

УДК 339.137

**Карпенко В.Л.,
к.е.н., доцент,
Хмельницький національний університет**

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. Конкуренція є важливою рисою ринкової економіки і одним з показників ефективної діяльності виробництва. Саме конкуренція сприяє застосуванню творчого потенціалу, формує умови для самореалізації в економіці, сприяє створенню нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Це породжує дух суперництва, який визначає форми господарської діяльності людей. Дослідження проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств національної економіки актуально не тільки в теоретичному, але і в практичному відношенні. Для її вирішення необхідно сформулювати цілісну концепцію конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок в питання вивчення, оцінки та управління конкурентоспроможністю господарських одиниць внесли такі вчені, як Г.Л. Азоев, І. Ансофф, С.Л. Брю, Ф. Котлер, М. Портер, А. Дж Стрікланд, А. Томпсон, Р.А. Фатхутдінов, В.Є.Швець, Й. Шумпетер, А.Ю. Юданов та ін.

Проте, незважаючи на досить велику кількість наукових робіт, присвячених дослідженню питання конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, виникають проблеми її кількісної оцінки, так як на сьогоднішній день практично відсутній єдиний методичний підхід, який був би затребуваний реальним сектором економіки.

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є системне дослідження та теоретичні засади формування системи управління конкурентоспроможністю підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна категорія "конкурентоспроможність" посідає особливе місце в економічній науці. Однак вона не дає як єдиного загальноприйнятого трактування змісту категорії "конкурентоспроможність", так і єдиного підходу до методів її оцінювання і формування.

Теоретико-методологічні відмінності детермінують значну різницю під час проведення дослідження у способі формулювання теорій конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства може бути інтерпретована як "... здатність ефективно виробляти товари і послуги, які мають ринкову цінність для досягнення високого рівня доходів і віддачі на капітал" [1], або як "...спроможність досягати і підтримувати вигідну позицію в умовах мінливого оточення" [2]. На думку М. Портера, внутрішні ресурси підприємства і умови їх реалізації є важливими факторами його конкурентоспроможності, особливо у виробничій сфері [3]. Сукупність застосовуваних факторів у різних галузях різняться. Фірми досягають конкурентної переваги, якщо мають у розпорядженні дешеві або високоякісні ресурси і фактори, які є важливими при конкуренції в певній галузі.

Окремі дослідники [3, с. 44] вважають, що конкуренція є рушійною силою розвитку суспільства, головним інструментом економії ресурсів, підвищення якості товарів і рівня життя населення. Конкуренція – це процес управління суб'єктом своїми відмінними перевагами для отримання високих економічних результатів або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних і суб'єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах. Конкурентоспроможність визначає вміння витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку. Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку.

Окремі науковці вважають, що для ефективного аналізу дефініції "конкурентоспроможність підприємства" потрібно поділити об'єкт управління на три групи, що відрізняються за сутнісними характеристиками [4, с. 82-83]:

1. Конкурентоспроможність підприємства як відносна характеристика діяльності підприємства в умовах взаємодіючих чинників з приводу конкурентних відносин.

2. Конкурентоспроможність підприємства як здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію.

3. Конкурентоспроможність підприємства як можливість задоволення конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами.

Встановлено, що конкурентоспроможність підприємства як система відносин між суб'єктами з приводу формування, утримання і реалізації їх економічних переваг може використовуватися не тільки для аналізу зовнішнього середовища, а й внутрішнього середовища. У цьому полягає один із напрямів системного вивчення конкурентоспроможності. В такому підході внутрішнє середовище підприємства можна розглядати як сукупність суб'єктів, які забезпечують конкурентні переваги, і їх відносин між собою, як підсистему управління конкурентоспроможністю. Тобто реальна і потенційна можливості фірм в існуючих для них умовах проектувати, виготовляти і збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками є більш привабливими для споживача, ніж товари їх конкурентів.

