

УДК 658.115.009

О. В. Селезньова,
аспірант, Класичний приватний університет, м. Запоріжжя

АНАЛІЗ ЧИННИКІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Розглянуто фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємств і чинники, що впливають на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування в ринкових умовах.

The factors of providing of competitiveness enterprises and factors which influence on the competitiveness of domestic enterprises of agricultural engineer in market conditions are considered.

ВСТУП

В умовах інтеграції України до загальноєвропейських і світових структур та проникнення на вітчизняний ринок потужних іноземних транснаціональних компаній загострюється питання формування вітчизняними підприємствами конкурентних переваг і, на цій основі, досягнення ними перемоги у конкурентній боротьбі. Нині зросла роль конкурентоспроможності підприємств як основного критерію, що забезпечує ефективність виробництва та сприяє швидкому інтегруванню України до ЄС [4, 110].

Ринкова економіка передбачає для підприємств, які бажають зайняти гідне місце на ринку, працювати та розвиватися, а не лише виживати, орієнтацію на нові, прогресивні інструменти управління, пов'язані з формуванням та підтримкою довгострокових конкурентних переваг, які ґрунтуються на ключових компетенціях. Чинники можуть впливати як у бік підвищення конкурентоспроможності підприємств, так і у бік зменшення. Вони визначають засоби і способи використання резервів конкурентоспроможності, але наявності самих чинників недостатньо для забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Отримання конкурентної переваги на основі чинників залежить від того, наскільки ефективно вони використовуються і де, в якій галузі вони застосовуються.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета статті — розглянути фактори конкурентоспроможності, що впливають на діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування, і чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання, а також визначити особливості їх класифікації.

РЕЗУЛЬТАТИ

Конкурентоспроможність будь-якої категорії має на увазі наявність факторів, що на неї впливають. Дані фактори перебувають у взаємозв'язку й взаємозалежності один від одного, тому дану економічну категорію необхідно розглядати як систему з усіма притаманними їй властивостями, такими як: складність структури системи, безперервність функціонування й розвитку, цілісність системи, синергічність, взаємозалежність системи й зовнішнього середовища.

Через оцінку конкурентоспроможності підприємства не лише споживач, але і сам виробник може оцінити свою реальну і потенційну здатність проектувати, виготовляти, реалізовувати, економічно і матеріально забезпечувати, технічно обслуговувати вироблені ним товари. Можливості підприємства конкурувати на певному ринку безпосередньо залежать від конкурентоспроможності товару і сукупності соціально-економічних й організаційних

чинників, методів діяльності підприємства, що безпосередньо впливають на результати конкурентної боротьби. Таким чином, конкурентоспроможність товару і конкурентоспроможність підприємства-виробника співвідносяться як частка і ціле [5, 173].

Сучасні умови розвитку промисловості й економіки в цілому вимагають обов'язкового обліку факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища при аналізі й оцінці конкурентоспроможності як продукції, так і підприємства-виробника.

Під внутрішніми факторами розуміють параметри, які описують продукцію, що випускається, і діяльність різних підрозділів підприємства-виробника. Зовнішні фактори відносяться до опису взаємодії підприємства із зовнішнім маркетинговим середовищем, тобто зі споживачами, постачальниками, конкурентами, державними, фінансовими інститутами, природою й суспільством в цілому.

Конкурентоспроможність підприємства сільськогосподарського машинобудування забезпечується сукупністю заходів та залежить від впливу факторів у виробничо-технологічній, економічній і організаційній сферах та зовнішнього середовища, використовуючи володіння конкурентними перевагами й маючи потенційні можливості для втримання або досягнення конкурентних переваг у майбутньому при зміні ринкової кон'юнктури й попиту споживачів.

Серед факторів, що формують конкурентоспроможність підприємства даної галузі, виділяють економічні, споживацькі, організаційні, нормативні, екологічні, індивідуальні, а також репутацію підприємства. Конкурентоспроможність підприємства в значній мірі залежить від конкурентоспроможності продукції, отже, при дослідженні факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, до них потрібно включити конкурентоспроможність продукції [2, 97].

