

1. *Конторович А. Э., Коржубаев А. Г.* Стратегия устойчивого развития мирового сообщества и мировая энергетика // В сб. Научное наследие В. И. Вернадского в контексте глобальных проблем цивилизации. Международная конференция. Крым, 23—25 мая 2001. Доклады. — М.: Издательский дом «Ноосфера», 2001. — С. 365—379.

2. *Коробко Б. П., Миханюк В. М., Онішко О. Ф.* Енергетична стратегія України: роль і місце поновлюваних джерел енергії // Винахідник і раціоналізатор. — 2005. — № 1 — С. 19—30.

3. *Шевчук В. О.* Глобальна місія — на часі! // Урядовий кур'єр від 19.12.2007 р. — № 238.

УДК 658.3

В. Б. Галушко, аспірант кафедри
стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ ЙОГО СТРАТЕГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ

У статті окреслено взаємозв'язок категорій «конкурентоспроможність» та «стратегічна стійкість», запропоновано авторське визначення категорії «стратегічна стійкість підприємства».

In the article outlined interconnection of categories «competitive ability» and «strategic sustainability». Also offered an author determination of category «strategic sustainability of enterprise».

В процесі функціонування підприємства, на будь-якому етапі ланцюга створення додаткової вартості відбувається взаємодія економічного суб'єкта з елементами зовнішнього чи внутрішнього середовища. При цьому, ця взаємодія спричиняє виникнення певного ефекту в позитивному або негативному напрямку в залежності від цілей діяльності підприємства, його інтересів та можливостей їх реалізації. Основними учасниками чи контрагентами взаємозв'язку з підприємством виступають постачальники, споживачі та конкуренти. Від постачальників залежить забезпеченість господарюючого суб'єкта необхідними ресурсами: матеріальними, фінансовими, трудовими чи інтелектуальними; споживачі своїм вибором продукції конкретного підприємства ніби підтверджують доцільність та ефективність його функціонування, а конкуренти можуть вступати в контакт практично на кожному етапі функціонування підприємства: як у боротьбі за ресурси, так і в конкуренції за споживача. Ефективність взаємодії господарюючого суб'єкта з розглянутими суб'єктами зовнішнього середовища можна охарактеризувати поняттям конкурентоспроможності, що комплексно описує можливості підприємства залучати та використовувати необхідні ресурси, зацікавлювати своїм товаром споживача та протидіяти конкурен-

там. На сьогоднішній день є достатньо велика кількість наукових досліджень з проблем конкурентоспроможності та тлумачень даної категорії. При цьому, на наш погляд, недостатньо уваги приділено взаємозв'язку конкурентоспроможності та стійкості підприємства.

Як зазначають Бараненко С. П. та Шеметов В. В., «конкурентоспособность предприятия проявляется в его способности эффективно решать конкретные локальные задачи, но по мере накопления ресурсов в отдельных эпизодах конкурентной борьбы, связанных с решением этих задач, создаются предпосылки для достижения устойчивости предприятия» [1, с. 30]. Тобто, на думку згаданих авторів, конкурентоспроможність ніби формує стійкість підприємства, якщо розглядати її з довгострокової точки зору. Але сама по собі стійкість підприємства не означає лідирування підприємства на ринку чи вирішення його певних стратегічних цілей. Тому доцільно ввести поняття стратегічної стійкості підприємства, яку А. Кучерявий визначає як «результат способности предприятия создавать, развивать и сохранять длительное время конкурентные преимущества на рынке покупателя в условиях ускоряющегося научно-технического прогресса и нарастающих проблем с природными ресурсами, а также антропогенного воздействия на экологию» [2, с. 2].

На нашу думку, таке трактування «стратегічної стійкості» не повністю розкриває зміст цієї категорії, оскільки воно прив'язані лише до існування переваг у підприємства на ринку у певному часовому проміжку, хоч і тривалому. Автором пропонується наступне трактування цієї категорії: *стратегічна стійкість є інтегральною характеристикою діяльності підприємства, що відображає в динаміці (в перспективі) його здатність до стійкого розвитку в умовах гіпердинамічного зовнішнього середовища відповідно до попередньо встановлених оптимальних стратегічних цілей підприємства*. При чому, оптимальність стратегічних цілей підприємства визначається як поточним внутрішнім станом підприємства, стадією його життєвого циклу, так і прогнозами щодо розвитку галузі та ринку в майбутньому.

Таким чином стратегічна стійкість є комплексною категорією, що включає в себе різноманітні фактори діяльності підприємства, в тому числі й конкурентоспроможність.

Література

1. Бараненко С. П., Шеметов В. В. Стратегическая устойчивость предприятия. — М.: Центрполиграф, 2004. — 496 с.

2. Кучерявый А. В. Конкурентоспособность и стратегическая устойчивость промышленного предприятия / Автореферат диссертации http://bankrabort.com/work/work_16735.html

3. Сафин Ф. Сущность и факторы экономической устойчивости (постановка проблемы) // Вестник ТИСБИ. — Выпуск № 2. — 2000 г. — С. 123—125.

4. Фатхудинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА — М, 2000. — 312 с.

5. Фатхудинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность: Учебник. — М. Экономика, 2005. — 505 с.

УДК 002.54

О. І. Гарафонова, канд. екон. наук,
доц. кафедри менеджменту,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ПОСТІЙНОГО ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Визначено інструменти постійного покращення діяльності підприємства. Обґрунтовано інноваційні напрямки розвитку вітчизняних підприємств.

The mechanism of steady improvement of enterprise activity has been determined. The innovative directions of domestic enterprises development have been substantiated.

Глобалізація діяльності призвела до того, що сьогодні сучасні підприємства ведуть свої справи не так, як раніше. Сучасні умови конкурентного середовища не залишають часу для помилок. Зростає конкуренція на світових та вітчизняних ринках, що вимагають від виробників якісну та конкурентоспроможну продукцію та послуги. Теорія обмежень Е. Голдрата, ідея постійного покращення Кайдзен — це інноваційні інструменти покращення діяльності як закордонних, так і вітчизняних підприємств.

Системні невдачі в тендерах не завжди можна пояснити корупцією, політичними умовами в країні. Іноземні партнери, вибираючи співробітників у країнах СНД, враховують не тільки репутацію підприємств, імідж компанії, споживчі властивості продукції, яку виробляють на даному підприємстві, але й наявність сучасних інструментів покращення діяльності підприємств (теорія Дж. Джурана, ідея постійного покращення Кайдзен та теорія обмежень тощо). Зупинимось на цих інноваційних напрямках розвитку вітчизняних підприємств більш детально.

Японська парадигма покращення діяльності та бізнес-процесів представлена різними теоріями, але однією з перших та основних