У вузькому розумінні конкурентоспроможність підприємства зводиться до конкурентоспроможності продукції і забезпечується через заняття певної товарної ніші. Але конкурентоспроможність продукції є лише складовою частиною конкурентоспроможності підприємства. Більш широке трактування передбачає враховувати не тільки конкурентоспроможність продукції, а й ефективність виробництва [5]. Оскільки ефективність виробництва є оціночною категорією, у викладеному трактуванні не висвітлено чинників, що призводять підприємство до стану конкурентоспроможності. Для здійснення конкурентоспроможності підприємства необхідно забезпечити надійність процесів, а також домогтися зростання і диверсифікації виробництва, що зумовлює довгостроковий розвиток економічної системи. Досягнення вищезазначених цілей повинно задовольняти інтереси всіх «партнерських груп», що беруть участь в процесі управління і функціонування підприємства: власників, менеджерів, персонал, постачальників сировини, матеріалів і засобів виробництва, а також клієнтів, страхові та аудиторські організації, фондові біржі тощо [3]. З цього випливає, що чинники внутрішнього середовища і елементи інфраструктури підприємства займають значне місце в системі його конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність підприємства – це багатоаспектне поняття, що характеризує динамічну і керовану властивість фірми, яка визначається сукупністю конкурентних переваг, в тому числі формуються факторами зовнішнього середовища і здійснює свій вираз в здатності витримувати конкуренцію на зовнішньому і внутрішньому ринках товарів, капіталу і праці в окремому розглянутому періоді [6].

І.Б. Яців характеризує конкурентоспроможність підприємства, як здатність здійснювати упродовж тривалого часу ефективну господарську діяльність, отримуючи прибутки від реалізації продукції на конкурентному ринку. Принциповими в цьому визначенні є такі моменти:

– конкурентоспроможність характеризує здатність підприємства стабільно функціонувати упродовж певного періоду, тобто відображає перспективи підприємства як економічної системи;

– успіх підприємства ґрунтується на виробництві ним продукції, яку воно здатне реалізувати з вигодою для себе;

– успіх досягається в конкурентній боротьбі, у змаганні з іншими суб'єктами підприємницької діяльності, а отже, передбачає певну раціональну поведінку підприємства [7].

В окремих науковців існує точка зору, згідно з якою конкурентоспроможність підприємства – це безперервний і послідовний процес: «Конкурентоспроможність продукції визначає конкурентоспроможність підприємства; конкурентоспроможність підприємства визначає рівень економічного становища підприємства; а рівень економічного становища підприємства визначає рівень і спрямованість інноваційного розвитку, яке в свою чергу визначає конкурентоспроможність продукції» [8]. Однак, на наш погляд, в даній позиції невірно вказаний причинно-наслідковий зв'язок (чинника і результату конкурентоспроможності), оскільки конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність підприємства є результатом впливу чинників конкурентоспроможності. Однак при більш детальному розгляді поняття «конкурентоспроможність підприємства» виявляються відмінності в підходах вчених щодо сутності цієї багатоаспектної категорії. Основне завдання кожного дослідника, який вивчає проблеми управління конкурентоспроможністю підприємства, полягає у визначенні критеріїв, а також знаходженні джерел і чинників конкурентоспроможності. Однак тут очевидно стає невизначеність різних термінів і категорій, що уособлюють тлумачення конкурентоспроможності в залежності від часу, поставлених цілей, дії та об'єкта дослідження.

Н. П. Тарнавська обґрунтовує, що конкурентоспроможність підприємств необхідно розглядати з урахуванням ієрархічності цього поняття, зважаючи на наявність причинно-наслідкових зв'язків та супідрядності конкурентоспроможності на усіх рівнях управління економікою (держава, підприємство, продукція) [9].

Слід виокремити дослідження В.В. Криворотова, котрий здійснив спробу систематизації чинників, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства [10]. А саме: техніко-технологічних чинників, організаційно-управлінських чинників, фінансово-економічних чинників тощо [10]. Але ця систематизація носить універсальний характер і не відображає галузевої специфіки підприємства. Окрім

того, В.В. Криворотовим не ставилося завдання предметного дослідження організаційно-управлінських чинників, тому фактори цієї підсистеми носять в його дослідженні дотичний характер.