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства сільськогосподарського машинобудування необхідно підвищувати виробничо-технологічні характеристики підприємства, а саме: збільшення виробничих потужностей; контроль якості; підвищення продуктивності праці; здатність розвитку виробництва; здатність зниження собівартості; ритмічність виробництва; забезпечення сировиною рівень використаної технології; здатність модернізації виробництва; здатність освоєння нових продуктів; підвищення ефективності НДДКР тощо.

Важливе значення для забезпечення конкурентоспроможності підприємств відіграють організаційні аспекти. Організація виробництва повинна відповідати вимогам кон'юнктури,

з точки зору можливої необхідності інтеграції, диференціації, диверсифікації виробництва. Ефективність системи розподілу товарів та взаємодія з навколишнім середовищем є обов'язковими елементами організації виробництва.

Сукупність маркетингових факторів, що впливають на конкурентоспроможність, можна згрупувати наступним чином:

- ефективність товарної політики;
- ефективність цінової політики;
- досвід в організації маркетингових досліджень;
- підтримка системи розподілу та просування;
- ефективність структури служби маркетингу;
- ефективність маркетингових стратегій.

Деякі вчені особливо увагу в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства приділяють кадровій політиці: забезпеченість кадрами потрібної кваліфікації, ефективність системи удосконалення кваліфікації, ефективність мотивації, ефективність менеджменту, адаптованість керівництва до зміни зовнішнього середовища.

Фінансово-економічні показники також значно впливають на характеристику конкурентоспроможності. До фінансово-економічних показників, що характеризують конкурентоспроможність підприємства, можна віднести: фінансову стабільність, структуру активів, платоспроможність і фінансування поточних операцій та інвестицій, інвестиційну привабливість, прибуток та норму прибутку, рентабельність.

У сучасних умовах ринку в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства велику роль відіграє державне регулювання, яке включає в себе такі заходи: пряма і непряма фінансова підтримка, статус офіційного держпідприємця, постачальника або уповноваженого, переважне право використання державної власності та ресурсів.

На конкурентоспроможність підприємства також впливають бар'єри входу в галузь, до яких можна віднести ефект масштабу, адміністративні запобіжники, переваги в рівні затрат, диференціацію продуктів, обмежений попит, рівень початкових капітальних витрат, нерозвиненість ринкової інфраструктури, економічні та інституціональні бар'єри, вертикальну інтеграцію тощо.

Мабуть, найбільше фундаментальне дослідження чинників конкурентоспроможності підприємств було приведене в роботах М. Портера. При цьому чинники конкурентоспроможності розуміються ним як одна з чотирьох основних детермінант конкурентної переваги поряд із стратегією фірм, їх структурою і конкурентами, умовами попиту і наявністю спорів

днених або суміжних галузей і підприємств, конкурентоздатних на світовому ринку.

Всі чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, М. Портер пропонує поділити на декілька типів. По-перше, на основні і розвинені. Основні чинники — це природні ресурси, кліматичні умови, географічне положення країни, некваліфікована і напівкваліфікована робоча сила, дебетний капітал. Розвинені чинники — сучасна інфраструктура обміну інформацією, висококваліфіковані кадри (фахівці з вищою освітою, фахівці в області ЕОМ і ПК) і дослідницькі відділи університетів, що займаються складними, високотехнологічними дисциплінами.

Класифікація чинників на основні і розвинені є умовною. Основні чинники існують об'єктивно або для їх створення потрібні незначні державні і приватні інвестиції. Як правило, створювана ними перевага нестійка, а прибуток від використання — низкий. Особливе значення вони мають для добувних галузей, галузей, пов'язаних з сільським і лісовим господарством, а також галузей, які застосовують в основному стандартизовану технологію і мало кваліфіковану робочу силу. Набагато більше значення для конкурентоспроможності мають розвинені чинники, як чинники вищого ступеню. Для їх розвитку необхідні значні, часто тривалі за часом вкладення капіталу і людських ресурсів. Крім того, необхідною умовою самого створення розвинених чинників є використання висококваліфікованих кадрів і сучасних технологій.

Особливістю розвинених чинників є те, що, як правило, їх важко придбати на світовому ринку. В той же час вони є неодмінною умовою інноваційної діяльності підприємства. Успіхи підприємств багатьох країн світу безпосередньо пов'язані зі значною науковою базою і наявністю висококваліфікованих фахівців. Розвинені чинники часто будують на базі основних чинників, тобто основні чинники, не будучи надійним джерелом конкурентної переваги, в той же час можуть бути досить якісними, щоб дозволити на їх базі створити споріднені розвинені чинники.

