

ISSN 2311-8946

Науково-практичний журнал

**«РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА
ТА УПРАВЛІННЯ»**

1 (31) березень 2021 року

Запоріжжя
2021

Науково-практичний журнал

Регіональна економіка та управління

1 (31) березень 2021 р.

Редагування: Н. Літвиненко
Комп'ютерна верстка: Ю. Войтюк

Журнал індексується
у наукометричній базі Index Copernicus

Відповідальність за достовірність
інформації, яка представлена в друкованих
матеріалах, несуть автори.
Редакція не завжди поділяє точку зору авторів.

Засновник науково-практичного журналу ГО «Східноукраїнський інститут економіки та управління»

Свідоцтво про державну реєстрацію ЗМІ:
КВ № 20514-10314Р від 20 грудня 2013 р.

Будь ласка, якщо у вас є запитання
до редакції, звертайтеся до нас
за телефоном або електронною поштою:
office@siee.zp.ua; +38 095 314 96 69

Підписано до друку 31.03.2021 р.
Формат 60x84/8.
Папір офсетний. Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 12,79. Тираж 100 прим.
Зам. 0321/144. Ціна договірна.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
69002, Україна, м. Запоріжжя,
вул. Олександрівська, 84, оф. 414
Телефон +38 (048) 709 38 69,
+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.

ЗМІСТ

Ачкасова О. В.

Роль соціального підприємництва
у вирішенні проблеми
молодіжного безробіття.....5

Беглов О. В.

Формування, підвищення інвестиційної
привабливості підприємства
для забезпечення зростання
його конкурентоспроможності.....10

Бітнер І. В., В'язовий С. М.

Аналіз стану та перспективи розвитку
банківських послуг українських банків
в умовах сучасних економічних реалій.....14

Бойко В. В., Куїмова А. С.

Теоретичні засади
формування механізму
забезпечення стійкості
автотранспортних підприємств.....19

Василиха Н. В., Байчер Б. Р.

Сучасні аспекти ринку
металопластикових вікон в Україні.....23

Волосов А. М., Шинкар С. М.

Конкурентостійкість підприємств ритейлу
як прояв конкурентних переваг27

Гедвінас О. П., Клименко С. О.,

Шаповалова А. А.

Управління кредиторською
заборгованістю підприємства.....32

Данилова Л. А., Яковенко С. Л.

Роль інформаційних технологій
в економічному аналізі.....36

Дунаєва М. В.

Шляхи розвитку та проблеми становлення
бухгалтерського обліку в Україні40

Касым И. Р.

Інтегральна оцінка
уровня інноваційного розвитку
предприємства строительного комплекса...46

Кравченко Т. Д.

Страховання кредитних ризиків
банками України
як інструмент зменшення
негативного впливу Covid-кризи.....51

Кухарська Н. О.

Інформаційно-комунікаційні технології
як динамізуючий фактор
розвитку держави.....55

Маркіна І. А., Вороніна В. Л., Ковтун Ю. С.

Управління підприємством
малого бізнесу в контексті державної
підтримки та забезпечення
конкурентоспроможності.....61

Мінц О. Ю. Аналіз сучасних тенденцій розвитку Ощадбанку.....66	Смолярчук М. В. Деякі аспекти управління землями водного фонду.....86
Мошковська О. А. Дослідження та систематизація методологічних засад управлінського обліку.....69	Степаненко О. І. Грошові кошти в системі бухгалтерського обліку підприємства.....91
Пак Н. Т., Кобець К. О. Трансформація українського ринку праці як один із викликів пандемії Covid-19.....75	Терлецька Н. М., Паранюк В. П., Швед І. М. Удосконалення управління розвитком підприємства шляхом підвищення його адаптаційних можливостей98
Підгурська І. А. Особливості співпраці компаній при створенні циркулярно орієнтованих інновацій.....80	Шедяков В. Е. Регионалізація в стратегії творческого розвитку и реализации способностей человека.....102