Отже, конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, що відображає стратегію розвитку підприємства в умовах функціонування змін оточуючого середовища, яка спрямована на якісно-кількісне забезпечення діяльності на ринку.

Необхідність підвищення надійності процесів у внутрішньому і зовнішньому середовищах підприємства та узгодження інтересів великої кількості учасників цих процесів, обумовлюють інтерес учених до побудови ефективних систем управління компетентностями персоналу, корпоративними знаннями, комунікаціями. При цьому названі елементи: персоналу, управління знаннями, комунікаціями – є ключовими чинниками конкурентоспроможності великих підприємств.

Отже, конкурентоспроможність підприємства – це здатність, можливість і характеристика підприємства, спрямована на використання порівняльних переваг у виробництві та реалізації товарів за допомогою застосування низки інструментарію: методів економіко-математичного аналізу, модельного апарату для забезпечення переваги над аналогічними підприємствами даної галузі всередині країни та за її межами, з урахуванням волатильних умов конкуренції. Ринкова конкуренція – боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться фірмами на доступних їм сегментах ринку.

Будь-яке підприємство, що діє в ринкових умовах господарювання, постійно бере участь в конкурентній боротьбі. У міру розвитку виробничих, маркетингових та інформаційних технологій ступінь конкуренції зростає. Ця обставина призводить до необхідності відшукувати нові механізми для підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Конкурентоспроможність підприємства дає змогу для здійснення ефективної господарської діяльності в умовах конкурентного ринку. Конкурентоспроможність як явище представляє собою сукупність якісних і вартісних характеристик, що забезпечують задоволення конкретної потреби.

Щодо конкурентоспроможності підприємств в цілому, одним з напрямків її підвищення може виступати зниження сукупних витрат, до складу яких входять і витрати управління.

Виробнича діяльність будь-якого підприємства в сучасних умовах залежить від того, наскільки успішно вирішуються проблеми, пов'язані з конкурентоспроможністю продукції, що випускається ним. Тільки вирішивши цю проблему, підприємство може ефективно функціонувати і розвиватися в ринковому середовищі.

Успішна робота підприємств в умовах конкуренції залежить від системи взаємозв'язків зовнішнього і внутрішнього характеру. Найбільший вплив на конкурентоспроможність підприємств мають інтегральні чинники і, перш за все, інвестиційні, інноваційні та фінансові.

Боротьба за споживача – це перш за все боротьба за сферу впливу на ринку, а вона в свою чергу залежить від низької ціни і якості виробленої продукції, тобто споживної вартості. В ході конкуренції встановлюється суспільна необхідність в даній продукції, дається оцінка з визначенням рівня цін.

Надійне перебування підприємства на ринку визначається конкурентоспроможністю вироблених ним продуктів і можливостями вести конкурентну боротьбу. Конкурентоспроможність відображає якісну сторону пропонованої продукції. Конкурентоспроможним є той товар, комплекс споживчих і вартісних властивостей якого забезпечує йому комерційний успіх на ринку. Конкурентоспроможний товар – це продукція, що вигідно відрізняється від аналогів-конкурентів по системі якісних і соціально-економічних ознак [11].

Основними вимогами для досягнення конкурентоспроможного виробництва є наявний потенціал: використання прогресивної технології, сучасних методів менеджменту, своєчасне оновлення фондів, забезпечення гнучкості виробництва, пропорційності, безперервності і ритмічності процесів. Важливе місце займають найбільш значущі чинники конкурентних переваг підприємств: якість товарів і послуг на ринку, система ціноутворення, організаційна культура, система менеджменту та мотивація персоналу. Сукупність цих факторів сприяє виникненню середовища, яка веде до підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Саме тому значною умовою реалізації конкуренції, як багатостороннього процесу здійснення конкурентних відносин є управління конкурентоспроможністю підприємства. Управління конкурентоспроможністю підприємства – це діяльність, спрямована на формування управлінських рішень, що базуються на протистоянні різних зовнішніх впливів, відповідно до цілей підприємства.