Іншим принципом класифікації чинників є ступінь їх спеціалізації. Відповідно до цього всі чинники діляться на спільні і спеціалізовані. Спільні чинники, до яких Портер М. відносить систему автомобільних доріг, дебетний капітал, персонал з вищою освітою, можуть бути використані в широкому спектрі галузей. Спеціалізовані чинники — це вузькоспеціалізований персонал, специфічна інфраструктура, бази даних в певних сферах знання, а також інші чинники, які застосовуються в одній або в обмеженій кількості галузей. Прикладом зараз служить спеціалізоване програмне забезпечення,

що розробляється за контрактом, а не стандартні пакети програм спільного призначення.

Слід зазначити, що ці чинники пов'язані з використанням такого рухливого виду капіталу як венчурний капітал. Спільні чинники, як правило, дають конкурентні переваги обмеженого характеру, вони є в значній кількості країн. Спеціалізовані ж чинники, які деколи ґрунтуються на спільних, утворюють суттєву, довготривалу основу для забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Фінансування створення цих чинників більш цілеспрямоване і часто ризикованіше, що, проте, не означає відмови від участі в такому фінансуванні держави.

Зі сказаного вище можна зробити висновок, що найбільшою мірою можливо підвищити конкурентоспроможність підприємства, зокрема галузі сільськогосподарського машинобудування, за умови наявності у нього розвинених і спеціалізованих чинників, від якості яких і залежить рівень конкурентної переваги і можливості його посилення.

І, нарешті, ще один принцип класифікації — поділ чинників конкурентоспроможності на природні (отримали самі собою: природні ресурси, географічне положення) і штучно створені. Зрозуміло, що останні є чинниками вищого ланки і забезпечують конкурентоспроможність вищу і стійкішу. Процес створення чинників являє собою процес накопичення, тобто кожне покоління людей успадковує чинники, що отримали від попереднього покоління, і створює свої, додаючи до колишніх. Саме такої точки зору дотримується не лише М. Портер, але і інші західні економісти, такі як Б. Скотт, Дж. Лодж, Дж. Бауер, Дж. Зюсман, Л. Тайсон.

Схожу точку зору висловлюють і вітчизняні економісти. Зокрема, до "ключових чинників ринкового успіху" вони відносять: "фінансове положення підприємства, розвиненість бази для власних НДДКР і рівня витрат на них, наявність передових технологій, забезпеченість висококваліфікованими кадрами, здатність до продуктового (і цінового) маневрування, наявність збутової мережі і досвічених кадрів зі збуту, достатність технічного обслуговування, можливості кредитування свого експорту (у тому числі, за допомогою державних організацій), дієвість реклами і системи зв'язків з громадськістю, забезпеченість інформацією, кредитоспроможність основних покупців". Аналіз же відібраних чинників, на думку науковців, полягає у виявленні сильних і слабких сторін як в своїй діяльності, так і в роботі конкурентів, що може дозволити, з одного боку, уникнути найбільш гострих форм конкуренції, а з іншої — використовувати свої переваги і слабкості конкурента [3, 149].

Ряд інших авторів, аналізуючи чинники конкурентоспроможності підприємства, пропонує інші принципи систематизації. Зокрема, пропонується їх класифікувати залежно від цільового призначення створюваного продукту праці. Для підприємств, що створюють товари споживчого призначення, виділяють: комерційні умови, організацію збутової мережі, організація технічного обслуговування продукції, представлення споживачів про фірму, її авторитет і репутацію, асортимент її продукції, сервіс, дієвість товарного знаку фірми на залучення уваги покупців до її продукції; дію тенденцій розвитку кон'юнктури на становище фірми на ринку.

На конкурентоспроможність підприємств, що переробляють сировину, впливають, перш за все, такі чинники, як величина прибутку, отриманого від переробки сировини, яка залежить від якісних і вартісних характеристик сировини, а також вартості інших виробничих ресурсів — робочої сили, основного капіталу, споживаного палива і енергії, стан кон'юнктури ринку кінцевого продукту переробки сировини, динаміки цін в результаті коливань попиту і пропозиції, витрат на транспортування сировини до місця переробки або споживання; форми комерційних і інших зв'язків між виробниками і споживачами.