CONTENTS

Achkasova Oksana The role of social entrepreneurship in solving the problem of youth unemployment.....5	Kravchenko Taisiia Credit risk insurance by Ukrainian banks as a tool to reduce the negative impact of the Covid crisis.....51
Behlov Oleksandr Formation, increase of investment attractiveness of the enterprise to ensure its growth of competitiveness.....10	Kukharska Nataliia Information and communication technologies as a dynamizing factor in country's development.....55
Bitner Irina, Viazovyi Serhii Analysis of the state and prospects of development of banking services of Ukrainian banks in the conditions of modern economic realities.....14	Markina Iryna, Voronina Viktoriia, Kovtun Yuriy Small business management in the context of state support and competitiveness.....61
Boiko Viktoria, Kuimova Anastasia Theoretical fundamentals for the formation of the mechanism of sustainability ensuring of motor transport enterprises.....19	Aleksey Mints Analysis of current trends in the development of saving bank Oschadbank.....66
Vasylykha Nataliia, Baicher Beata Modern aspects of the metal-plastic windows market in Ukraine.....23	Moshkovska Olena Research and systematization of methodological principles of management accounting.....69
Volosov Anatoly, Shynkar Svetlana Competitive-stability of retail enterprises as a manifestation of competitive advantages.....27	Pak Nataliia, Kobets Kateryna Transforming the ukrainian labor market as one of the challenges of the Covid-19 pandemic.....75
Gedvinas Helen, Klimenko Svitlana, Shapovalova Ann Corporate debt management of the enterprise.....32	Pidhurska Irena Peculiarities of companies cooperation in the creation of circular oriented innovations.....80
Danilova Lyudmila, Yakovenko Svetlana The importance of information technologies in economic analysis.....36	Smoliarchuk Myroslava Some aspects of water fund land management.....86
Dunayeva Maria Ways of development and problems of formation of accounting in Ukraine.....40	Stepanenko Oksana Cash in the accounting system enterprises.....91
Kasym Irina Integral assessment of the level innovative development of the construction complex enterprise.....46	Terletska Nataliia, Paraniuk Vitalii, Shved Inna Improvement of enterprise development management by increasing its adaptation capabilities.....98
	Shedyakov Vladimir Regionalization in strategy of creative development and realization of human's abilities.....102

Vasylykha Nataliya

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Uzhhorod Trade and Economic Institute of
Kiev National University of Trade and Economics

Baicher Beata

Student

Uzhhorod Trade and Economic Institute of
Kiev National University of Trade and Economics

MODERN ASPECTS OF THE METAL-PLASTIC WINDOWS MARKET IN UKRAINE

Summary

The article considers the issues related to the new market place of modern glazing systems and prospects for their development, which are considered to be quite new products in the market sense. The main factors that ensure the efficiency of the metal-plastic windows market have been considered. The main participants of the metal-plastic windows market have been analyzed. It has been noted that a component of the success of the studied market is the category of quality and advanced technological achievements in the practice of production of modern glazing systems.

Key words: market, construction products, window profiles, metal-plastic windows, quality, consumer properties.

УДК 658.821:658.87

Волосов Анатолій Михайлович

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та управління

Харківського державного університету харчування та торгівлі

Шинкар Світлана Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки та управління

Харківського державного університету харчування та торгівлі

КОНКУРЕНТОСТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РИТЕЙЛУ ЯК ПРОЯВ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

В статті досліджено наукові думки щодо змістовного навантаження сутності поняття «конкурентостійкість». Систематизовано основні підходи до визначення змісту конкурентостійкості підприємства, її основні ознаки та ключові характеристики. Доведено взаємозв'язок конкурентоспроможності та конкурентостійкості з конкурентними перевагами. Пропонується трактувати конкурентостійкість як здатність підприємства до тривалого підтримання конкурентоспроможності на основі створення, реалізації та розвитку конкурентних переваг. Визначено особливості прояву конкурентних переваг в підприємствах роздрібно́ї торгівлі.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентостійкість, конкурентні переваги, ринковий підхід, комплексний підхід, підприємства ритейлу.

Постановка проблеми. Успішне функціонування торговельних підприємств в умовах значної динамічності та невизначеності зовнішнього середовища, виникнення надзвичайних ситуацій (пандемія тощо), загострення конкуренції на споживчому ринку визначається здатністю суб'єкта господарювання підтримувати свій стан у сталій формі й адаптуватися до змін впродовж тривалого часу, тобто стійкістю. В умовах конкурентних відносин така стійкість проявляється через конкурентостійкість, яка базується на створенні та довгостроковому утриманні конкурентних переваг.