До основних властивостей економічної категорії «конкурентоспроможність підприємства» доцільно віднести можливість управляти нею. Конкурентоспроможність підприємства – це не є щось стале і непорушне, її можна формувати і змінювати. Управління конкурентоспроможністю має здійснюватися не тільки в короткостроковому аспекті (тактичне управління), але і на довгостроковий період (стратегічний менеджмент). Управління конкурентоспроможністю в довгостроковому аспекті дозволяє значно знизити ступінь невизначеності розвитку підприємства, підвищити його ринкову стійкість, забезпечити потенціал стабільного зростання.

Отже, управління конкурентоспроможністю – це безперервний процес впливу на об'єкт управління (особистість, колектив, технологічний процес, підприємство, галузь), здатний витримувати конкуренцію з

аналогічним управлінням на інших підприємствах в межах даного ринку. Цей процес спрямований на досягнення ринкових цілей підприємства. При цьому управління конкурентоспроможністю необхідно розглядати як відносну характеристику результативності діяльності певної керуючої системи, відображену в кількісних і якісних показниках суб'єкта й об'єкта управління. Сучасний менеджмент необхідний підприємствам як умова їх ефективного існування і розвитку, саме він обумовлює цілі, стратегії, прийняття управлінських рішень, від нього залежить реакція підприємства на зовнішні загрози, а також можливість використання наявних ринкових переваг.

Система управління конкурентоспроможністю на підприємстві забезпечує умови, при яких головним завданням для керівника будь-якого рівня виступає активний пошук реальних можливостей підвищення результативності виробництва, якості продукції і, як наслідок, отримання прибутку. При цьому, система управління повинна бути креативною, володіти можливістю самовдосконалення і саморегулювання, які будуть спрямовані на застосування високоефективних форм і методів управління, технологій і досягнень, пов'язаних з науково-технічним прогресом.

На сьогодні, відсутня дієва методика управління конкурентоспроможністю підприємства. При цьому, зовнішнє середовище сприяє появі нових методів і підходів до управління конкурентоспроможністю, але тим не менше, кожна методика має певні критеріальні обмеження і тому підприємству необхідно підлаштовувати ту чи іншу методику конкретно до своїх умов.

Управління конкурентоспроможністю на рівні підприємства виявляє вплив на процес її формування, підтримку конкурентних переваг і подолання конкурентних слабкостей. Основна мета управління конкурентоспроможністю підприємства – створення конкурентних переваг. Найважливішою властивістю конкурентоспроможності підприємства є можливість здійснювати вплив на рівень використання її чинників, тобто керувати конкурентоспроможністю. Ця властивість є особливо важливою з практичної точки зору, оскільки вона прямо свідчить про те, що у підприємства повинні бути важелі впливу на чинники, забезпечуючи йому той чи інший рівень конкурентоспроможності – фактори конкурентоспроможності. Змінюючи характер прояви факторів конкурентоспроможності, підприємство може управляти рівнем своєї конкурентоспроможності, покращуючи при цьому конкурентні позиції на ринку. Чинники конкурентоспроможності підприємства – явища і процеси виробничо-господарської діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміну абсолютної і відносної величини витрат на виробництво і реалізацію продукції, а в результаті – зміну рівня конкурентоспроможності самого підприємства. До управління конкурентоспроможністю слід підходити комплексно і системно, що найбільш повно можна реалізувати на основі принципів системного підходу.

Фактори конкурентних переваг підприємств – це сукупність умов і процесів виробничо-господарської діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміну в виробництві та реалізації продукції, забезпечуючи перевагу перед конкурентами. Вони визначаються умовами функціонування як зовнішнього, так і внутрішнього середовища.

Для підприємств важливим є не тільки процес формування чинників конкурентних переваг, а й процес їх утримання. Для досягнення своєї мети, підприємствам доводиться врівноважувати свої чисто економічні цілі з економічними і соціальними інтересами складових середовища. Ситуація, що формується на цій основі, значною мірою обумовлена суспільним очікуванням, зводиться до того, що підприємства повинні відповідально діяти щодо захисту довкілля, безпеки захисту інтересів споживачів.

