оцінкою конкурентоспроможності його продукції, за іншим – оцінку конкурентостійкості суб'єкта підприємницької діяльності пов'язують з оцінкою ефективності його діяльності.

Будучи тісно взаємопов'язаними, ці підходи оцінки мають і суттєві відмінності. По-перше, конкурентоспроможність продукції може оцінюватися і досліджуватися в будь-який малий з економічної точки зору проміжок часу (місяць, тиждень, день). При визначенні конкурентоспроможності, а отже і конкурентостійкості суб'єктів підприємницької діяльності розглядається більш тривалий проміжок часу (рік, життєвий цикл продукції); по-друге, конкурентоспроможність нової продукції, що випускається суб'єктом підприємницької діяльності, може бути «заздалегідь» високою, адже вона пов'язана з хорошим іміджем суб'єкта підприємницької діяльності як виробника високоякісної продукції; по-третє, аналіз рівня конкурентостійкості суб'єкта підприємницької діяльності здійснюється ним самим, а оцінка конкурентоспроможності продукції – прерогатива споживача цього товару; по-четверте, конкурентоспроможність продукції розглядається стосовно кожного її виду, а конкурентні позиції суб'єкта підприємництва охоплюють всю різноманітну номенклатуру продукції, а отже конкурентостійкість суб'єктів підприємницької діяльності є значно ширшим поняттям, ніж оцінка конкурентоспроможності його продукції.

У ринковій системі господарювання, категорії «конкурентостійкості» і «конкурентоспроможності» є одними з ключових, тому що в них виражаються економічні, науково-технічні, виробничі, організаційно-управлінські, маркетингові можливості не тільки окремого підприємства, галузі, а й економіки країни. Ці можливості реалізуються в товарах і послугах, що конкурують з аналогами як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Розглянуті категорії, характеризують систему державного і суспільного устрою країни, міру її здатності забезпечити стійкий динамічний розвиток економіки і пов'язаний з цим добробут суспільства.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Поняття конкурентостійкості дозволяє створювати, контролювати розвиток і формувати потенціал виробничої системи за всіма його складовими на високому якісному рівні. Забезпечуючи конкурентостійкість виробничої системи необхідно орієнтуватися на параметри ведучого конкурента галузі та міжнародні нормативи і стандарти.

Конкурентостійкість залежить від наявності конкурентних переваг, конкурентоспроможного потенціалу та конкурентоспроможності товару, крім того повинна бути досягнута фінансово-економічна стійкість функціонування виробничої системи. Для досягнення конкурентостійкості важливим моментом є дотримання алгоритму дій щодо вибору зони господарювання, сектора, ринкової ніші залежно від привабливості для виробника і споживача. Потенціал підприємства визначає конкурентний статус, який повинен забезпечувати стійку виробничо-господарську діяльність у вибраному сегменті ринку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Булах І.В. Вибір конкурентної стратегії підприємства: методичний підхід / І.В. Булах // *Економіка і організація управління*. – Випуск № 2 (8). – 2010. – С. 25-32.
2. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоспособности предприятия: Монография. – Х.: Основа, 1995. – 160 с.
3. Єфременко О.В. Конкурентостійкість підприємства: поняття та види [Електронний ресурс] / О.В. Єфременко // *Вісник Східноукраїнського національного університету імені В. Дала*. – № 2. – Ч. 2. – 2010. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/VSUNU/2010\\_2\\_2/Index.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSUNU/2010_2_2/Index.htm)
4. Сімах Ю.А. Визначення поняття конкурентостійкості підприємства / Ю.А. Сімах // *Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія «Економічні науки»*. – 2007. – Т. X, № 1. – С. 12-16.
5. Тридід О.М. Комплексна оцінка конкурентного статусу підприємства // *Економіка розвитку. ХНЕУ*. – 2002. – № 2 (22). – С. 75-76.
6. Чернега В.В. Формування механізму забезпечення стійкості підприємства на основі розвитку підприємництва: Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук (08.06.01) / Нац. ун-т харч. техн. – Київ, 2006. – 21 с.
7. Чорна М.В. Взаємозв'язок основних понять теорії конкурентоспроможності / М.В. Чорна // *«Вісник СумДУ. Серія Економіка»*. – № 2. – 2009. – С. 186-191.
8. Чорна М.В. Конкурентостійкість підприємств: ознаки та умови виникнення / М.В. Чорна // *Вісник Хмельницького національного університету*. – № 1. – 2009. – С. 41-44.
9. Чорна М.В. Методологія оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі / М.В. Чорна // *Вісник Хмельницького національного університету*. – № 4. – Т. 1. – 2009. – С. 218-221.
10. Щербак В.Г. Оцінка впливу величини бренд-капіталу галузі на його конкурентостійкість / В.Г. Щербак // *Економіка і управління*. – № 2. – 2010. – С. 87-92.

#### REFERENCES:

1. Bulakh I.V. Vybir konkurentnoyi stratehiyi pidpryyemstva: metodychnyy pidkhd / I.V. Bulakh // *Ekonomika i orhanizatsiya upravlinnya*. – Vypusk No 2 (8). – 2010. – S. 25-32.
2. Dykan' V.L. Obespechenye konkurentnostoychyvosty predpryyatyya: Monohrafyya. – Kh.: Osnova, 1995. – 160 s.
3. Yefremenko O.V. Konkurentostiykist' pidpryyemstva: ponyattya ta vydy [Elektronnyy resurs] / O.V. Yefremenko // *Visnyk Skhidnoukrayins'koho natsional'noho universytetu imeni V. Dalya*. – No 2. – Ch. 2. – 2010. – Rezhym dostupu: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/VSUNU/2010\\_2\\_2/Index.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSUNU/2010_2_2/Index.htm)
4. Simekh Yu.A. Vyznachennya ponyattya konkurentostiykist' pidpryyemstva / Yu.A. Simekh // *Visnyk Mizhnarodnoho Slov'yans'koho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*. – 2007. – T. X, No 1. – S. 12-16.
5. Trydid O.M. Kompleksna otsinka konkurentnoho statusu pidpryyemstva // *Ekonomika rozvytku. KhNEU*. – 2002. – No 2 (22). – S. 75-76.
6. Cherneha V.V. Formuvannya mekhanizmu zabezpechennya stiykosti pidpryyemstva na osnovi rozvytku pidpryyemnystva: Avtoref. dys. na zdob. nauk. stup. kand. ekon. nauk (08.06.01) / Nats. un-t. kharch. tekhn. – Kyviv, 2006. – 21 s.
7. Chorna M.V. Vzayemozv'yazok osnovnykh ponyat' teorii konkurentnospromozhnosti / M.V. Chorna // *«Visnyk SumDU. Seriya Ekonomika»*. – No 2. – 2009. – S. 186-191.
8. Chorna M.V. Konkurentostiykist' pidpryyemstv: oznaky ta umovy vynyknennya / M.V. Chorna // *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*. – No 1. – 2009. – S. 41-44.
9. Chorna M.V. Metodolohiya otsinky konkurentostiykosti pidpryyemstv torhivli / M.V. Chorna // *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*. – No 4. – T. 1. – 2009. – S. 218-221.
10. Shcherbak V.H. Otsinka vplyvu velychyny brend-kapitalu haluzi na yoho konkurentostiykist' / V.H. Shcherbak // *Ekonomika i upravlinnya*. – No 2. – 2010. – S. 87-92.