

загальної мети. Побудова стратегії зовнішньоекономічної діяльності дасть змогу підприємству чітко усвідомлювати власні можливості та адаптуватися до зміни різноманітних факторів [8, с. 174].

Висновки. Активізація інтеграційних процесів у зовнішньоекономічній діяльності вимагає внесення суттєвих корективів у фінансово-господарську діяльність підприємства як в розрізі техніко-органі-

заційного складника, так і з позиції функціонування системи управління підприємством. Крім зростання вкладень фінансових ресурсів, внесення змін у кадрове, технічне, інформаційне забезпечення, планування виходу продукції на зовнішні сегменти ринку потребує застосування ефективних методів управління, зокрема й оцінювання стратегічного експортно-імпортного потенціалу підприємства.

Список літератури:

1. Лиськова Л.М. Підвищення експортного потенціалу України як передумова досягнення цілей регіональної торговельно-економічної співпраці / Л.М. Лиськова // Європейські перспективи. 2014. № 9. С. 12–18.
2. Castells M. The Institutions of the New Economy [Electronic resource] / M. Castells // Conference, Queen Elizabeth Hall, London, 19 June. Access mode : <http://virtualso.ciety.sbs.ox.ac.uk/events/castells>.
3. Романчиков В.І. Міжнародні економічні відносини: навч. посібник для студ. вищих навч. закладів / В.І. Романчиков, І.О. Романченко К. : ЦУЛ, 2008. 256 с.
4. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Т. Мельник // Міжнародна економічна політика. 2008. Вип. 1–2. С. 241–271.
5. Россоха В. Експортний потенціал аграрних підприємств / В. Россоха, О. Шарапа // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 4. С. 44–63.
6. Вівчар О.І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / О. Вівчар // Галицький економічний вісник. 2009. № 2. С. 24–30.
7. Крикунова В.М. Чинники, динаміка і структура зовнішньоторговельної діяльності підприємств України / В.М. Крикунова, С.В. Фомішин // Економічні інновації. 2013. С. 92–101.
8. Ковтун Е.О. Шляхи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств / Е.О. Ковтун, І.В. Поліщук, Ю.М. Турець // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 6(1). С. 172–174.

УДК 339.137.2

Голомб В.В., к.е.н.,
доцент кафедри економіки підприємства
Запорізька державна інженерна академія
Жиронкіна В.С., магістр
Запорізька державна інженерна академія

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Голомб В.В., Жиронкіна В.С. Теоретичні аспекти формування конкурентоспроможності підприємства. У статті визначено основні підходи у трактуванні поняття «конкурентоспроможність підприємства». Сформульовано уточнене поняття цього терміна. Розглянуто основні фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, фактори конкурентоспроможності, якість, потенціал підприємства, підвищення конкурентоспроможності.

Голомб В.В., Жиронкіна В.С. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособности предприятия. В статье определены основные подходы в трактовках понятия «конкурентоспособность предприятия». Сформулировано уточненное понятие этого термина. Рассмотрены основные факторы, которые обеспечивают конкурентоспособность предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, факторы конкурентоспособности, качество, потенциал предприятия, повышение конкурентоспособности.

Holomb V.V., Zhironkina V. S. Theoretical aspects of formation of competitiveness of the enterprise. This paper identifies the main approaches to the interpretation of the concept of “enterprise competitiveness”. Formulated refined the concept of the term. The main factors that ensure the competitiveness of the enterprise are considered.

Key words: competitiveness of the organization, competitive factors, quality, enterprise potential, increasing competitiveness.

Постановка проблеми. На сучасному етапі економічного розвитку проблема конкурентоспроможності займає центральне місце в економічній політиці підприємства. Створення конкурентних переваг перед суперником стає стратегічним напрямом його діяльності. Незважаючи на велику кількість факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, все ж основним і визначальним із них залишається його здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію і створювати умови для її просування на ринок [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми конкурентоспроможності підприємства постійно знаходяться в центрі уваги вітчизняних і закордонних учених-економістів.

Аспекти конкурентоспроможності підприємства досліджувалися в працях Л.Н. Чайнікова, О.В. Коваленко, С.М. Клименко, Р.А. Фатхутдінова, Ю.П. Адлера, І.З. Аронова, В.Л. Пепера, Л.П. Батенка, Е.І. Мазилкіної, Г.М. Скудар, І.З. Должанського, В.А. Павлова, С.В. Бондаренко, Л.І. Піддубної, Т.В. Гринько, Е.В. Попова та інших.