В основі системи управління конкурентоспроможністю підприємства лежить управління чинниками конкурентоспроможності з метою забезпечення високого рівня конкурентоспроможності. Тому дану систему часто називають системою забезпечення конкурентоспроможності підприємства або системою формування конкурентоспроможності.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства – це здатність приводити внутрішній потенціал підприємства, формуючи і розвиваючи конкурентні переваги відповідно до умов мінливого оточення (мікро- і макросередовища). Запропоноване визначення в більшій мірі відповідає підприємствам, що є виробничо-збутовими системами, які відносяться до базових секторів національної економіки і знаходяться в жорсткому конкурентному оточенні.

Відносно включення факторів виробництва (конкурентоспроможності), які формують склад і структуру внутрішнього потенціалу підприємства, історично склалися два підходи.

Перший розвивався в руслі класичної школи економічної думки і припускав крім трудових ресурсів у ролі факторів виробництва враховувати всі матеріальні умови, необхідні для здійснення процесу виробництва. В рамках класичної школи склалася «жорстка» методологія, що визначає правомірність включення відповідного ресурсу до складу виробничого потенціалу. Тому, дотримуючись традиції класичної школи економічної думки, в системі внутрішнього потенціалу підприємства слід виділити елемент – ресурсний потенціал. До нього відносяться всі засоби виробництва, створені на стадіях, що передують промисловій переробці. Розмір і якість ресурсного потенціалу підприємств будуть залежати від наявності стійких економічних і організаційно-технологічних зв'язків зі спорідненими і обслуговуючими виробництвами, взаємодія з якими створює передумови для утворення кластерної структури. Відбувається реалізація принципу передачі

конкурентних переваг підприємствам по міжгалузевому ланцюжку створення цінності.

Другий підхід характерний для представників неокласичної школи економічної думки, що відносять до факторів виробництва інтегровану комбінацію суб'єктивних і об'єктивних компонентів, а також матеріальні та нематеріальні умови виробничо-господарської діяльності. Даний підхід є більш застосовуваним до поняття виробничого потенціалу як динамічної підсистеми в складі системи внутрішнього потенціалу підприємства. Наприклад, організацію як фактор виробництва неможливо розглядати відокремлено, так як на рівні конкретного підприємства це буде його виробнича структура (форма організації виробничого процесу, тип виробництва). У свою чергу вона визначає технологію виробництва продукції, обсяг інформаційних потоків, розміри виробничих потужностей. Але якщо елементи ресурсного потенціалу залучаються до виробничого процесу і взаємодіють в ньому, то вони набувають форми об'єкта управління, тобто підлягають управлінським впливам згідно з природою кожного фактора. У такому випадку мова йде про організацію виробництва як функцію менеджменту і чинник управління. Всі елементи ресурсного потенціалу, які є у процесі виробництва об'єктом управління, перетворюються в глибоко інтегровані засоби процесу праці, а інформація і технології (в широкому розумінні) дають змогу ще більше покращити організацію факторів виробництва. Це дає змогу перейти від статичної ресурсної структури до динамічної та комбінованої ресурсно-функціональної структури виробничого потенціалу, що включає не тільки чинники ресурсного забезпечення, а й організаційно-технічні та техніко-технологічні чинники.

Отже, другий підхід в більшій мірі відповідає уявленню про фактори виробництва як чинники конкурентоспроможності, тобто виконують подвійну роль: з одного боку, елементів внутрішнього потенціалу підприємства, з іншого – джерел формування і розвитку конкурентних переваг. Підтвердження цьому знаходимо у М. Портера, котрий безпосередньо пов'язує чинники конкурентоспроможності з факторами виробництва, поділяючи їх в залежності від ступеня доступності на основні і загальні, розвинені і спеціалізовані.

