



DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-37-5

УДК 339.137.2

**Варава Л.М.***доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри менеджменту і адміністрування  
Криворізького національного університету  
E-mail: larkumvar@gmail.com***Бученкова О.В.***аспірантка  
Криворізького національного університету  
E-mail: olesyabuchenkova@gmail.com*

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ В РОЗРІЗІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті визначено різні теоретичні підходи до трактування понять «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність експортної продукції». На підґрунті проведеного дослідження запропоновано визначення поняття конкурентоспроможності експортної продукції. Доведено, що під конкурентоспроможністю експортної продукції слід розуміти здатність підприємства враховувати зовнішньоекономічні аспекти впливу на ціну продукції, політичну нестабільність у країні виробника і забезпечення при цьому стійких конкурентних переваг товарів за допомогою прийнятних економічних і технологічних показників та зручності під час доставки товару до кінцевого споживача. Обґрунтовано властивості, які притаманні категоріям «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції». Визначено структурні складники конкурентоспроможності металургійної продукції, які формують конкурентні можливості та переваги підприємства і знаходяться у взаємозв'язку один з одним. Розраховано відносний показник якості за основним технічним параметром на основному цільовому ринку металопродукції.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність експортної продукції, конкурентоспроможність підприємства, металургійні підприємства, відносний показник якості.

### **Варава Л.Н., Бученкова О.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ В РАЗРЕЗЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЭКСПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ**

В статье определены различные теоретические подходы к разъяснению понятий «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность экспортной продукции». На основе проведенного исследования предложено определение понятия конкурентоспособности экспортной продукции. Доказано, что под конкурентоспособностью экспортной продукции следует понимать способность предприятия учитывать внешнеэкономические аспекты влияния на цену продукции, политическую нестабильность в стране производителя и обеспечение при этом устойчивых конкурентных преимуществ товаров с помощью приемлемых экономических и технологических показателей и удобства при доставке товара до конечного потребителя. Обоснованы свойства, присущие категориям «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность продукции». Определены структурные составляющие конкурентоспособности металлургической продукции, которые формируют конкурентные возможности и преимущества предприятия и находятся во взаимосвязи друг с другом. Рассчитан относительный показатель качества по основному техническому параметрам на основном целевом рынке металлопродукции.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность экспортной продукции, конкурентоспособность предприятия, металлургические предприятия, относительный показатель качества.

### **Varava Larysa, Buchenkova Olesia. THEORETICAL PRINCIPLES OF COMPETITIVENESS AS AN ECONOMIC CATEGORY IN TERMS OF ENTERPRISE AND EXPORT PRODUCTS**

The article identifies various theoretical approaches to the interpretation of the concepts of "enterprise competitiveness" and "export products competitiveness". On the basis of the conducted research, the definition of the concept of export products competitiveness is proposed. It is proved that the competitiveness of export products means the ability of an enterprise to take into account foreign economic aspects of influence on the price of production, political instability in the country of the manufacturer and at the same time ensuring stable competitive advantages of goods by means of acceptable economic and technological indicators and convenience in delivery of the goods to the final consumer. The properties that are inherent in the categories "enterprise competitiveness" and "export products competitiveness" are substantiated. The structural components of the competitiveness of metallurgical products are identified, which shape the competitive opportunities and advantages of the enterprise and are interrelated with each other. The relative quality has been calculated for the main technical parameter on the target market for metal products. Foreign economic aspects of the impact should be attributed to the duty rates of the importing countries, as well as the possibility of using trade preferences. For this purpose it is necessary to establish whether the goods comply with the rules of origin, that is, whether the goods are considered to be made in Ukraine, to prepare documents confirming its origin and to observe the rules of direct transportation of the goods. It is necessary to take into account the technical factors that affect the competitiveness of metallurgical products: in particular, the parameter of the yield strength of rebar, which is the most important among the competitive parameters of export-oriented products. It was investigated that the strongest competitor is the Australian company ONE STEEL, where the relative quality index was 1.04, which is significantly higher than that of PJSC ArcelorMittal. The proposal to increase the competitiveness of the rebar is to take into account other technical indicators of the reinforcing steel of PJSC "ArcelorMittal Kryviy Rih", which are competitive. This will be the subject of our further research.

