

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 339.17

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСТІЙКОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ THE PERSPECTIVE RESEARCH DIRECTIONS OF COMPETITIVE-STABILITY IN MODERN CONDITIONS

Верхоглядова Н.І.

доктор економічних наук, професор,
проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Статтю присвячено виявленню перспективних напрямів дослідження конкурентостійкості в сучасних умовах. Висвітлено підходи до визначення сутності поняття конкурентостійкості. Досліджено основні ознаки, притаманні конкурентостійкості як об'єкта наукового пізнання.

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

Статья посвящена выявлению перспективных направлений исследования конкурентоустойчивости в современных условиях. Освещены подходы к определению сущности понятия конкурентоустойчивости. Исследованы основные признаки, присущие конкурентоустойчивости как объекта 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. The basic features of competitive-stability, as an object of scientific knowledge were researched.

Keywords: competition, competitiveness, competitive-stability, feature, management.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Конкуренція є рушійною силою будь-яких змін, задаючи напрям 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 у 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, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор. Сутність поняття конкурентостійкості підприємства досліджувалася багатьма вченими. Так, О.В. Єфременко [3] здійснено морфологічний аналіз сутності

поняття «конкурентостійкість підприємства», вивчено види конкурентостійкості. Докладно сутність поняття конкурентостійкості досліджували у своїх роботах Ю.А. Сімех [4], В.Л. Дикань [2], О.М. Тридід [5], В.В. Чернега [6]. М.В. Чорна досліджувала конкурентостійкість підприємств, виділяючи ознаки та умови її виникнення [8], та методологію оцінювання конкурентостійкості на прикладі підприємств торговельної галузі [9]. Крім того, авторкою встановлено взаємозв'язок основних понять теорії конкурентоспроможності, зокрема: «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, І.В. Булах [1]. На галузевому рівні проблеми управління конкурентостійкістю розглянуто в роботах В.Г. Щербак, зокрема, у статті [10] розглянуто фактори впливу на конкурентостійкість, одним з яких є бренд-капітал галузі. Поняття конкурентостійкості тісно пов'язаний із

поняттям «конкурентоспроможність», сутність та методи оцінювання якої досліджено в роботах багатьох науковців. Незважаючи на велику кількість наукових досліджень у зазначеній сфері, багато проблем, пов'язаних із визначенням сутності конкурентостійкості та проведенням її оцінки, залишаються невирішеними.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є висвітлення перспективних напрямів дослідження конкурентостійкості підприємств в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У сучасних умовах функціонування сучасних підприємств зумовлюють необхідність пошуку нових способів їх виживання. Надзвичайної актуальності в цьому контексті набуває проблема забезпечення конкурентостійкості підприємств. При цьому існують досить різноманітні підходи до визначення сутності поняття конкурентостійкості.

Відмінності в підходах економістів щодо сутності конкуренції зображені й під час аналізу категорії «конкурентостійкість». Основне завдання кожного дослідника, який вивчає проблеми конкурентоспроможності підприємства, полягає у визначенні критеріїв, а також знаходженні джерел і чинників конкурентостійкості. Однак тут очевидною стає колосальна смислова заплутаність, невизначеність понять і значень.

Так, І.В. Булах 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, що конкурентостійкість стосується забезпечення лише тактичної конкурентоспроможності, не характеризуючи її стратегічний рівень.

О.В. Єфременко трактує конкурентостійкість як здатність зберегти протягом певного 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, у своїх дослідженнях В.Л. Дикань стверджує, що конкурентостійкість зображає динаміку змін конкурентоспроможності підприємства та характеризується як динамічний процес специфічних відносин між виробниками однієї й тієї самої або аналогічної продукції, тобто мова йде про сталість положення на ринку одного виробника до іншого [2].

Дещо спрощеною є трактовка В.В. Чернеги, відповідно до якої конкурентостійкість зображає сучасний стан підприємства та є можливістю

підприємства втримати свою нішу на ринку товарів та/або розширити її [6, с. 15].

Ю.А. Сімех 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 думку автора, конкурентостійкість забезпечується не лише наявністю конкурентоспроможності, а й стійкості суб'єкта господарювання [4, с. 15].

М.В. Чорна вважає, що конкурентоспроможність зображає здатність підприємства забезпечувати конкурентоспроможність і підтримувати цей стан в умовах впливу зовнішніх факторів [7, с. 188]. О.М. Тридід характеризує це поняття як здатність підприємства протистояти дестабілізуючому впливу факторів зовнішнього середовища порівняно з конкурентами [5, с. 76].

Під конкурентостійкістю суб'єкта підприємницької діяльності розуміється здатність збереження та відтворення параметрів якісної та 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, зумовлених рівнем конкурентоспроможності підприємства, рівнем інтенсивності власних конкурентних дій, а також станом його зовнішнього оточення, зміною сили її конкурентів. Кожне підприємство може впливати на своє оточення, але водночас воно само, постійно долаючи різні бар'єри конкурентного позиціонування, піддається зовнішньому впливу. Віра у власну перманентну конкурентну стійкість недоречна в серйозному бізнесі. Досвідчений суб'єкт бізнесу зазвичай діє, ґрунтуючись на припущенні про те, що його позиції є нестійкими, а нерідко – дуже нестійкими, а 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 рівень результативності, раціональності, послідовності й обґрунтованості конкурентних дій. Рівень результативності конкурентних дій виявляється у величині конкурентних переваг, завдяки яким фірма є спроможною здійснювати захоплення й утримання конкурентних позицій. Необхідність утримання конкурентних позицій, і як наслідок, їх захоплення, зумовлює важливість забезпечення стійкості цих позицій.