Для вирішення цього завдання суб'єктам господарювання потрібно грамотно підходити до пошуку та вибору джерел формування конкурентних переваг, що є однією з найактуальніших проблем забезпечення якісної діяльності підприємств ритейлу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значущість проблеми підтверджується численними дослідженнями науковців з напряду фор-

мування конкурентних переваг і збільшенням розробок щодо забезпечення конкурентостійкості на їх основі, зокрема: Н.І. Верхоглядової, О.Д. Гудзинського, О.Ю. Єрмакова, О.В. Єфременко, З.В. Колос, С.А. Нестренко, В.А. Павлової, Ю.А. Сімах, М.Р. Судомир, С.О. Черкасової, М.В. Чорної, С.В. Філіппової й інш.

Результати наукових досліджень демонструють неоднозначність підходів до трактування сутності конкурентостійкості, її змістовного взаємозв'язку з конкурентними перевагами. Нерозвинутим залишається методичний інструментарій визначення джерел формування стійких конкурентних переваг.

Метою статті є систематизація та розвиток понятійно-категоріального апарату щодо сутності конкурентостійкості, визначення особливостей прояву конкурентних переваг в підприємствах роздрібно́ї торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток та урізноманітнення форм конкурент-

них відносин потребують чіткого розуміння сутнісних характеристик безлічі їх результатів. До таких характеристик відносять «конкурентні переваги» та «конкурентостійкість».

Уявлення про теоретичну сутність цих характеристик, розуміння їх змісту та логіки формування є підґрунтям розробки заходів зі створення та розвитку стійких конкурентних переваг і, на цій основі, досягнення успіхів на ринку. Особливо важливим це є для підприємств роздрібно́ї торгівлі в силу особливостей їх функціонування та конкурентного середовища. Серед основних можна відзначити:

- більшу інтенсивність конкуренції на споживчому ринку порівняно з іншими сегментами через значну кількість і різноманітність суб'єктів господарювання як торговельної, так і виробничої (фірмова торгівля) діяльності, що надають ідентичні послуги з реалізації товарів;

- значну непередбачуваність попиту через його індивідуалізацію та суб'єктивність оцінок товарів і послуг споживачами тощо.

І якщо теорії конкурентних переваг набували розвитку у зв'язку з теорією конкуренції, то на характеристиці конкурентостійкості науковці зосередились відносно недавно. Відповідно виникає необхідність адекватного визначення сутності цього поняття. Для цього розглянемо погляди на-

уковців на сутнісні характеристики та зміст цієї категорії (табл. 1).

Розгляд думок вчених дозволив виділити декілька підходів до трактування її сутності. Ряд науковців визначають конкурентостійкість як здатність забезпечити конкурентоспроможність. Так, І.В. Булах характеризує конкурентостійкість як здатність підприємства забезпечити тактичну конкурентоспроможність у майбутньому не нижче за мінімальний рівень [1]. Така позиція, на нашу думку, містить низку протиріч. Зокрема, поєднання тактичної конкурентоспроможності з майбутнім є не зовсім коректним. Незрозуміло також, що мається на увазі, коли мова йдеться про мінімальний рівень конкурентоспроможності.

На думку О.Д. Гудзинського та С.А. Нестеренко конкурентостійкості може сприяти організаційна взаємодія конкурентоздатності та конкурентоспроможності [2]. Аналогічної позиції дотримуються В.Ю. Божанова, М.М. Кучер і А.А. Лисаченко, пояснюючи взаємодію конкурентоздатності та конкурентоспроможності як трансформування потенційних можливостей у реальні за умови стійкості [3]. Ми вважаємо дискусійною характеристику конкурентоспроможності як потенційних можливостей. Така точка зору не відповідає загальноприйнятому розумінню конкурентоспроможності як характеристики результатів конку-