**Keywords:** export competitiveness, enterprise competitiveness, metallurgical enterprises, relative quality index.

**Постановка проблеми.** Міжнародний ринок є надзвичайно складним утворенням. Він має значну місткість, що створює великі перспективи для підприємств, але водночас висуває й додаткові вимоги щодо

їхньої діяльності. Приймаючи рішення про вихід фірми на зарубіжні ринки, її керівництво неодмінно має визначити власні міжнародні цільові сегменти, провести їх детальний аналіз (вивчити потреби

потенційних споживачів, місткість ринку, платоспроможний попит, конкурентів, що вже присутні на ринку) й оцінити рівень конкурентоспроможності власної продукції на них. Рішення стосовно виходу фірми на певний зарубіжний ринок залежатиме від того, наскільки конкурентоспроможним виявиться її товар на вибраному цільовому сегменті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Загалом проблемам конкурентоспроможності експортної продукції присвячено достатньо уваги в роботах таких вітчизняних та зарубіжних учених, як: І. Багрова, Л.М. Варава, М. Гельвановський, Р. Рав'ялов, Ю. Козак, І. Сіваченко, І.В. Осипов, Б. Буркинський, Є. Хохлов, Н. Комков, А. Лазарев та ін. Науковий доробок вітчизняних і зарубіжних учених в окресленому колі питань свідчить про різноплановість досліджень, що пов'язані з конкуренцією та конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання. Тому ми вважаємо за необхідне особливо наголосити на працях Р.А. Фатхутдінова [9], В.Г. Шинкаренко [10], П.С. Зав'ялова [3], Г.Л. Азоєва [6], Н.І. Перцовського [16], С.М. Клименка [3], які займалися питаннями розвитку конкурентних переваг об'єктів у конкурентоспроможній економіці, теоретичними та методологічними аспектами використання концепції конкурентоспроможності. Теоретичним надбанням теорії конкурентоспроможності також є наукові праці зарубіжних і вітчизняних економістів: І.П. Арнаута [1], З.А. Васильєвої [4], М.Е. Портера [7], А.П. Градова [8], В.Г. Шинкаренко [10], П.Ю. Беленького [14], М.О. Єрмолова [15], С.П. Ярошенко [19] та ін.

**Мета статті.** У сучасній світовій економічній системі питання оцінювання міжнародної конкурентоспроможності продукції набуло неабиякого значення. Через зростання на світовому ринку кількості продавців і покупців завдяки глобалізації світогосподарських зв'язків конкуренція стала більш жорсткою, тому забезпечення міжнародної конкурентоспроможності продукції є найголовнішим чинником успішного функціонування суб'єктів світового ринку в сучасних умовах. Загалом у сучасній науковій літературі це визначення зустрічається досить рідко. Автори, які займаються проблематикою теорії конкурентоспроможності, зазвичай обмежуються лише зазначенням того, що під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності конкурентоспроможність вітчизняної продукції переноситься на зовнішній ринок, якщо вона володіє такими конкурентними перевагами щодо ціни та якості, які достатні для ведення конкурентної боротьби на зовнішньому ринку. Однак такої характеристики вкрай недостатньо для проведення глибокого аналізу, бо тут навіть не зазначається, що товар володіє конкурентоспроможністю експортної продукції тільки тоді, коли він може бути реалізованим на зовнішньому ринку більш прибутково, ніж на внутрішньому.

**Метою статті** є аналіз та узагальнення існуючих методичних підходів до трактування категорій конкурентоспроможності підприємства та продукції, обґрунтування необхідності в сучасних умовах розгляду поняття «конкурентоспроможність експортної продукції» та виявлення основних чинників впливу на неї.