Конкурентоспроможність підприємства або товарів більш повно розкривається через систему їх показників, які є сукупністю критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності виробів або підприємств. Параметри, що характеризують конкурентоспроможність продукції, часто підрозділяються на: технічні, економічні і організаційно-комерційні.

Безумовно, кожна з представлених вище класифікацій має право на існування. Її використання залежатиме від мети дослідження, що проводиться, і від того принципу, який покладений в її основу. У кінцевому ж рахунку конкурентоспроможність визначається лише тими властивостями, які становлять помітний інтерес для покупця (і гарантують задоволення даної потреби). Всі характеристики виробу і підприємства, що виходять за межі цих інтересів, розглядаються при оцінці конкурентоспроможності як ті, що не стосуються них в даних конкретних умовах. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність — поняття відносне, чітко прив'язане до конкретного ринку і часу продажу. І оскільки у кожного покупця є свій індивідуальний критерій оцінки задоволення власних потреб, конкурентоспроможність набуває ще й індивідуального відтінку.

Отже, аналіз показав, що більшість існуючих класифікацій чинників конкурентоспроможності обмежуються переліком факторів

внутрішнього формування, а також ототожнюють оціночні показники факторів безпосередньо із самими факторами конкурентоспроможності підприємств.

Виходячи з розглянутої вище концепції конкурентоспроможності підприємства і критичного аналізу представлених класифікацій й розуміння під чинниками конкурентоспроможності підприємств тих явищ і процесів виробничо-господарської діяльності підприємств та соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміну абсолютної і відносної величини витрат на виробництво і реалізацію продукції, а в результаті зміни рівня конкурентоспроможності самих підприємств, запропоновано класифікувати фактори конкурентоспроможності підприємств на технічні, економічні, організаційно-правові на основі принципу розподілу факторів конкурентоспроможності на внутрішньофірмові (внутрішні) й зовнішні.

Дана класифікація підрозділяє фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємств залежно від сфери діяльності, у якій вони формуються, на:

— технічні, які включають споживчі характеристики продукції, що забезпечують їй належний рівень конкурентоспроможності, а також технологічні особливості виробництва;

— економічні, що включають цінові параметри продукції, показники господарської діяльності підприємства й комплекс маркетингу, реалізований на підприємствах для підтримки його конкурентоспроможності;

— організаційно-правові, наявність і дотримання яких дозволяє підприємствам підтримувати необхідний і достатній рівень конкурентоспроможності.

При цьому під зовнішніми чинниками слід розуміти, по-перше, заходи державної дії як економічного характеру (амортизаційна політика, податкова, фінансово-кредитна політика; митна політика і пов'язані з нею імпорتنі мита; систему державного страхування; участь в міжнародному розподілі праці, розробці і фінансуванні національних програм із забезпечення конкурентоспроможності підприємств), так і адміністративного характеру (розробка, вдосконалення і реалізація законодавчих актів, сприяючих розвитку ринкових стосунків; державна система стандартизації і сертифікації продукції і систем її створення; державний нагляд і контроль за дотриманням обов'язкових вимог стандартів, правил обов'язкової сертифікації продукції і систем, метрологічний контроль; правовий захист інтересів споживача).

По-друге, чинниками конкурентоспроможності виступають основні характеристики самого ринку діяльності даного підприємства; його тип і ємкість; наявність і можливості конкурентів; забезпеченість, склад і структура тру-

дових ресурсів тощо. По-третє, до зовнішніх чинників слід віднести діяльність суспільних і недержавних інститутів. З одного боку, через різні організації по захисту прав споживачів, які виступають стримуючим моментом зростання конкурентоспроможності підприємств, а з іншого, через недержавні інвестиційні інститути, що сприяють зростанню конкурентоспроможності підприємств, забезпечуючи інвестиції на найбільш перспективних напрямленнях діяльності. І, нарешті, чинником конкурентоспроможності, безумовно, є діяльність політичних партій, рухів, блоків і т.п, які формують соціально-політичне становище в країні.