У посткризовий період для вітчизняної економіки характерною є проблема низької конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку, що обумовлено не тільки технологічними проблемами або відсутністю джерел фінансування, скільки відставанням в продуктивності праці, низькою ефективністю менеджменту і недостатньо розвинутою системою управління в порівнянні з підприємствами-конкурентами. Підвищення конкурентних позицій на ринку виступає вирішальним чинником успіху будь-якого підприємства. Конкурентні умови змушують керівників до пошуку споживачів, для забезпечення цілей діяльності свого підприємства, а саме – зростання і збільшення обсягу продажів, підвищення якості випуску продукції, утримання та посилення конкурентних позицій на ринку і, як підсумок, максимізація прибутку.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах розвитку ринкових відносин, різноманіття форм власності і посилення конкуренції між підприємствами на ринку від керівників вимагається здійснення ефективних і результативних дій, які реалізуються через відведення ключової ролі чіткому і вмілому управлінню і, як наслідок, через розробку і застосування дієвої системи управління конкурентоспроможністю. Саме від неї у вирішальній мірі залежить конкурентоспроможність підприємства в цілому. Підвищення конкурентоспроможності підприємства є важливим завданням топ-менеджменту. При цьому формування конкурентоспроможності підприємства тісно пов'язане з управлінням його діловою активністю. Тобто тільки завдяки ефективному керуванню діловою активністю фірми є можливим досягнути переваг на ринку, що в свою чергу є необхідною умовою для формування конкурентоспроможності.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, конкурентоспроможність підприємства відображає величину і ефективність використання підприємством всіх своїх ресурсів. Даний показник нерозривно пов'язаний з поняттям управління конкурентоспроможністю. Управління конкурентоспроможністю, як і будь-яке інше управління, носить циклічний і замкнутий характер і починається з постановки мети і закінчується виконанням поставлених цілей і завдань, що у майбутньому вимагає подальших пошуків і досліджень. Конкурентоспроможність підприємств є можливим за рахунок надання нових додаткових послуг, з одночасним процесом реконструкції і модернізації існуючих виробництв і технологій.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства – це необхідна умова забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції, що в сучасних умовах є важливим напрямком діяльності підприємства, орієнтованого на завоювання як внутрішнього, так і зовнішнього ринку шляхом створення продукції, яка відповідає вимогам споживачів і світовим стандартам в конкретних сегментах ринку в певний період часу. У науковій літературі сформувався доволі широке теоретико-методологічне трактування категорії “конкурентоспроможність”, що спричинено її багатоаспектністю. Водночас окремі грані цієї багатопланої проблеми є дискусійними і потребують подальшого дослідження.

Бібліографічний список

1. Пилчер Терри. Бенчмаркинг как средство повышения конкурентоспособности предприятий / Терри Пилчер // Европейское качество. Дайджест. – 2004. – №1. – С.40-45.

2. Пилчер Терри. Реальность и мифы: факторы, влияющие на производительность компаний / Терри Пилчер // Деловое совершенство. – 2006. – №5. – С.6-11.
3. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ. ; под ред. и с предисловием В. Д. Щетинина]. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
4. Пуцентейло П. Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції / П. Р. Пуцентейло // Інноваційна економіка. – 2015. – № 4. – С. 80-86.
5. Jeroen, C.J. Groot. Multi-objective optimization and design of farming systems / Jeroen C.J. Groot, Gerard J.M. Oomen and Walter A.H. Rossing // Agricultural Systems. – 2012. – Vol. 110. – Issue C, P. 63-77.
6. Kuosmanen, T. Weak disposability in nonparametric production analysis: reply to Färe and Grosskopf. / Kuosmanen, T. and Podinovski V. // American Journal of Agricultural. – 2008. – №91(2). – P. 539-545.
7. Яців І.Б. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств : монографія / І.Б. Яців. – Львів : Український бестселер, 2013. – 427 с.
8. Niță Dorina/ Approaching competitiveness at the level of multinational companies / Dorina Niță, Codruța Dura // Annals of the University of Petroșani (Economics). – 2011. – 11(4). – P. 223-232.
9. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.
10. Криворотов В.В. Методологія формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємства. / В.В. Криворотов. – Екатеринбург : УГТУ-УПИ, 2007. – 238 с.
11. Аристов О.В. Конкуренция и конкурентоспособность / О.В. Аристов. – М.: ЗАО “Финстатинформ”, 2009. – 347 с.