Таблиця 1

Наукові підходи до визначення сутності конкурентостійкості

Автор	Визначення
<i>Конкурентостійкість як здатність забезпечити конкурентоспроможність</i>	
І.В. Булах [1]	Конкурентостійкість – спроможність забезпечити тактичну конкурентоспроможність в майбутньому не нижче за мінімальний рівень
О.Д. Гудзинський, С.А. Нестеренко [2]	Організаційна взаємодія конкурентоздатності та конкурентоспроможності може сприяти конкурентостійкості соціально-економічних систем
В.Ю. Божанова, М.М. Кучер, А.А. Лисаченко [3]	Досягнення конкурентостійкості ґрунтується на поєднанні конкурентоздатності та конкурентоспроможності: потенційні можливості підприємства можуть трансформуватись у реальні
О.В. Єфременко [4]	Конкурентостійкість – здатність зберігати протягом певного часу свою конкурентоспроможність та її запас за допомогою використання, формування, підтримки або розвитку конкурентних переваг
<i>Ринковий підхід</i>	
Н.І. Верхоглядова [5]	Конкурентостійкість – здатність збереження та відтворення параметрів якісної та кількісної визначеності його конкурентних позицій протягом фіксованого проміжку часу. Стійкість конкурентних позицій є самостійною конкурентною перевагою підприємства
В.В. Чернега [6]	Конкурентостійкість відображає сучасний стан підприємства та є можливістю його втримати свою нішу на ринку товару або розширити її
В.Л. Дикань [7]	Конкурентостійкість відбиває динаміку змін конкурентоспроможності підприємства та характеризується однієї тієї самої або аналогічної продукції
О.М. Тридід [8]	Конкурентостійкість – здатність підприємства протистояти дестабілізаційному впливу факторів зовнішнього середовища порівняно з конкурентами
<i>Комплексний підхід</i>	
М.В. Чорна [9]	Конкурентостійкість відображає здатність підприємства забезпечувати конкурентоспроможність і підтримувати цей стан в умовах впливу зовнішніх факторів
С.В. Філіппова, С.О. Черкасова [10]	Конкурентостійкість – здатність збереження та відтворення параметрів якісної та кількісної визначеності його конкурентних позицій протягом фіксованого проміжку часу
О.Ю. Єрмаков, М.Р. Судомир [11]	Під конкурентостійкістю слід розуміти системну готовність реалізувати сформований потенціал конкурентоздатності та спроможності в просторовому та часовому вимірі утримувати свою нішу на ринку товарів і послуг, забезпечуючи ефективність функціонування підприємства в ринковому конкурентному середовищі
Ю.А. Сімах [12]	Конкурентостійкість – комплексна характеристика ефективного функціонування підприємств в умовах конкуренції у довгостроковій перспективі, яка забезпечується не лише наявністю конкурентоспроможності, а й стійкості суб'єкта господарювання

Джерело: сформовано авторами

рентної боротьби. Не стикаються також між собою умови та наслідок – досягнення стійкості за умови стійкості.

Змістовним, на наш погляд, є визначення конкурентостійкості О.В. Єфременко як «здатність зберегти протягом тривалого часу свою конкурентоспроможність та її запас за допомогою використання, формування, підтримки або розвитку конкурентних переваг» [4]. Автор не тільки підкреслює її динамічний характер і зв'язок з конкурентоспроможністю, а й наголошує на базованні її на конкурентних перевагах, що є важливим для розуміння шляхів досягнення.

Представники ринкового підходу визначають конкурентостійкість як здатність до зміцнення конкурентних позицій на ринку або до протистояння негативному впливу зовнішніх факторів порівняно з конкурентами. Зокрема Н.І. Верхоглядова пов'язує конкурентоспроможність із здатністю збереження та відтворення конкурентних позицій протягом фіксованого проміжку часу [5]. Аналогічної думки дотримується й В.В. Чернега, підкреслюючи такий важливий аспект як здатність не тільки до утримання своєї ринкової ніші, а й її розширення [6]. Такі трактування не надають уявлення, в чому саме полягає укріплення конкурентних позицій.