До внутрішніх чинників, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств, слід віднести потенціал маркетингових служб, науково-технічний, виробничо-технологічний, фінансово-економічний, кадровий, екологічний потенціал; ефективність реклами; рівень матеріально-технічного забезпечення; рівень підготовки і розробки виробничих процесів; ефективність виробничого контролю, випробувань і обстежень; рівень забезпечення пусконаладжувальних і монтажних робіт; сервісного і гарантійного обслуговування тощо.

Фактори двох виділених блоків (внутрішні, зовнішні) перебувають у тісному взаємозв'язку й залежності один від одного, так що можна говорити про зв'язки як між окремими параметрами, так і між блоками факторів у цілому. В основу класифікації покладений принцип розподілу факторів на внутрішньофірмові й зовнішні.

Таким чином, виходячи з вищезазначеного, конкурентоспроможність можна представити у вигляді функції, що залежить від наступних змінних:

$$Q = f(P, M, I, Men, Per, F, S, C, E),$$

де Q — конкурентоспроможність підприємства, що змінюється в межах $[0,1]$ і залежить від наступних змінних:

P — виробничі фактори;

M — маркетингові й логістичні фактори;

I — інноваційні фактори (НДДКР);

Men — фактори в сфері менеджменту;

Per — фактори в сфері кадрової політики;

F — фінансові фактори конкурентоспроможності підприємства;

S — державне регулювання;

C — фактори, що характеризують взаємодію з партнерами по ринку;

E — екологічні фактори, що впливають на конкурентоспроможність.

В основу дослідження факторів конкурентоспроможності підприємств покладений системний підхід, що припускає розгляд всіх факторів у контексті існуючих між ними взаємозв'язків і взаємозалежностей. Для більш конкретної уяви про вплив на конкурентоспро-

можність окремих факторів необхідно кожному з них привласнити оціночний показник, що кількісно характеризував би фактори конкурентоспроможності.

Сільськогосподарське машинобудування є для України однією з найбільш пріоритетних й галузю, яка розвивається та зберігає високі обсяги випуску продукції, незважаючи на кризову ситуацію в економіці країни, тому відповідно до мети даної роботи, необхідно розробити систему основних факторів конкурентоспроможності, характерних для підприємств даної галузі, а зокрема, підприємства сільськогосподарського машинобудування.

Очевидним є той факт, що конкурентоспроможність підприємств такої галузі як сільськогосподарське машинобудування визначається в першу чергу рівнем якості й конкурентоспроможності його продукції. Але в сучасних економічних умовах високої якості продукції, конкурентоспроможних цін і ефективної системи просування продукції на ринок недостатньо для успішної конкуренції вітчизняних промислових підприємств із провідними сільськогосподарськими машинобудівниками на ринку. Підприємства здійснюють свою діяльність, перебуваючи в постійному контакті з іншими суб'єктами ринку.

Отже, на конкурентоспроможності підприємств в сучасній економіці не може не позначитися ефективність його відносин з ринковим оточенням, що включає постачальників сировини, матеріалів і комплектуючих, державні, кредитні установи, суспільство в цілому й, звичайно, покупців промислової продукції, попит яких призначено задовольняти підприємство.

Таким чином, нами виділено три основні групи параметрів, що суттєво впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування, а також розроблено їхні оціночні показники. Облік факторів всіх трьох груп дозволяє сформувати систему факторів конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування та їх оціночних показників:

I. Технічні фактори галузі, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, описують стан виробничої, технологічної й науково-дослідної бази підприємства — виготовлювача, а також споживчі властивості продукції, які покликані задовольняти попит споживача. Від їхнього рівня залежить можливість підприємства виробляти продукцію, що конкурує із кращими світовими зразками. Такі параметри, як економічність, надійність, довговічність, безпека експлуатації характеризують продукцію сільгоспмашинобудування, а їхні високі показники забезпечують конкурентоспроможність вітчизняної продукції на ринку.

II. Економічні фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємств сільсь-

когосподарського машинобудування, включають :

1) цінові параметри продукції, представлені ціною покупки й ціною споживання;

2) фактори, що визначають рівень конкурентоспроможності господарської діяльності підприємств і виражені показниками рентабельності, фінансової стійкості, прибутковості, продуктивності праці й так далі;

3) маркетингові фактори, що здійснюють безпосередній вплив на конкурентоспроможність, до складу яких входять: популярність і репутація підприємства на внутрішньому й зовнішньому ринку, популярність товарної марки підприємства, наявність мережі сервісного обслуговування, дотримання виробником зобов'язань за контрактами, ефективність роботи збутової системи, ефективність, реклами й системи стимулювання збуту (системи знижок, лізинг, бартер, виставки), характеристики упакування, орієнтація діяльності підприємства на задоволення попиту споживача й підвищення рівня власної конкурентоспроможності.