**Виклад матеріалу дослідження та його основні результати.** Конкурентоспроможність як економічна категорія характеризує властивість об'єкта задовольняти певну конкретну потребу порівняно з аналогічними об'єктами даного ринку [3, с. 159]. Але конкурентоспроможність – різноманітна категорія, на яку має вплив достатня кількість технологічних, економічних і організаційно-управлінських чинників. У зв'язку із цим багато дослідників, вивча-

ючи цю категорію, представляли різні підходи до її визначення. Здебільшого розглядається конкурентоспроможність у розрізі підприємства або продукції (товару), що реалізується на ринках.

У табл. 1 надано визначення категорії конкурентоспроможності різними авторами.

За результатами даного дослідження можна відзначити, що ключовим у визначенні Г.М. Скударя є розгляд конкурентоспроможності як здатності країни або підприємства протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку й ринках інших країн. Проте поза увагою автора залишилися взаємовідносини підприємства із зовнішнім середовищем. С. Ярошенко чітко не окреслює, за рахунок яких чинників підприємства одержуватимуть конкурентні переваги на ринку. Г.Л. Азоєв на перший план виносить фінансовий складник, а решта є похідними від нього, у тому числі й випуск конкурентоспроможної продукції. Вважаємо, що таке твердження не повною мірою відображає сутність конкурентоспроможності підприємства. А. Маренич та І. Астахова концентрують увагу лише на виробничо-господарській діяльності підприємства, не враховуючи інших сфер, які також мають істотний вплив на його конкурентоспроможність. Із визначення Л.М. Калашникової не зрозуміло, чи це є перманентний процес, чи це є планомірна цілеспрямована робота, яка ґрунтується на стратегічному підході. Вважаємо, що М.І. Перцовський робить перелік потенціалів підприємства (табл. 1) певним чином звуженим. Ф. Зав'ялов, Б. Райзберг Л. Лозовський та А. Поршнев у визначеннях на відміну від попередніх поза увагою залишили чинники внутрішнього середовища підприємства. Швейцарська організація «Європейський форум із проблем управління» визначила, що конкурентоспроможність – це реальна потенційна можливість фірм в існуючих для них умовах проектувати, виготовляти і збувати товари, що за ціновими й неціновими характеристиками більш привабливі для споживача, ніж товари конкурентів [8, с. 99–100]. П.Ю. Беленький дає найбільш загальне та всеохоплююче визначення, проте саме у цьому є його недолік. В.Г. Шинкаренко і А.С. Бондаренко трактують визначення конкурентоспроможності підприємства достатньо вдало, наголошуючи на забезпеченні підприємством конкурентних переваг.

Що стосується окремих чинників, що впливають на показники конкурентоспроможності металургійної продукції, то серед них слід відзначити зовнішньоекономічні, наприклад уведення тимчасового мита на імпорт з України до Єгипту в розмірі 15–27% у 2017 р., що призвело до зниження експорту, а також політичні, коли виробництво арматури в Україні у 2016 р. впало на 943 тис т (-26%) порівняно з довоєнним 2013 р. Утрати були пов'язані з переборами в роботі Єнакіївського МЗ (з березня 2017-го завод захоплено «владою» ДНР, і його доля залишається невизначеною) [17]. Тому вважаємо за потрібне виокремити найважливіші, а саме технічні, характеристики арматурного прокату: плинність, міцність, відносне скорочення, продовження, маса окалини тощо (табл. 2). При цьому значущість першого параметру, згідно з міжнародними стандартами, є найвищою (45–50%), решта параметрів оцінюється експертами рівнозначно (15–20%). Оцінювання проведемо на основі відносного показника якості, параметру плинності арматурного прокату підприємства ПАТ «ArcelorMittal» згідно з ДСТУ 5781-82:

$$Q = \frac{P_i}{P_{ib}}, \quad (1)$$

де  $Q$  – відносний показник якості;  $P_i$  – одиничний показник якості моделі, що оцінюється;  $P_{ib}$  – одиничний показник якості базової моделі.