В умовах глобалізації та інтеграції у європейський економічний простір конкурентоспроможність стає універсальним чинником розвитку будь-якої країни, а особливо України, яка стає на шлях виходу на світовий ринок.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження та обґрунтування теоретичних аспектів щодо сутності конкурентоспроможності підпри-

ємства, а також вивчення факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що здійснюють на неї вплив в умовах ринкового середовища.

Виклад основних результатів. Конкурентоспроможність підприємства – це його властивість, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами на цьому ринку. Тобто конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на цьому ринку [2, с. 114].

Сьогодні підвищення конкурентоспроможності є ключовим завданням вітчизняних підприємств. Традиційно до основних способів підвищення конкурентоспроможності підприємства відносять: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтовану рекламну політику; створення нової продукції; покращення якісних характеристик продукції; модернізацію обладнання; всебічне зниження витрат; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу тощо [3, с. 11].

Взагалі аналіз різноманітних поглядів щодо змісту поняття «конкурентоспроможність підприємства» показує, що у авторів немає єдиного погляду на проблему, що досліджується. Це видно з таблиці 1, в якій ми спробували систематизувати основні підходи до визначення цього поняття.

Більшість учених із цієї проблематики, серед яких Р.А. Фатхутдінов, І.З. Должанський, Т.О. Загорна,

Таблиця 1

Трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Трактування
Р.А. Фатхутдінов	здатність фірми випускати конкурентоздатну продукцію, її перевага стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни й за її межами [5, с. 187]
С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакуленко	ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства з надбання та утримання впродовж тривалого періоду часу конкурентної переваги [4, с. 330]
Л.П. Кураков	рівень переваги або відставання фірми, підприємства, організації щодо інших учасників-конкурентів усередині країни та за її межами, який визначається за такими параметрами, як технологія, кваліфікація персоналу, якість, політика збуту [5]
В. Стівенсон	рівень ефективності, з якою компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу [6]
В.С. Хруцький, І. В. Корнеєва	стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, та завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника [7, с. 32]
Л.Н. Чайнікова	здатність виготовляти конкурентоспроможну продукцію за рахунок ефективного використання свого ресурсного потенціалу, якості організації виробництва та його управління [8]
О.І. Мазилкіна, Г.Г. Панічкіна	відносна характеристика, яка виражає ступінь відмінності розвитку певної організації від конкурентів за ступенем задоволення своїми товарами потреб людей, а також можливості та динаміку пристосування організації до умов ринкової конкуренції [9, с. 47]
Г.М. Скудар	відносна характеристика, що віддзеркалює відмінності процесу розвитку цього виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [10, с. 32]
І.З. Должанський, Т. О. Загорна	здатність виробляти та реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати у достатній кількості за умов високого технологічного рівня обслуговування [11, с. 28]

Л. Н. Чайникова, пропонують поєднати поняття «конкурентоспроможність товару» і «конкурентоспроможність підприємства». Але ця пропозиція є не зовсім вдалою, оскільки конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства – виробника продукції співвідносяться між собою як частина і ціле.

В. Стівенсон, В.С. Хруцький, І.В. Корнеєва у своїх визначеннях фокусуються на ступені задоволення потреб покупців як показнику рівня конкурентоспроможності, схожі трактування дають Е.І. Мазилкіна, Г.Г. Панічкіна, Л.П. Кураков та Г.М. Скудар, зробивши акцент на порівнянні діяльності певного підприємства та його конкурентів.

С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакулєнко стверджують, що конкурентоспроможність – це потенційна або реалізована здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі [4, с. 330].

Провівши аналіз, на нашу думку, під конкурентоспроможністю підприємства слід розуміти властивість, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення підприємством конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, що є на цьому ринку.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку допускає вивчення факторів, що впливають на ставлення покупців до підприємства та його продукції і як результат – на зміну частки продукції підприємства на ринку.

Важливою передумовою формування конкурентоспроможності підприємства є визначення сукупності факторів, вплив яких може підвищувати та зменшувати її загальний рівень. Крім того, аналіз факторів допомагає виявити сильні й слабкі сторони діяльності як самого підприємства, так і його конкурентів, розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В. Павлова визначає фактори конкурентоспроможності підприємства як безпосередню причину, наявність якої є необхідною і достатньою умовою зміни одного чи декількох критеріїв конкурентоспроможності [12]. Аналіз зниження або підвищення впливу окремих факторів на конкурентоспроможність підприємств дає можливість оцінити її та сприяє визначенню подальшої стратегії розвитку підприємства. С. Бондаренко та В. Бокій стверджують, що конкурентоутворюючі фактори – це рушійна сила, яка формує і визначає характер конкурентоспроможності [13].

