

Финансовые стимулы или субсидии, направленные на снижение выбросов, включают различные инструменты, от поддержки исследований и разработки технологий до налоговых льгот на инвестиции и льготный тариф на возобновляемую энергию.

Учитывая значительные потребности в капиталовложениях, одним из ключевых факторов перехода к использованию инструментария экологического менеджмента является доступ к финансам. На настоящий момент необходимо использовать широкий набор финансовых механизмов поддержки энергоэффективности и других инвестиций экологически чистого развития, часто в сочетании с международным финансированием по линии организаций связанных с ООН.

Список литературы: 1. Даниэль Стойчева «Руководство по разработке стратегий развития при низком уровне выбросов и соответствующих национальным условиям действий по предотвращению изменения климата»; 2. Пособие UNDP «Контурь нового низкоуглеродного развития»; 3. Николас Стерн «Энергетическая политика: Анализ глобального снижения CO₂ в долгосрочном периоде», 2009 год; 4. Ануфриев В. П. «Проблемы внедрения экологически чистых технологий», 2004 год.

Надійшла до редколегії 05.10.2011

УДК 338.242.2

Є.В. ГОЛУБКО, магістрант, НТУ «ХП», Харків

СУТЬ ТА ЗМІСТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуто сутність та зміст поняття конкурентоспроможності підприємства. Проаналізовано економічні погляди щодо конкурентних переваг. Узагальнено чинники формування конкурентоспроможності підприємства.

В статье рассмотрены сущность и содержание понятия конкурентоспособности предприятия. Проанализированы экономические взгляды относительно конкурентных преимуществ. Обобщены факторы формирования конкурентоспособности предприятия.

The nature and content of the concept of competitiveness of an enterprise are described in the article. The economic views of competitive advantage analyzed. The factors of formation of the competitiveness of an enterprise generalized.

В українській економіці відбувається становлення конкурентного середовища, яке вимагає від вітчизняних підприємств пошуку нових форм і методів ведення конкурентної боротьби, реалізація яких у комплексі визначає високі вимоги до конкурентоспроможності, досягнення стійких конкурентних переваг підприємства. Важливою умовою вирішення складних проблем конкурентного суперництва є використання концепції стратегічного планування, що дозволяє фор-

мувати складні адаптивні механізми пристосування підприємства до нестабільного зовнішнього середовища.

Питанням забезпечення конкурентних переваг у ринковій економіці присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних фахівців, зокрема, М. Портера, Р. Пейса, Ю. Іванова, І. Сіваченко, Р. Фатхутдінова та інших. Однак, незважаючи на значні теоретичні здобутки з питань забезпечення конкурентоспроможності підприємств, багато аспектів цієї проблеми потребують подальшого дослідження. Зокрема, це стосується уточнення суті та змісту поняття конкурентоспроможності підприємства, а також аналізу чинників формування конкурентоспроможності підприємства, що і становило мету даної статті.

За думкою М. Портера [8, с. 40] конкурентоспроможність підприємства є відображенням відносного рівня ефективності використання усіх видів наявних у цього підприємства виробничих ресурсів. Конкурентоспроможність є порівняльною характеристикою підприємства, яка відбиває різницю між рівнем ефективності використання на ньому всіх видів ресурсів порівняно до аналогічних показників інших підприємств певної однорідної групи. Карлофф Б. [6] визначає конкурентоспроможність як здатність забезпечити кращу пропозицію порівняно з конкуруючим підприємством. Іванов Ю.Б. [5, с.28-29] розглядає поняття конкурентоспроможності з точки зору системного підходу як специфічну властивість виробничо-економічних систем (таких як підприємство), що відбиває їхню спроможність до зміни напрямку розвитку (руху) або наміченого режиму функціонування у процесі адаптації до впливу зовнішнього середовища з метою збереження, трансформації або створення нових конкурентних переваг. Конкурентоспроможність підприємства є окремою системною категорією, яка відбиває ступінь реалізації цілей підприємства в процесі його взаємодії з факторами зовнішнього оточення.