Таблиця 1

**Трактатування категорій конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності товару**

М. Портер [7, с. 114]	Конкурентоспроможність підприємства оцінюється у межах груп підприємств, які належать до однієї галузі. Конкурентоспроможність відображає продуктивність використання окремих матеріальних та нематеріальних ресурсів.
Г.М. Скудар [18, с. 31]	Багатостороння економічна категорія, яка розглядається на рівні товару, товаровиробника, галузі, країни. Конкурентоспроможність зумовлена економічними, соціальними та політичними чинниками позиції країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках.
А. Яновський [13, с. 22]	Конкурентоспроможність підприємства – це багаторівнева категорія, яка передбачає оцінку всіх функціональних сфер їхньої діяльності (виробництва, кадрового потенціалу, фінансів, наукових розробок, маркетингу).
С. Ярошенко [19]	Підприємства конкурентоспроможні, якщо вони можуть довготривалий період часу відстоювати власні переваги на ринку за наявності ефективнішої стратегії або можливості функціонувати в довгостроковому періоді на ринку й отримувати при цьому прибуток, після перерозподілу якого залишиться здатність для вдосконалення виробництва, підтримання якості продукції та стимулювання працівників.
Г.Л. Азоєв [6]	Конкурентоспроможність – це здатність ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів – обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми, оскільки є результатом її конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління компанією.
А. Маренич та І. Астахова [11, с. 23]	Комплексна характеристика діяльності підприємств, яка ґрунтується на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності (виробничий потенціал, трудові ресурси, забезпеченість матеріалами, фінансові результати діяльності та ін.) і дає змогу виявити сильні сторони підприємств у конкурентній боротьбі, знайти способи досягнення переваг над конкурентами.
Л.М. Калашникова [5], П.Ю. Беленький [14, с. 10]	Комплексне поняття, що характеризується системою й якістю управління, якістю продукції, широтою та глибиною асортименту, затребуваного суспільством або окремими його членами, стабільним фінансовим станом, здатністю до інновацій, ефективним використанням ресурсів, цілеспрямованою роботою з персоналом, рівнем системи товароруху і сервісом фірми.
М.І. Перцовський [16], П.К. Канінський [12, с. 532]	Можливість проведення ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Це узагальнений показник життєвої стійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали.
Ф. Зав'ялов, Б. Райзберг, Л. Лозовський, А. Поршнев [2]	Здатність фірми, компанії конкурувати на ринках із виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців, споживачів.
Р.А. Фатхутдінов [9, с. 35]	Властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, які представлені на даному ринку. Він зазначає, що конкурентоспроможність підприємства – це його здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію.
З.А. Васильєва [4]	Здатність задовольняти потреби споживачів на основі виробництва товарів і послуг, що перевершують конкурентів за необхідним набором параметрів.
В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко [10, с. 14]	Динамічна характеристика здатності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому визначений рівень конкурентних переваг.
<i>Конкурентоспроможність товару</i>	
С.Ф. Покропивний [12, с. 327]	Визначає конкурентоспроможність продукції як сукупність властивостей вироблених підприємством товарів, що відбиває міру задоволення конкретної потреби проти репрезентованої на ринку аналогічної продукції.
Є.В. Крикавський [12, с. 148]	Сукупність споживчих властивостей товару, які характеризують його відмінність від виробу конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам, а також з урахуванням затрат на їх задоволення.
З.Є. Шершньова [12, с. 115]	Під конкурентоспроможністю товару розуміється міра його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо.
А.В. Войчак [9, с. 114]	Здатність бути виділеною споживачем з аналогічних товарів, які пропонуються на ринку фірмами-конкурентами.