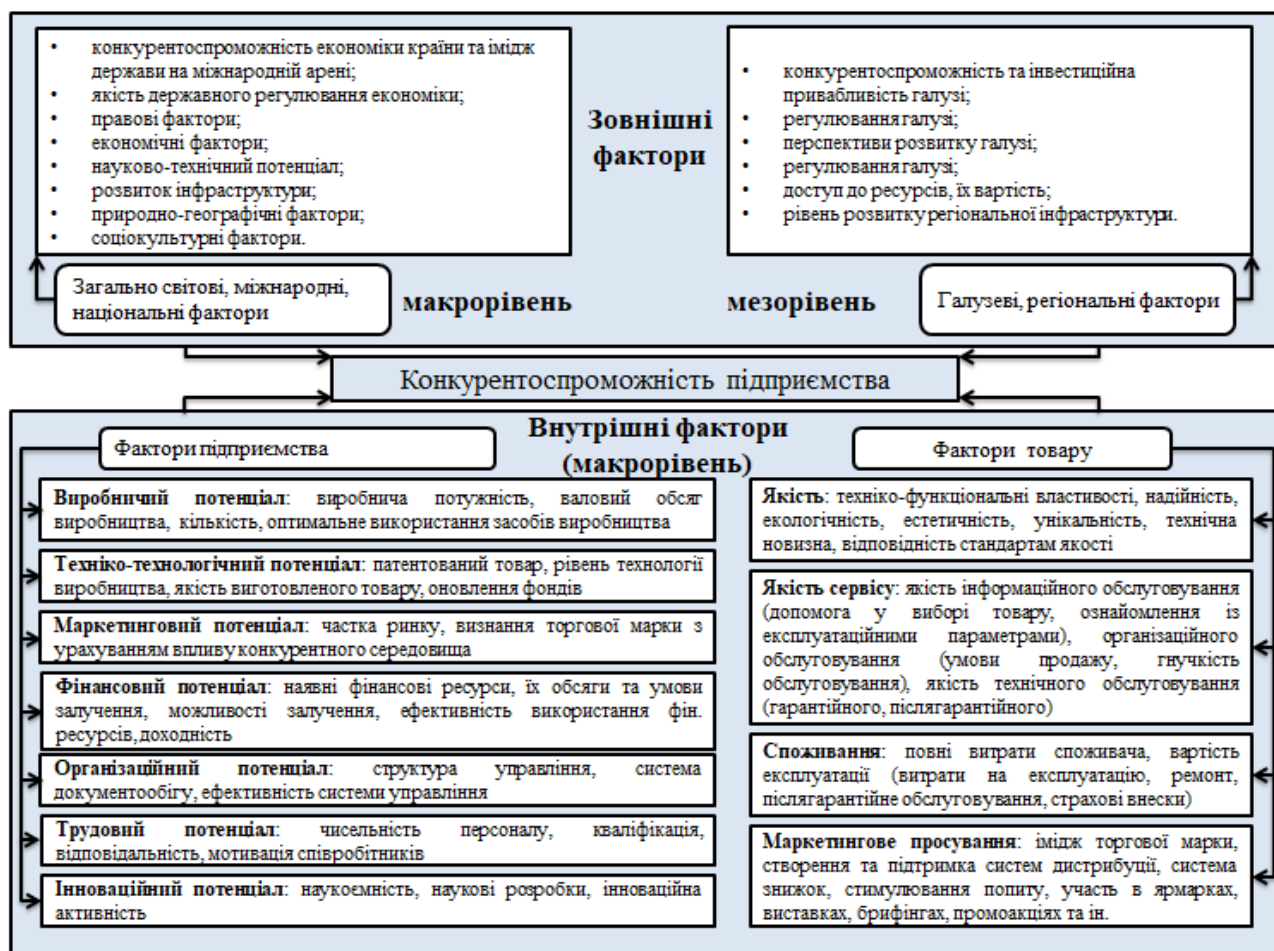


Рис. 1. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства [17]

Описуючи зовнішні фактори конкурентоспроможності, Л. Піддубна поділяє їх на три групи: зовнішні фактори мезорівневої дії, зовнішні фактори макрорівневої дії та зовнішні фактори міжнародної дії [14]. Структуруючи фактори макросередовища, які впливають на формування конкурентоспроможності підприємства, Т. Гринько у своїй роботі виділяє ринкові фактори та фактори інфраструктури конкурентного середовища [15]. Е. Попов зазначає, що фактори макросередовища відображають вплив на конкурентоспроможність підприємства загальних умов функціонування національної та міжнародної економіки і розрізняє між ними соціальні, технологічні, економічні, політичні й культурні [16].