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

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

Аналіз ланцюга цінності, стратегічний аналіз витрат та інші види визначення конкурентоспроможності підприємства щодо витрат – необхідні заходи, але їх недостатньо. Для більш точного оцінення конкурентних можливостей і позицій підприємству необхідно вивчити низку додаткових факторів, а саме:

- перспективи зміцнення (послаблення) конкурентної позиції підприємства для збереження наявної стратегії;

- місце підприємства серед основних конкурентів за наявністю ключових факторів успіху, міцності конкурентної позиції та ресурсних можливостей;

- наявність (відсутність) конкурентної переваги;

- стійкість підприємства до рушіїв галузі, конкурентного тиску, можливих дій конкурентів.

У цей час ринок неможливий без конкуренції. Вона є своєрідною силою, яка штовхає виробника на скорочення витрат виробництва, збільшення обсягу збуту, поліпшення якості продукції в боротьбі за споживача. Цим пояснюється актуальність пошуку й 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.

Виділимо такі визначальні характеристики конкурентостійкості підприємства:

1. Конкурентостійкість водночас є характеристикою реального й потенційного стану суб'єкта підприємницької діяльності, що зображає як поточний його 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 й не є іманентною якістю суб'єкта підприємництва. Це означає, що конкурентостійкість організації може бути виявлена (оцінена) лише в межах групи суб'єктів підприємницької діяльності, що займаються певним видом економічної діяльності. Конкурентні позиції можна виявити лише порівнянням між собою суб'єктів підприємництва як у межах регіону, так і в межах країни.

4. Відносні характеристики цього явища завжди характеризують рівень розвитку. Тому найбільш складним є оцінення рівня конкурентних позицій, тобто виявлення характеристик конкурентної переваги.

5. Конкурентостійкість суб'єкта підприємницької діяльності зображає 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 лише споживачем і 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 зображають продуктивність використання ресурсів суб'єктом підприємницької діяльності.

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

Аналіз економічної літератури показує, що конкурентостійкість підприємства як економічна категорія висвітлена в працях економістів недостатньою мірою. При цьому більшість дослідників акцентує свою увагу на розгляді або конкурентоспроможності продукції, або конкурентоспроможності підприємств.

Так, у процесі оцінювання конкурентостійкості суб'єкта підприємницької діяльності використовуються два основні підходи: оцінку конкурентостійкості суб'єкта підприємницької діяльності пов'язують з оцінкою його конкурентоспроможності в цілому та оцінкою конкурентоспроможності його продукції; оцінку конкурентостійкості суб'єкта підприємницької діяльності пов'язують з оцінкою ефективності його діяльності.

Але ці підходи мають і суттєві відмінності. По-перше, конкурентоспроможність продукції

може оцінюватися й досліджуватися в будь-який малий, з економічної точки зору, проміжок часу (місяць, тиждень, день). Під час визначення конкурентоспроможності, а отже, 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, оскільки 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 оцінення 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 оцінення конкурентоспроможності його продукції.

У ринковій системі господарювання категорії «конкурентостійкість» і «конкурентоспроможність» є одними з ключових, тому що в них зображені економічні, науково-технічні, виробничі, організаційно-управлінські, маркетингові можливості не лише 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 й суспільного устрою країни, міру її здатності забезпечити стійкий динамічний розвиток економіки та пов'язаний із цим добробут суспільства.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Конкурентостійкість дає змогу створювати, контролювати розвиток і формувати потенціал виробничої системи за всіма його складниками на високому якісному рівні. Забезпечуючи конкурентостійкість виробничої системи, необхідно орієнтуватися на параметри провідного конкурента галузі та міжнародні нормативи та стандарти. Конкурентостійкість залежить від наявності конкурентних переваг, конкурентоспроможного потенціалу та конкурентоспроможності товару, крім того, повинна бути 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. – 2010. – Вип. № 2 (8). – С. 25–32.
2. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия: [монография] / В.Л. Дикань. – Х.: Основа, 1995. – 160 с.
3. Єфременко О.В. Конкурентостійкість підприємства: поняття та види / О.В. Єфременко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені В. Даля. – 2010. – № 2. – Ч. 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSUNU/2010_2_2/Index.html.
4. Сімех Ю.А. Визначення поняття конкурентостійкості підприємства / Ю.А. Сімех // Вісник Міжнародного слов'янського університету. Серія «Економічні науки». – 2007. – Т. 10. – № 1. – С. 12–16.
5. Тридід О.М. Комплексна оцінка конкурентного статусу підприємства / О.М. Тридід // Економіка розвитку. – 2002. – № 2 (22). – С. 75–76.
6. Чернега В.В. Формування механізму забезпечення стійкості підприємства на основі розвитку підприємництва: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 / В.В. Чернега; Нац. ун-т. харч. техн. – К., 2006. – 21 с.
7. Чорна М.В. Взаємозв'язок основних понять теорії конкурентоспроможності / М.В. Чорна // «Вісник СумДУ. Серія Економіка». – 2009. – № 2. – С. 186–191.
8. Чорна М.В. Конкурентостійкість підприємств: ознаки та умови виникнення / М.В. Чорна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 41–44.
9. Чорна М.В. Методологія оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі / М.В. Чорна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – Т. 1. – С. 218–221.
10. Щербак В.Г. Оцінка впливу величини бренд-капіталу галузі на його конкурентостійкість / В.Г. Щербак // Економіка і управління. – 2010. – № 2. – С. 87–92.