III. Фактори мережі або фактори взаємодії, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, розгляд яких набуває в сучасних умовах особливого значення, тому що є найменш вивченою сферою діяльності підприємства. Ефективність роботи машинобудівних підприємств прямо залежить від їхнього мережевого оточення й від взаємовідносин з різними бізнес-суб'єктами на ринку, а саме: конкурентами, споживачами, державними інститутами, кредитними установами, суспільством, громадськими і природоохоронними організаціями тощо.

Запропонована класифікація, на відміну від більшості існуючих: включає фактори не тільки внутрішньофірмові, але й зовнішні, що значно впливають на діяльність підприємств; розділяє самі фактори конкурентоспроможності і їхні оціночні показники, тому що фактор дає якісну оцінку того або іншого процесу, а оціночний показник характеризує даний процес кількісно; має на увазі взаємозв'язок між блоками зовнішніх та внутрішніх факторів, тому що зміна зовнішніх умов діяльності підприємств може спричинити зміну їх внутрішньої структури й навпаки, поліпшення/погіршення конкурентної позиції підприємств призведе до певних змін у їх навколишнім середовищі.

Таким чином, конкурентоспроможність — це багатоаспектне поняття, що означає відповідність виробленої продукції умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не лише за своїми якісними, економічними, технічними, естетичними, ергономічними характеристиками, але й за комерційними і іншими умовами її реалізації (терміни постачання, ціна, канали збуту, сервіс, реклама) і адекватністю діяльності під-

приємств існуючим умовам господарювання.

Важливо також відмітити, що застосування перерахованих факторів і оціночних показників має універсальний характер і є можливим не тільки в галузі сільськогосподарського машинобудування, але і в інших галузях промисловості.

ВИСНОВКИ

Підприємство стає конкурентоспроможним у результаті комплексу дій, спрямованих на створення і утримання конкурентних переваг. Окремі дії, які спрямовані на забезпечення переваг, дають підприємствам змогу мобілізувати потенціал і конкурувати на ринку протягом обмеженого періоду.

Проводячи аналіз існуючих класифікацій чинників конкурентоспроможності, можна відзначити, що більшість існуючих класифікацій обмежуються переліком факторів внутрішнього формування, а також ототожнюють оціночні показники факторів безпосередньо із самими факторами конкурентоспроможності.

Отже, в основу дослідження факторів конкурентоспроможності підприємства сільськогосподарського машинобудування покладений системний підхід, що допускає розгляд всіх факторів у контексті існуючих між ними взаємозв'язків і взаємозалежностей. Серед факторів, що забезпечують формування ефективної конкурентоспроможності підприємств сільгоспмашинобудування в умовах ринку, нами виділено дві групи: фактори внутрішні, що характеризують роботу окремих функціональних підрозділів підприємства, і зовнішні, що характеризують взаємозв'язок підприємства з різними бізнес-партнерами й державою. Для більш конкретної уяви про вплив на конкурентоспроможність окремих факторів, необхідно кожному з факторів привласнити оціночний показник, що характеризував би його кількісно.

Література:

1. Алексеев С.Б. Адаптивный поход к управлению конкурентоспособностью предприятия. Сб. трудов II Международной научно-практической конференции аспирантов и студентов 15—17 марта 2006 г., Симферополь. — С. 30.
2. Зенкин Д.В. Составляющие конкурентоспособности. — М.: Инфра-М, 1997. — 368 с.
3. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений. — Харьков: ХГЭУ, 1997. — 246 с.
4. Кудлай В.Г. Развитие конкуренции на рынке молочной продукции в Украине // Экономика АПК № 6, 2006 р., с. 110
5. Николайчук В.Е., Белявцев М.И. Промышленный маркетинг. — Донецк: ООО ПКФ "БАО", 2004. — 384 с.

Стаття надійшла до редакції 20 січня 2009 р.