Для наочності фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства подано у вигляді рис. 1.

Відповідно до здійсненого підходу, в рис. 1 потенціал підприємства подано як сукупність його складників. Усі складники конкурентоспроможного потенціалу підприємства взаємопов'язані між собою. Поєднання визначених складників у сукупності характеризує стан та можливості підприємства зі створення, зміцнення та розвитку власних конкурентних переваг.

На рис. 1 потенціал підприємства подано як сукупність його складників. У процесі формування конкурентоспроможності підприємства рівень конкурентоспроможності продукції визначається спів-

відношенням між показниками, що оцінюють рівень корисності продукції для споживача.

Висновки. У процесі опрацювання основних положень економічної теорії були описані історичні та сучасні підходи до вивчення конкуренції та конкурентоспроможності. Узагальнюючи думку багатьох учених, можна сформулювати таке визначення: конкурентоспроможність підприємства – це його властивість, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами на цьому ринку.

Конкурентоспроможність підприємства слід розглядати з урахуванням факторів конкурентоспроможності продукції, потенціалу підприємства, галузей, регіонів і країни загалом. Оцінка стану використання взаємопов'язаних та взаємозалежних рівнів визначається насамперед здатністю конкретних виробників випускати конкурентоспроможну продукцію. Критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності для кожного її рівня мають власну специфіку. Залежно від комбінації факторів впливу конкретне підприємство характеризується досягнутим рівнем та особливим характером формування конкурентоспроможності. До того ж, специфічна комбінація факторів є об'єктивною передумовою формування стійких конкурентних позицій підприємства на ринку.

Список літератури:

1. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб.пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. М.: Тамб. гос. техн. ун-та. 2007.
2. Стратегічне управління: Підручник. Шершньова З. Є. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: КНЕУ. 2004. 699 с.
3. Коваленко О.В., Мисенко Д.М. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. Економічний вісник. 2014.
4. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабань Д.О., Омеляненко Т.В., А.В. Вакуленко. К.: КНЕУ, 2006. 527 с.
5. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации :Учеб. пособие / Р.А. Фатхутдинов. М. : Эксмо, 2004. 541 с.
6. Адлер Ю.П., Аронов И.З., Пепер В. Л. Что век грядущий нам готовит? Менеджмент XXI века – краткий обзор основных тенденций // Стандарты и качество. 2009. № 3. С. 52–57.
7. Батенко Л.П. Управління проектами: Навч. посібник / Л.П. Батенко, О. А. Загородніх, В. В. Ліщинська. К.: КНЕУ. 2003. 231 с.
8. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб.пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. Тамбов : ИздвоТамб. гос. техн. ун- та. 2007. 192 с.
9. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина. М.: Омега-Л. 2009. 325 с.
10. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения / Г.М. Скударь. К.: Наук. думка. 2009. 496 с.
11. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства : Навч. посібник для вищ. навч. закладів / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. К.: Центр навч. літ. 2006. 384 с.
12. Павлова В.А. Фактори, що формують конкурентоспроможність / В.А. Павлова // Європейський вибір України: проблеми теорії та практики реалізації: Матеріали міжн. наук.-практ. конф. Д.: Вид-во ДУЕП. 2013. С. 76–78.
13. Бондаренко С. Про механізм формування конкурентоспроможності продукції промислового підприємства / С. Бондаренко, В. Бокій // Економіка підприємств. 2011. № 9 С. 58–59.
14. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: Монографія. / Л.І. Піддубна. Х.: ВД «ІНЖЕК». 2007. 368 с.
15. Гринько Т.В. Механізм формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках: Монографія / Т.В. Гринько. Кривий Ріг: Видавничий Дім. 2005. 324 с.
16. Попов Е. В. Рыночный потенциал предприятия / Е.В. Попов. М.: ЗАО Издательство «Экономика». 2012. 559 с.
17. Жовновач Р.І. Про впорядкування факторів формування конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2011.