В.Л. Дикань, будучи прибічником ринкового підходу, характеризує конкурентостійкість як динамічний процес специфічних відносин між виробниками аналогічної продукції [7]. З одного боку, автор акцентує увагу на такій властивості конкурентостійкості як динамічність. З іншого, з трактуванням її як процесу, важко погодитись, оскільки процес за своєю сутністю є діяльністю, сукупністю взаємопов'язаних дій з перетворення властивостей системи. У цьому контексті відносини між виробниками за змістом більше відповідають конкурентним відносинам. А конкурентостійкість, на нашу думку, відбиває стан системи.

О.М. Тридід в межах ринкового підходу пропонує визначати конкурентостійкість здатністю протистояти дестабілізуючому впливу зовнішніх факторів [8].

Найбільш змістовними є підходи науковців з позиції комплексності. Так, М.В. Чорна визначає конкурентостійкість не тільки як здатність забезпечувати конкурентоспроможність, а й підтримувати цей стан в умовах впливу зовнішніх факторів [9]. Аналогічну позицію демонструють С.В. Філіппова та С.О. Черкасова, наголошуючи на підтриманні конкурентоспроможності і в умовах трансформування загальної ситуації на конкретному сегменті ринку [10].

Розвиваючи дослідження в аналогічному контексті, О.Ю. Єрмаков і М.Р. Судомир зупиняються на такій важливій умові утримання ніші ринку як ефективне функціонування підприємств в конкурентному середовищі [11].

На підтримку цієї позиції щодо умови досягнення конкурентостійкості висловлюються й Ю.А. Сімех. Автор разом із конкурентоспроможністю відзначає й таку сутнісну характеристику як стійкість суб'єкта господарювання [12].

Розкриття конкурентостійкості через конкурентоспроможність та стійкість надає уявлення про те, за яких умов досягається стале функці-

онування підприємства в конкурентному середовищі. Але ці характеристики самі є похідними, відбивають наслідки й результати певних дій і процесів, які обумовлюють їх стан.

Для більш глибокого розкриття сутності конкурентостійкості важливо розуміти, на чому ґрунтується підтримання конкурентоспроможності та забезпечення стійкості.

Численні науковці незалежно від основних акцентів, на яких вони зосереджують увагу в своїх дослідженнях, розглядають конкурентоспроможність як можливість конкурувати з суб'єктами господарювання стратегічної групи та характеристику рівня реалізації конкурентних переваг у конкретний період часу [1; 9; 10; 12; 14; 15].

Стійкість характеризується науковцями як стан підприємства, за якого на основі внутрішніх можливостей та адаптованості до проявів зовнішніх чинників, досягаються результати, що перевищують середній їх рівень серед учасників конкурентних відносин протягом тривалого часу. Тобто забезпечення стійкості досягається створенням і реалізацією конкурентних переваг.

Отже, першоосновою, базою забезпечення конкурентостійкості є конкурентні переваги, ефективне їх формування, підтримання, удосконалення та розвиток. На цьому положенні базуються й дослідження низки науковців [4; 5; 9].

Виходячи з зазначеного пропонуємо характеризувати конкурентостійкість як здатність підприємства до тривалого підтримання конкурентоспроможності на основі створення, реалізації та розвитку конкурентних переваг.

Забезпечення конкурентоспроможності та підтримання стійкості тривалий час досягається за рахунок специфічних ресурсів і можливостей, унікальних конкурентних переваг, які важко копіюються конкурентами, тобто стійких. Зокрема М. Портер підкреслював, що вміння створювати стійкі конкурентні переваги та підтримувати їх є основою конкурентостійкості підприємства [13].

Ключовим аспектом в такому разі стає визначення джерел формування стійких конкурентних переваг. Визначити джерело конкурентної переваги – визначити формулу успіху на ринку. Особливо це є складним і значущим для підприємств роздрібною торгівлі в силу специфіки їх функціонального призначення та місця на споживчому ринку, що відповідно зумовлює особливості прояву конкурентних переваг і відбивається на конкурентостійкості в цій сфері.