Джерело: складено авторами

Таблиця 2

**Конкурентоспроможність металопродукції ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» за технічними параметрами на цільових ринках**

Підприємство	ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг»		
	Конкуренти	Арматурний прокат	
		Відносний показник якості Q (≥1)	Технічний параметр арматурного прокату
Назва підприємств			Плинність Н/мм <sup>2</sup>
		АrcelorMittal Еталонне значення	Конкуренти
1. Ezz Group	0,94	240	227
2. Ilhanlar Rolling LTD STI	0,936	240	225
3. Sonasid	0,96	240	230
4. Магнітогорський МК	0,96	240	230
5. Rashtriya Ispat Nigam	0,92	240	220
6. ONE STEEL	1,04	240	250

Джерело: складено авторами на основі [2]

Згідно з отриманими результатами з табл. 2, робимо висновок, що найслабшими конкурентами ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» на ринку Близького Сходу є Lhanlar Rolling LTD STI та Rashtriya Ispat Nigam, оскільки відносний показник якості є найменший і становить лише 0,936 та 0,92 відповідно, що є менше 1. Проте найсильнішим конкурентом є австралійське підприємство ONE STEEL, де відносний показник якості становив 1,04, що значно перевищує показник ПАТ «АрселорМіттал». А це означає, що арматурний прокат ONE STEEL витримує більшу напругу, яку можна застосувати до конструкцій без її деформації і подальшого руйнування. Чим вище його значення, тим більші навантаження конструкція зможе витримати. Тому надалі для більш розгорнутого дослідження необхідно врахувати інші технічні параметри ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», які є конкурентними.

В економічній літературі співіснують не лише поняття «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції», а й такі поняття, як «конкурентоспроможність галузі» та «конкурентоспроможність експортної продукції». Останнє поняття конкурентоспроможності заслуговує найбільшій увазі у нашому дослідженні, оскільки, на нашу думку, не є повністю розкритим.

У нинішній світовій системі відкритих ринків проблематика питання конкурентоспроможності експортної продукції отримала неабиякого значення, тому що наявність або відсутність такої властивості у товарів є визначальною не тільки щодо їх наявності на ринку, а й загалом щодо існування як окремих товаровиробників, так і цілих галузей економіки певних країн. Це відбувається за наявності або відсутності такої властивості товарів, яка є визначальною не тільки щодо їх присутності на ринку, а й загалом щодо існування як окремих товаровиробників, так і цілих галузей економіки певних країн.

Виходячи з того, що поняття «конкурентоспроможність експортної продукції» є похідним, то, відповідно до цього, воно вбирає у себе всі особливості та чинники, що впливають на поняття «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції», а та-кож безпосередньо відображає їх складність і багатоаспектність. Однак воно має також особливості, які властиві лише йому.

Традиційним є визначення, що «міжнародна конкурентоспроможність продукції – це сукупність вартісних і якісних властивостей продукції, які забезпечують задоволення конкретних потреб споживачів на певному сегменті зовнішнього ринку» [1, с. 278]. На нашу думку, недоліком цього визначення залишається відсутність відображення здатності товару бути реалізованим на зовнішньому ринку з більш високим прибутком для підприємства, тобто надається тлумачення цього показника у маркетинговому розумінні. Заслугує на увагу той факт, що у цій роботі також окремо визначається поняття конкурентоспроможності експорту як «сукупність властивостей, наданих продукції під час її розроблення, виробництва, реалізації, що забезпечують відмінність від аналогів за ступенем задоволення потреб споживачів, за рівнем витрат на придбання й використання, за ступенем інформованості, доступності, зручності для покупця, що сприяє її динамічній реалізації на зовнішньому ринку в певний період часу» [1, с. 279]. На жаль, не вказано принципової різниці між поняттями міжнародної конкурентоспроможності продукції і конкурентоспроможності експорту, тому можна зробити висновок, що ці поняття використовуються як сино-

німи (що є досить обґрунтованим) з тією різницею, що останнє є більш інформативним, однак у ньому залишається недолік, притаманний першому.