References

1. Pilcher, Terri (2004), “Benchmarking as a means of improving the competitiveness of enterprises”, *Yevropeyskoye kachestvo. Daydzhest*, no.1, pp.40-45.
2. Pilcher, Terri (2006), “Reality and Myths: factors affecting the performance of the companies”, *Delovoye sovershenstvo*, no. 5, pp. 6-11.
3. Porter, M. (1993), *Mezhdunarodnaja konkurencija* [International competition], Mezhdunarodnye otnosheniya, Moscow, Russia, 896 p.
4. Putsenteilo, P.R. (2015), “Competitiveness of the enterprise: methodology of the analysis of definition”, *Innovatsiina ekonomika*, no. 4, pp. 80-86.
5. Jeroen, C.J. Groot., Gerard, J.M. Oomen and Walter, A.H. Rossing, (2012), “Multi-objective optimization and design of farming systems”, *Agricultural Systems*, Vol. 110, Issue C, pp. 63-77.
6. Kuosmanen, T. and Podinovski, V. (2008), “Weak disposability in nonparametric production analysis: reply to Färe and Grosskopf”, *American Journal of Agricultural*, no. 91(2), pp. 539-545.
7. Yatsiv, I.B. (2013), *Konkurentospromozhinst silskohospodarskykh pidpriemstv* [The competitiveness of agricultural enterprises], *Ukrainskyi bestseler*, Lviv, Ukraine, 427 p.
8. Niță, Dorina and Codruța, Dura (2011), “Approaching competitiveness at the level of multinational companies”, *Annals of the University of Petroșani (Economics)*, no. 11 (4), pp. 223-232.
9. Tarnavska, N.P. (2008), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Management of competitiveness of enterprises: the theory, methodology, practice], *Ekonomichna dumka*, Ternopil, Ukraine, 570 p.
10. Krivorotov, V.V. (2007), *Metodologiya formirovaniya mekhanizma upravleniya konkurentosposobnostyu predpriyatiya* [Methodology of formation of competitiveness of the enterprise management mechanism], UGTU-UPI, Yekaterinburg, Russia, 238 p.
11. Aristov, O.V. (2009), *Konkurentsiya i konkurentosposobnost* [Competition and competitiveness], ZAO “Finstatinform”, Moscow, Russia, 347 p.

Карпенко В.Л. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Мета. Системне дослідження та теоретичне обґрунтування змісту категорії “конкурентоспроможність підприємства” на засадах формування системи управління нею.

Методика дослідження. Теоретичною та методологічною основою дослідження є положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з питань забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Використано такі методи дослідження: діалектичний метод пізнання – при дослідженні трансформації відносин конкуренції, обґрунтуванні концепції управління конкурентоспроможністю суб’єктів господарювання; історико-логічний – для виявлення генезису та аналізу еволюції конкурентоспроможності; теоретичного узагальнення і порівняння – для розвитку понятійного апарату, дослідження конкурентоспроможності на мікро- і мезорівнях; абстрактно-логічний – при теоретичному узагальненні сутності та методів формування механізмів управління конкурентоспроможністю.

Результати. Розкрито сутність і зміст поняття конкурентоспроможність. Обґрунтовано, що конкурентоспроможність – це здатність національної економіки, галузі, господарської одиниці випереджати конкурента у досягненні поставлених економічних цілей. Визначено, що домінуючим внутрішнім чинником

конкурентоспроможності є конкурентоспроможність продукції. Доведено, що конкурентоспроможність товару й конкурентоспроможність підприємства – це різні за сутністю поняття, що гармонійно доповнюють один одного. Розглянуто підходи відносно включення факторів виробництва (конкурентоспроможності), що формують склад і структуру внутрішнього потенціалу підприємства.