Функціонування на завершальній стадії товарного обігу, орієнтація на кінцевих споживачів, які є пред'явниками індивідуалізованого попиту та суб'єктивних оцінок; наявність численної, складної, розгалуженої структури суб'єктів господарювання (за розміром, організаційними формами, торговельними форматами, фінансовим потенціалом тощо); значна кількість і диференціація стейкхолдерів не тільки за складом, але й за структурою; можливість одночасного функціонування на різних за охопленням ринках; висока інтенсивність і диференціація форм конкуренції обумовлюють специфіку формування та прояву конкурентних переваг в підприємствах ритейлу. А саме:

– формування в межах створення торговельних послуг за відсутності виробничого процесу;

- широкий комплекс конкурентних переваг внаслідок різноманітності функцій;
- комплексний характер переваг з причини широти та глибини пропозиції товарів і послуг;
- переважно організаційний характер конкурентних переваг;
- висока імовірність копіювання конкурентами, нетривалий життєвий цикл конкурентної переваги;
- висока динамічність конкурентних переваг, необхідність значної гнучкості й адаптивності в процесі їх формування;
- різні можливості формування конкурентних переваг для різних стратегічних груп;
- різноманітний прояв на різних ринках.

Зазначені особливості конкурентних переваг підприємств роздрібною торгівлі створюють умови, які необхідно враховувати для забезпечення ними конкурентостійкості. Зокрема такі як складність її підтримки продовж тривалого періоду та більш висока ризикованість заходів у цьому напрямі порівняно з іншими галузями.

З огляду на зазначене стає очевидним, що пошук джерел формування стійких конкурентних переваг підприємствами ритейлу для забезпечення конкурентостійкості є об'єктивно необхідним, складним завданням і потребує пильної уваги з боку їх менеджменту.

Уявлення про джерела формування конкурентних переваг змінювались в процесі історичного розвитку та трансформації економічної системи відповідно до основних положень інституціональної, ресурсної та ринкової концепцій, які домінували в той чи інший період.

Збільшення турбулентності зовнішнього середовища та швидкості економічних змін зумовлює формування нового підходу в стратегічному управлінні, який спрямовано на пошук і формування конкурентних переваг у площині внутрішніх можливостей. Набуває розвитку ресурсна концепція формування конкурентних переваг. акценти стратегічного управління зміщуються з нейтралізації загроз і використання ринкових можливостей на створення та зміцнення сильних сторін діяльності підприємства. Формування стійких конкурентних переваг, таким чином, передбачає розробку стратегії, що базується, перед усім, на внутрішніх чинниках: унікальності ресурсів, здібностях і ключових компетенціях фірми. До недавнього періоду у визначенні універсального джерела успішного конкурентного позиціонування переважали підходи, в яких пріоритетними вважались традиційні фактори, такі як: сировинна база, унікальні технології, науково-технічний прогрес, людські ресурси, розвиненість ринкової інфраструктури, доступ до ринку капіталу тощо.

Останнім часом спостерігається зниження ролі традиційних конкурентних переваг, що пояснюється полегшеним доступом до подібних факторів конкурентоспроможності в результаті глобалізації, якісно нового розвитку технологій, а також змінення форм конкурентної боротьби та її загострення. Джерела, що визначали раніше конкурентні переваги та конкурентоспроможність утворюють нині базис, сприятли-

ві передумови для успішного зростання бізнесу компанії. Згідно сучасної ресурсної концепції ринкове положення підприємства є результатом унікального поєднання його оригінальних і специфічних ресурсів, використовуючи які можна обійти конкурентів. Цьому сприяло становлення таких сучасних теорій конкурентних переваг як «системних інновацій», «динамічних здібностей», «сприятливих можливостей», «інтелектуального лідерства» тощо. Згідно з ними формування конкурентних переваг орієнтується на сучасні технології, знання та компетенції. Труднощі відтворення ресурсів і здатностей дозволяють підприємству утримувати свої конкурентні переваги впродовж тривалого часу, тобто сприяють їх стійкості.

Основними ознаками стійких конкурентних переваг є: унікальність, складність копіювання, тривалість, орієнтація на споживача.

Основа стійких конкурентних переваг підприємства складають сфери його ключових компетенцій, які формуються на основі його здатностей використовувати наявні ресурси, створюючи додаткову споживчу цінність. За таких умов на перший план виходить значущість інтелектуального капіталу та його основного елемента – людського капіталу. Останній акумулює запас знань, умінь, навичок, творчих та інтелектуальних здібностей, а також виробничий досвід працівників, що надають можливість швидко й якісно приймати адекватні управлінські заходи й виконувати поставлені завдання.