Заслугує особливої уваги ще одне трактування конкурентоспроможності експортного товару через призму поняття конкурентоспроможності підприємства, що подано М.О. Єрмоловим, який вважає, що цю категорію необхідно розглядати як «відносну характеристику, яка відображає відмінність процесу розвитку одного виробника від конкурента як за рівнем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності» [15]. Ми вважаємо, що це визначення було б точнішим, якщо його доповнити характеристикою впливу зовнішніх чинників на окремі характеристики продукції, що виробляється, а саме її якість. Із цього приводу доцільно розглянути окремо поняття конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках та зробити наголос на окремих характеристиках, що важливі для підприємств, які розвивають експортний потенціал.

На цій основі ми вважаємо за потрібне запропонувати визначення показника конкурентоспроможності експортної продукції в такій редакції: це здатність підприємства враховувати зовнішньоекономічні аспекти впливу на ціну продукції, політичну нестабільність у країні виробника і забезпечення при цьому стійких конкурентних переваг товарів за допомогою прийнятних економічних і технологічних показників та зручності під час доставки товару до кінцевого споживача. До зовнішньоекономічних аспектів впливу слід віднести ставки мита країнімпортерів, а також урахувати при цьому можливість використання торговельних преференцій. Для цього необхідно встановити, чи відповідає товар правилам походження, тобто чи вважається товар таким, що вироблений в Україні, підготувати документи, що підтверджують його походження, та дотримуватися правил прямого транспортування товару.

Конкурентоспроможність товару відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців із більш аналогічними товарами, представленими на ринку. Вона визначається конкурентними перевагами: з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, з іншого – цінами, що устанавлюються продавцями товарів.

Окрім того, на конкурентоспроможність впливають переваги в рекламі, іміджі виробника, а також ситуація на ринку, коливання попиту. Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва й можливості вигідного продажу.

Разом із тим конкурентоспроможність товару – це не тільки висока якість і технічний рівень, а й уміле маневрування в ринковому просторі і часі, а головне – максимальне врахування вимог та можливостей конкретних груп покупців. Причому об'єктивна оцінка всіх аспектів рівня конкурентоспроможності може бути виконана тільки на основі критеріїв, якими оперує споживач, для якого цей товар призначений.

**Висновки.** Отже, для ефективного функціонування на ринку недо-статньо лише розглядати поняття конкурентоспроможності підприємства і на цій основі приймати певні рішення. Потрібно бути готовим до різних ситуацій на ринку. Саме трактування поняття конкурентоспроможності з різних боків допоможе підприємству постійно вдосконалюватися та керувати всіма процесами на підприємстві, які забезпечуватимуть його конкурентними перевагами з усіма наслідками, що випливають, для успішної діяльності підприємства. Ми запропонували визначення показника конкурентоспро-

можності експортної продукції в такій редакції: це здатність підприємства враховувати зовнішньоекономічні аспекти впливу на ціну продукції, політичну нестабільність в країні виробника і забезпечення при цьому стійких конкурентних переваг товарів за допомогою прийнятних економічних і технологічних показників та зручності під час доставки товару до кінцевого споживача. До зовнішньоекономічних аспектів впливу слід віднести ставки мита країн імпортерів, а також ураховувати при цьому можливість використання торговельних преференцій. Для цього необхідно встановити, чи відповідає товар правилам походження, тобто чи вважається товар таким, що вироблений в Україні, підготувати документи, що підтверджують його походження та дотримуватися правил прямого транспортування товару. У подальшому саме ці аспекти щодо вітчизняної металургійної продукції плануємо дослідити.