Наукова новизна. Здійснено класифікацію за рівнями конкурентної боротьби, що дозволяє виокремити конкурентоспроможність товару і підприємства. Виділено основні підходи, які відображають різні аспекти оцінки конкурентоспроможності.

Практична значущість. Отримані наукові положення і результати дослідження є підґрунтям для вирішення практичних проблем забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, управління конкурентоспроможністю, чинники конкурентних переваг підприємств.

Karpenko V.L. THEORETICAL BASIS OF FORMATION OF MANAGEMENT SYSTEM THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Purpose. The aim of the article is the systematic study and theoretical substantiation of the content of the category "competitiveness" on the basis of formation of management system by this category.

Methodology of the study. The principles of the economic theory, scientific works of domestic and foreign scientists on the issues of ensuring the competitiveness of enterprises are the theoretical and methodological basis of research. The following methods were used in the article: dialectical method of cognition – in the study of the transformation of competitive relations, substantiation of the concept of competitiveness management of entities; historical and logical – to identify the genesis and analyze of the evolution of competitiveness; theoretical generalization and comparison – for the development of conceptual apparatus, research of competitiveness at the macro and meso level; abstract and logical – at theoretical generalization of the nature and methods of formation mechanisms of competitiveness management of the industry; graphics – for visual displaying of the hierarchy of influence.

Findings. The essence and content of the concept "competitiveness" has been disclosed. It has been substantiated that competitiveness is the ability of the national economy, industry, economic units to be ahead of the competitor in achieving raised economic objectives. The dominant inner factor of competitiveness is the competitiveness of products. It has been proven the competitiveness of products and the competitiveness of the enterprise is different according to the essence of the notion that harmoniously complements each other. The approaches regarding the inclusion of the production (competitiveness) factors, which form the composition and structure of the internal potential of the enterprise, have been considered.

Originality. The classification by levels of competition, which allows us to determine the competitiveness of goods and the enterprise, has been carried out. The main approaches that reflect different aspects of competitiveness evaluation have been highlighted.

Practical value. The obtained scientific statements and results of research are the basis for solving practical problems for competitive development of enterprises.

Key words: competitiveness, competitiveness of the enterprise, competitiveness of the product, management of competitiveness, factors of competitive advantages of enterprises.

Карпенко В.Л. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ

Цель. Системное исследование и теоретическое обоснование содержания категории "конкурентоспособность предприятия" на основе формирования системы управления.

Методика исследования. Теоретической и методологической основой исследования являются положения экономической теории, научные труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам обеспечения конкурентоспособности предприятий. Используются следующие методы исследования: диалектический метод познания – при исследовании трансформации отношений конкуренции, обосновании концепции управления конкурентоспособностью субъектов хозяйствования; историко-логический – для выявления генезиса и анализа эволюции конкурентоспособности; теоретического обобщения и сравнения – для развития понятийного аппарата, исследование конкурентоспособности на микро- и мезоуровне; абстрактно-логический – при теоретическом обобщении сущности и методов формирования механизмов управления конкурентоспособностью.

Результаты. Раскрыта сущность и содержание понятия конкурентоспособность. Обосновано, что конкурентоспособность – это способность национальной экономики, отрасли, подразделения опережать конкурента в достижении поставленных экономических целей. Доминирующим внутренним фактором конкурентоспособности является конкурентоспособность продукции. Доказано, что конкурентоспособность товара и конкурентоспособность предприятия – это разные по сути понятия, которые гармонично дополняют друг друга. Рассмотрены подходы относительно включения факторов производства (конкурентоспособности), формирующие состав и структуру внутреннего потенциала предприятия.

Научная новизна. Осуществлена классификация по уровням конкурентной борьбы, которая позволяет выделить конкурентоспособность товара и предприятия. Выделены основные подходы, которые отражают различные аспекты оценки конкурентоспособности.

Практическая значимость. Полученные научные положения и результаты исследования являются основой для решения практических проблем обеспечения конкурентоспособного развития предприятий.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции, управление конкурентоспособностью, факторы конкурентных преимуществ предприятий.