Ключові постулати ресурсної теорії є достатньо значущими для вітчизняних підприємств роздрібною торгівлі. Саме здатності та компетенції, спроможні генерувати нові знання та вміння, є запорукою формування стійких конкурентних переваг.

Висновки з проведеного дослідження. Вивчення економічної думки щодо змістовного навантаження конкурентостійкості виявило полемічний характер поглядів на сутність цієї категорії та відсутність однозначного її трактування. Систематизація основних підходів до визначення змісту конкурентостійкості дозволила виявити її основні ознаки та ключові характеристики.

Ґрунтуючись на основних положеннях виділених підходів і взаємозв'язку конкурентоспроможності та стійкості з конкурентними перевагами уточнено поняття конкурентостійкості як здатність підприємства до тривалого підтримання конкурентоспроможності на основі створення, реалізації та розвитку конкурентних переваг.

В цьому визначенні здійснено акцент на першооснові забезпечення стабільного функціонування підприємства.

Висвітлення особливостей прояву конкурентних переваг в підприємствах ритейлу, основних джерел їх формування в контексті досягнення конкурентостійкості стане підґрунтям розробки управлінсько-організаційних заходів щодо формування та утримання стійких переваг з урахуванням специфіки галузі та конкуренції на споживчому ринку. Це стане предметом подальших досліджень.

Література:

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. Гудзинський О.Д., Нестеренко С.А. Формування результативної системи управління конкурентоспроможністю підприємств: методологічний аспект: монографія / О.Д. Гудзинський, С.А. Нестеренко. – Львів: Ліга-Прес, 2014. – 420 с.
3. Божанова В.Ю. Підвищення конкурентоздатності хлібопекарських підприємств / В.Ю. Божанова, М.М. Кучер, А.А. Лисаченко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 8. – С. 328–333.
4. 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.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VISUNU/2010_2_2/Index.html.
5. Верхоглядова Н.І. Перспективні напрями дослідження конкурентостійкості в сучасних умовах / Н.І. Верхоглядова // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2016. – Вип. 2(02). – С. 3–6.
6. Чернега В.В. Конкурентостійкість підприємств та механізми її забезпечення: монографія / В.В. Чернега. – Київ: ППК ДСЗУ, 2008. – 235 с.
7. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия: монография / В.Л. Дикань. – Харьков: Основа, 1995. – 160 с.
8. Тридід О.М. Комплексна оцінка конкурентного статусу підприємства / О.М. Тридід // Економіка розвитку. – 2002. – № 2 (22). – С. 75–76.
9. Чорна М.В. Конкурентостійкість підприємств: ознаки та умови виникнення / М.В. Чорна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 41–44.
10. Філіппова С.В. Оцінювання та аналіз конкурентоспроможності про-мислових підприємств як основні функції управління процесом її організаційно-економічного забезпечення / С.В. Філіппова, С.О. Черкасова // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2010. – № 3. – С. 110–115.
11. Єрмаков О.Ю., Судомир М.Р. Організаційно-економічний механізм зростання конкурентостійкості сільськогосподарських підприємств: монографія / О.Ю. Єрмаков, М.Р. Судомир. – Київ: Компринт, 2019. – 183 с.
12. Сімах Ю.А. Визначення поняття конкурентостійкості підприємства / Ю.А. Сімах // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія «Економічні науки». – 2007. – Т. 10. – №1. – С. 12–16.
13. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер. – Київ: Основи, 1997. – 390 с.
14. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: монографія / В.А. Павлова. – Дніпропетровськ: Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
15. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій / Л.О. Лігоненко. – Київ: КНТЕУ, 2001. – 508 с.