При цьому необхідно враховувати технічні чинники, що впливають на конкурентоспроможність металургійної продукції, зокрема параметр межі плинності арматурного прокату, який є найвагомішим серед конкурентних параметрів експортоорієнтованої продукції. Досліджено, що найсильнішим конкурентом є австралійське підприємство ONE STEEL, де відносний показник якості становив 1,04, що значно перевищив показник ПАТ «АрселорМіттал». Пропозицією щодо підвищення конкурентоспроможності арматурного прокату є врахування інших технічних показників арматурного прокату ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», які є конкурентними. Це й буде об'єктом наших подальших досліджень.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Арнаут І.П. Дослідження підходів щодо дефініції конкурентоспроможності підприємства. *Інноваційна економіка*. 2012. № 3. С. 111–114.
2. Завьялов П.С. Маркетинг у схемах, рисунках, таблицях. Москва: ИНФРА-М, 2001. 496 с.
3. Клименко С.М., Омеляненко Т.В., Барабась Д.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Київ: КНЕУ, 2008. 520 с.
4. Васильева З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2006. С. 83–90.
5. Калашникова Л.М. Конкурентоспособность предприятия и их продукции. *Машиностроитель*. 2003. № 11. С. 15–18.
6. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы. Москва: Новости, 2006. 267 с.
7. Porter M.E. *Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, 1990. 426 p.
8. Экономическая стратегия фирмы. Санкт-Петербург: Специальная литература, 2000. 589 с.
9. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. Москва: Маркетинг, 2002. 892 с.
10. Шинкаренко В.Г. Управление конкурентоспособностью предприятия. Харьков: ХНАДУ, 2003. 186 с.
11. Маренич А., Астахова И. Управление конкурентоспособностью предприятия. *Бизнес Информ*. 1996. № 5. С. 23–27.
12. Основи аграрного підприємництва / за ред. М.І. Маліка. Київ: Інститут аграрної економіки, 2000. 582 с.
13. Яновский А. Конкурентоспособность товара и товаропроизводителя. *Бизнес Информ*. 1996. № 5. С. 21–23.
14. Бельский П.Ю. Дослідження проблем конкурентоспроможності. *Вісник НАН України*. 2007. № 5. С. 9–18.
15. Ермолов М.О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара. Москва: Мысль, 1990. 229 с.
16. Спиридонов И.А., Барсукова С.В. Международный маркетинг: учебное пособие / под ред. Н.И. Перцовского. Москва: Высшая школа, 2001. 239 с.
17. Як введення мита на українську арматуру в Єгипті вплине на вітчизняних експортерів. URL: <https://mind.ua/news/20172999-yak-vvedennya-mita-na-ukrayinsku-armaturu-v-egipti-vpline-na-vitchiznyanih-eksporteriv> (дата звернення: 18.02.2020).
18. Скударь Г.М. Управление конкурентоспособностью крупного АО: проблемы и решения. Киев: Наукова думка, 1999. 496 с.
19. Ярошенко С.П. Принципы конкурентоздатности сферы материального производства. *Региональные перспективы*. 1998. № 1(2). С. 37–39.
20. Каталог продукції ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг». URL: [https://ukraine.arcelormittal.com/images/pdf/product\\_catalog\\_r2.pdf](https://ukraine.arcelormittal.com/images/pdf/product_catalog_r2.pdf) (дата звернення: 20.02.2020).