З точки зору Р.А. Фатхутдінова [13, с.10] конкурентоспроможність – це важлива системна ознака певного об'єкту, яка характеризується мірою реального або потенційного задоволення ними існуючої конкурентної потреби (призначення об'єкту) в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку (в певній сфері людської діяльності). Залежно від об'єкту оцінки пропонується розрізняти конкурентоспроможність продукції (товару або послуги), конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі і

конкурентоспроможність національної економіки. Воронкова А.Е. [1] зазначає, що конкурентоспроможність є специфічною ознакою суб'єкта ринкових відносин, що виявляється в процесі конкуренції та що дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві для забезпечення розширеного відтворювання, яке передбачає покриття всіх витрат виробництва й отримання прибутку від господарської діяльності. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства становить узагальнюючий підсумковий показник його стійкої роботи, який вбирає в себе результати діяльності самих різних виробничих, допоміжних і управлінських підрозділів, підсистем і залучених ресурсів.

З точки зору Синько В. [10], конкурентоспроможність підприємства є відображенням його порівняльних переваг відносно до інших підприємств даної галузі всередині країни і за її межами. В роботі Градова А.П. [11] під конкурентоспроможністю розуміється порівняльні переваги підприємства по відношенню до інших підприємств даної галузі як національної економіки, так і світового ринку.

Аналіз економічних джерел [10, 11, 12] дозволяє стверджувати, що конкурентоспроможність є відбиттям наявності у підприємства відносних переваг над іншими учасниками ринку (конкурентами) у сферах, які пов'язані з ключовими факторами конкуренції або які обумовлюють об'єктивні можливості цього підприємства та його конкурентів щодо досягнення певних однорідних цілей.

Оскільки конкурентні переваги є основою забезпечення конкурентоспроможності підприємства, доцільно проаналізувати існуючі в сучасній економічній літературі дефініції категорії «конкурентні переваги». Згідно історичному підходу щодо визначення джерел формування конкурентоспроможності, запропонованого Р. Пейсом та Е. Дж. Стефаном [9, с. 49], виникнення конкурентних переваг підприємства обумовлюється насамперед ступенем його відносної відповідності специфічним особливостям того способу виробництва, за яким на цей час відбувається господарська діяльність. Американські економісти визначили чотири основні парадигми конкурентоспроможності, притаманні періоду ремісництва, промисловій революції, „ері якості” при індустріальному виробництві, „ері швидкості” в постіндустріальному суспільстві. Слід проте зазначити, що такий підхід дозволяє тільки принципіві вимоги до характеру конкурентоспроможності підприємства та майже не дає можливості визначити конкуре-

нтні переваги, притаманні конкретному виробникові на певному ринку в певних конкурентних умовах. З точки зору Сіваченко І.Ю. [11, с. 101], конкурентні переваги є концентрованим виявом переважання підприємства над конкурентами в економічній, технічній, організаційній і інших сферах господарської діяльності, яке можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш високі рентабельність, ринкова частка, об'єм продажу). Тому в діяльності підприємства конкурентні переваги є його головною метою і результатом.

Чинник конкурентоспроможності – це умова, що безпосередньо впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства та обумовлює його конкурентну позицію у релевантному зовнішньому ринку. Аналіз економічної літератури [2; 3; 4; 7; 11] свідчить про відсутність єдиної класифікації чинників конкурентоспроможності. Найбільш поширеним є виокремлення чинників формування конкурентоспроможності підприємства, що ґрунтується на класифікаційних ознаках. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства наведені на рис.

Залежно від наслідків прояву на конкурентоспроможність підприємства чинники поділяються на: загальні, дія яких призводить до змін в загальних умовах здійснення експортної діяльності підприємства; специфічні, дія яких змінює умови експорту підприємств окремої галузі; індивідуальні, дія яких безпосередньо обумовлює зміни в експортній діяльності окремого підприємства.

Залежно від ступеня впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства розрізняють: основні чинники, вплив яких на рівень конкурентоспроможності підприємства є визначальним; другорядні, вплив яких на рівень конкурентоспроможності у порівнянні з першими не є визначальним.

Залежно від ступеня взаємообумовленості чинники формування конкурентоспроможності підприємства поділяються: незалежні, які визначаються певними подіями або тенденціями; похідні, які є наслідками дії причинно-наслідкового зв'язку між певними подіями або рішеннями.