Волосов Анатолий Михайлович

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки і управління
Харьківського державного університету питання і торгівлі

Шинкарь Светлана Николаевна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і управління
Харьківського державного університету питання і торгівлі

**КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ РИТЕЙЛА
КАК ПРОЯВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ****Аннотация**

В статье исследованы научные мнения относительно смысловой нагрузки сущности понятия «конкурентоустойчивость». Систематизированы основные подходы к определению содержания конкурентоустойчивости предприятия, ее основные признаки и ключевые характеристики. Доказана взаимосвязь конкурентоспособности и конкурентоустойчивости с конкурентными преимуществами. Предлагается рассматривать конкурентоустойчивость как способность предприятия к длительному поддержанию конкурентоспособности на основе создания, реализации и развития конкурентных преимуществ. Определены особенности проявления конкурентных преимуществ на предприятиях розничной торговли.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоустойчивость, конкурентные преимущества, ресурсный подход, комплексный подход, предприятия ритейла.

Volosov Anatoly

PhD,

Associate Professor of Department of Economics and Management
Kharkiv State University of Food Technology and Trade

Shynkar Svetlana

PhD, Associate Professor,

Associate Professor of Department of Economics and Management
Kharkiv State University of Food Technology and Trade

COMPETITIVE-STABILITY OF RETAIL ENTERPRISES AS A MANIFESTATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES

Summary

The article investigates scientific opinions regarding the semantic load of the essence of the concept of "competitive-stability". The main approaches to determining the content of enterprise competitive-stability, its main features and key characteristics have been systematized. The relationship between competitiveness and competitive-stability with competitive advantages has been proven. It is proposed to consider competitive-stability as the ability of an enterprise to maintain competitiveness for a long time based on the creation, implementation and development of competitive advantages. The features of the manifestation of competitive advantages at retail trade enterprises have been determined.

Key words: competitiveness, competitive-stability, competitive advantages, resource approach, complex approach, retail enterprises.

УДК 658.1:336.6

Гедвінас Олена Пилипівна

магістрантка

Міжнародного класичного університету
імені Пилипа Орлика, м. Миколаїв

Клименко Світлана Олександрівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту та фінансів
Міжнародного класичного університету
імені Пилипа Орлика, м. Миколаїв

Шаповалова Анна Анатоліївна

старший викладач кафедри менеджменту та фінансів
Міжнародного класичного університету
імені Пилипа Орлика, м. Миколаїв

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття розглядає важливість ефективного управління кредиторською заборгованістю, що забезпечує зниження ризику неплатоспроможності підприємства. Неплатоспроможність може виникати як наслідок незбалансованості різних видів грошових потоків у часі. Внутрішня кредиторська заборгованість є для підприємства безкоштовним джерелом залучених коштів. План-фактний метод, який ми досліджуємо, містить у собі три етапи планової технології: контроль, аналіз, регулювання. Важливе місце посідає імітаційне моделювання як основа багатоваріантного прогнозування та аналізу систем підвищеної складності.

Ключові слова: кредиторська заборгованість, об'єкт управління, імітаційне моделювання.

Постановка проблеми. Ефективне управління кредиторською заборгованістю забезпечує зниження ризику неплатоспроможності підприємства. Навіть у підприємств, що успішно здійснюють господарську діяльність і що генерують достатню суму прибутку, неплатоспроможність може виникати як наслідок незбалансованості різних видів грошових потоків у часі (зокрема, надходження від реалізації готової продукції та сплати по рахунках кредиторів). Синхронізація надходження й виплат коштів, що досягається в процесі підприємства, дозволяє усунути цей фактор виникнення неплатоспроможності.

Відповідальне ставлення до кредиторської заборгованості може скоротити потребу підпри-

ємства в позиковому капіталі. Активно управляючи кредиторською заборгованістю, вдається забезпечити більш раціональне й ощадливе використання власних фінансових ресурсів, сформованих зі внутрішніх джерел. Особливу актуальність цей аспект управління здобуває для підприємств, що знаходяться на ранніх стадіях свого життєвого циклу, доступ яких до зовнішніх джерел фінансування досить обмежений.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасним проблемам фінансового управління присвячені роботи видатних українських і закордонних вчених Альберта М., Бакланова І.Т., Бланка І.О., Дугельного А.П., Ковальова В.В., Кошмарова В.Ф., Кошно П.А., Кузнецової С.В., Санто Б.,