#### REFERENCES:

1. Arnaut I.P. (2012). Doslidzhennia pidkhodiv shchodo definitsii konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Research approaches to the definition of competitiveness]. *Innovatsiina Ekonomika – Innovative Economy*, no 3, pp. 111–114. [in Ukrainian]
2. Zavialov P.S. (2001). Marketynh u skhemakh, risunkakh, tablitsakh [Marketing schemes, figures, tables]. Moscow: INFRA-M. [in Russian]
3. Klymenko S.M., Omelianenko, T.V., Barabas D.O. (2008). Upravlinnia konkurento-spromozhnistiu pidpriemstva [Managing enterprise's competitiveness]. Kyiv: KNEU. [in Ukrainian]
4. Vasileva Z.A. (2006). Ierarkhiia poniatii konkurentosposobnosti subiektov rynku [The hierarchy of the concepts of market competitiveness]. *Marketinh v Rossii i za Rubezhom*, no 2, pp. 83–90. [in Ukrainian]
5. Kalashnikova L.M. (2003). Konkurentosposobnost predpriatiia i ikh produktii [Competitiveness of the company and their products]. *Mashinostroitel – Machinist*, no 11, pp. 15–18. [in Russian]
6. Azoiev H.L., Chelenkov A.P. (2006). Konkurentnyie preimushchestva firmy [The competitive advantages of the company]. Moscow: Novost. [in Russian]
7. Porter M.E. (1990). *Competitive Advantage of Nations*. New York.
8. Hradov A.P. (2000). Ekonomicheskaia stratehiia firmy [The economic strategy of the company]. Saint Petersburg: Spetsyalnaia literatura. [in Ukrainian]
9. Fatkhutdinov R.A. (2002). Konkurentosposobnost orhanizatsii v usloviiakh krizisa: ekonomika, marketinh, menedzhment [Competitiveness of the organization in crisis: economics, marketing, management]. Moscow: Marketinh. [in Russian]
10. Shynkarenko V.H., Bondarenko A.S. (2003). Upravleniie konkurentosposobnostiu predpriatiia [Management of competitiveness of enterprises]. Kharkov: Izd-vo KhNADU. [in Russian]
11. Marenich A., Astakhova I. (1996). Upravleniie konkurentosposobnostiu predpriatiia [Management of competitiveness of enterprises]. *Biznes-Inform – Business-Inform*, no 5, pp. 23–27. [in Russian]
12. Malik M.I. (2000). Osnovy ahramoho pidpriemnytstva [Basics of agricultural enterprise]. Kyiv: Instytut ahramoi ekonomiky. [in Ukrainian]
13. Yanovskiy A. (1996). Konkurentosposobnost tovara i tovaroprovizvuditelia [The competitiveness of the goods and producers]. *Biznes-Inform*, no 5, pp. 21–23. [in Russian]
14. Bieliienkyi P.Yu. (2007). Doslidzhennia problem konkurentospromozhnosti [Studies of competitiveness]. *Visnyk NAN Ukrainy – Bulletin of the Academy of Sciences of Ukraine*, no 5, pp. 9–18. [in Ukrainian]
15. Ermolov M.O. (1990). Chem otlichaetsia konkurentosposobnost firmy ot konkurentosposobnosti tovara [What is different about the company's competitiveness on the competitiveness of the goods]. Moscow: Mysl. [in Russian]
16. Pertsovskiy N.I., Spiridonov I.A., Barsukova S.V. (2001). Mezhdunarodnyi marketinh [International Marketing]. Moscow: Vysshiaia shkola. [in Ukrainian]
17. As introduced to the Ukrainian fittings in Egypt in China on exporters: website. URL: <https://mind.ua/news/20172999-yak-vvedennya-mita-na-ukrayinsku-armaturu-v-egipti-vpline-na-vitchiznyanih-eksporteriv> (accessed: 18 February 2020).
18. Skudary H.M. (1999). Upravlenie konkurentosposobnostiu krupnogo AO: problemy i reshenia [Management of competitiveness of a major company: problems and solutions]. Kyiv: Nauk. Dumka. [in Ukrainian]
19. Yaroshenko S.P. (1998). Pryntsyipy konkurentnozdatnosti sfery materialnogo vyrobnytstva [Principles of competitive sphere of material production]. *Rehionalni perspektivy*, no 1(2), pp. 37–39. [in Ukrainian]
20. Productovyi Catalog PAT "ArcelorMittal Kriviy Rig" [Product catalog of PJSC "ArcelorMittal Kriviy Rih"]. Available at: [https://ukraine.arcelormittal.com/images/pdf/product\\_catalog\\_r2.pdf](https://ukraine.arcelormittal.com/images/pdf/product_catalog_r2.pdf) (accessed: 20 January 2020). [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 28.02.2020.  
The article was received 28 February 2020.