Залежно від часу дії розрізняють: постійні та тимчасові чинники формування конкурентоспроможності підприємства. Постійні чинники визначають початковий рівень конкурентоспроможності підприємства; тимчасові – змінюють цей рівень внаслідок тих чи інших подій.



Рис. – Чинники формування конкурентоспроможності підприємства

Залежно від спрямованості дії розрізняють: чинники, які стимулюють зростання конкурентоспроможності та ті, які стримують цей процес.

Залежно від характеру визначення розглядають: потенційні та фактичні (наявні) чинники формування конкурентоспроможності. Потенційні обумовлюють ймовірні досягнення певного рівня конкурентоспроможності; фактичні – певний його рівень у визначений час.

Найважливіше значення в аналізі чинники формування конкурентоспроможності підприємства має виокремлення груп зовнішніх і внутрішніх чинників та виділення груп чинників у межах кожної з них. Серед зовнішніх чинників, зазвичай, виокремлюються міжнародні та національні чинники формування конкурентоспроможності підприємства. Наведена класифікація чинників дає

можливість визначити ефективність залучення чи використання яких саме видів ресурсів зумовлює зростання рівня конкурентоспроможності підприємства.

Запропонований підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства, а також узагальнення чинників її формування є передумовою для розробки методичного інструментарію з оцінки конкурентоспроможності підприємства, що є перспективним напрямком для подальших наукових досліджень.

Список літератури: 1. *Воронкова А.Е., Калюжна Н.Г., Оленко В.І.* Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: Монографія. – Х.: ВД „ІНЖЕК”, 2008. – 512 с.; 2. *Гальвановский М., Жукова В., Трофимова И.* Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерении // Российский экономический журнал. – 1998. – №3 – С. 67 – 76.; 3. *Дейнека О.* Стратегія забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства // Вісн. Терноп. акад. народного господарства – 2002. – Вип. 7/3. – С. 119 –122.; 4. *Жаліло Я.Л., Кияк А.Т.* Конкуренція і джерела конкурентоспроможності // Наук. вісті Нац. техн. університету України “Київський політехнічний інститут” – 2000. – №2 – С. 123-133.; 5. *Иванов Ю.Б.* Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики: Монография. – Харьков, 1997. – 267 с.; 6. *Карлоф Б.* Деловая стратегия. – М.: Экономика, 2006. – 296 с.; 7. *Піддубний І.О., Піддубна А.І.* Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посібник. – Х.: ВД “ІНЖЕК”, 2004. – 264 с.; 8. *Портер М.* Международная конкуренция. Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.; 9. *Савицкая Г.В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 4-е изд., перераб. и доп. – Минск: Новое знание, 1999. – 688 с.; 10. *Синько В.* Конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия // Стандарты и качество. 2000. – №4 – С. 54-59.; 11. *Сіваченко І.Ю.* Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): Навч. посібник. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 186 с.; 12. *Фатхутдинов Р.А.* Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 528 с.; 13. *Фатхутдинов Р.А.* Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.; 14. *Экономическая стратегия фирмы.* Учеб. пособие. Под ред. А.П. Градова. 2-е изд. испр. – СПб.: Спецлит, 2000. – 192 с.

Надійшла до редколегії 22.11.2011

УДК 336

Н.П. ГОРБУНОВ, канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХПИ», Харків,
О.И. ОЛЬХОВСКАЯ, асистент, НТУ «ХПИ», Харків,

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СЕРТИФИКАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И УСПЕХА НА КОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ

Робота посвящена рассмотрению проблем экологической безопасности продукции для человека и окружающей среды и возможных путей решения с помощью проведения обязательной и добровольной экологической сертификации.

Робота присвячена розгляду проблем екологічної безпеки продукції для людини та навколишнього середовища та можливим шляхам вирішення цих проблем за допомогою проведення обов'язкової та добровільної сертифікації.

Work is sanctified to consideration of problems of ecological safety of products for чело-века and environment and possible ways of decision by means of realization of обязатель-ной and voluntarily ecological certification.