

## **ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Присвячено різноманітним підходам до класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств, враховуючи які у фінансово-господарській діяльності, підприємства значно підвищують свої шанси на успіх.*

*Аннотация. Посвящено различным подходам к классификации факторов конкурентоспособности предприятий, учитывая которые в финансово-хозяйственной деятельности, предприятия значительно повышают свои шансы на успех.*

*Annotation. In the article different approaches to enterprises competitive factors classification are given. Considering these fact in financing and operating activities can lead the enterprises to the good finance results.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність підприємств, фактори конкурентоспроможності підприємств.*

Головним фактором успіху в умовах ринкових відносин є конкурентоспроможність. Важливу роль у формуванні конкурентоспроможності країни відіграє конкурентоспроможність окремо взятих підприємств. Таким чином, ключовою проблемою сучасних економічних науки і практики є формування конкурентних переваг українських організацій і управління їх конкурентоспроможністю. Нині конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, використовуваних для аналізу економічної ситуації як в цілому в народному господарстві країни, так і окремого товаровиробника. Як правило, її застосовують в якості критерію оцінки ефективності економічної діяльності підприємств.

Термін "конкурентоспроможність" трактується вченими по-різному, при докладному аналізі виявлені розбіжності в розумінні ними сутності розглянутої економічної категорії. У даній роботі використовується поняття, дане Фатхутдіновим Р. А.: "конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення їм конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогами продукції на даному ринку" [1].

Відносно визначення "конкурентоспроможність підприємства" так само існує безліч різних дефініцій. Івахніка Д. Є. визначає конкурентоспроможність підприємства як комплексну характеристику суб'єкта господарювання за певний період часу в умовах конкретного ринку, що відображає перевагу перед конкурентами за рядом визначальних показників – фінансово-економічних, маркетингових, виробничо-технологічних, кадрових й екологічних, а також здатність суб'єкта до безкризисного функціонування й своєчасної адаптації до змінних умов зовнішнього середовища [2].

Аналіз літературних джерел показав, що залежно від наукових поглядів автори по-різному обґрунтовують комплекс факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємств.

В економічній літературі поняття "фактор" трактується так: "фактор – один з основних ресурсів виробничої діяльності підприємства й економіки в цілому; рушійна сила економічних, виробничих процесів, що впливає на результат виробничої, економічної діяльності" [3].

З метою кращого розуміння факторів конкурентоспроможності слід розглянути основні підходи до їхньої класифікації, що існують у сучасній економічній теорії.

На думку М. Портера, фактори, які найбільш важливі для конкурентної переваги в більшості галузей, створюються в межах регіону (країни) за допомогою різних специфічних для кожної території процесів [4].

Усі фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, М. Портер пропонує ділити на кілька типів.

По-перше, на основні й розвинені. Основні фактори – це природні ресурси, кліматичні умови, географічне положення країни, некваліфікована й напівкваліфікована робоча сила. Розвинені фактори – сучасна інфраструктура обміну інформацією, висококваліфіковані кадри, високотехнологічні виробництва.

Залежно від ступеня спеціалізації всі фактори конкурентоспроможності діляться на загальні й спеціалізовані. Загальні фактори, до яких М. Портер відносить систему автомобільних доріг, дебітний капітал, персонал з вищою освітою, можуть бути використані в широкому спектрі галузей. Спеціалізовані фактори – це вузькоспеціалізований персонал, специфічна інфраструктура, бази даних у певних галузях знання, інші фактори, застосовувані в одній або в обмеженому числі галузей.

Ще один принцип класифікації – розподіл факторів конкурентоспроможності на природні та штучно створені. До природних факторів належать природні ресурси, географічне положення, а до штучно створених – техніка, технологія, економічне середовище та ін.

Як і М. Портер, багато авторів (Фатхутдінов Р. А. [5], Миронов М. Г. [6], Зайцев Н. Л. [7]) всю сукупність факторів конкурентоспроможності підприємства пропонують розділити на зовнішні та внутрішні. На думку автора, даний принцип класифікації є найбільш повним.

Внутрішні фактори – це об'єктивні критерії, які визначають можливості підприємства із забезпечення власної конкурентоспроможності.

- потенціал маркетингових служб;
- науково-технічний потенціал;
- виробничо-технологічний потенціал;
- фінансово-економічний потенціал;
- кадровий потенціал (структура, професійно-кваліфікований склад);
- ефективність реклами й засобів стимулювання збуту;
- рівень матеріально-технічного забезпечення;
- умови зберігання, транспортування, упакування продукції;
- рівень здійснюваних вантажно-розвантажувальних робіт і транспортних послуг відповідно до вимог;
- підготовку й розробку виробничих процесів, вибір оптимальної технології виробництва;
- ефективність виробничого контролю, випробувань, обстежень;
- рівень технічного обслуговування в післявиробничий період;
- рівень сервісного й гарантійного обслуговування.

"Зовнішні фактори – соціально-економічні й організаційні відносини, що дозволяють підприємству створити продукцію, що за ціновими і неціновими характеристиками більше приваблива" [3].

Під зовнішніми факторами варто розуміти:

- заходи державного впливу;
- фактори економічного характеру (амортизаційна, податкова, фінансово-кредитна політика, інвестиційна політика, участь у міжнародному поділі праці);
- фактори адміністративного характеру (розробка, удосконалення й реалізація законодавчих актів, демонополізація економіки, державна система стандартизації і сертифікації, правовий захист інтересів споживачів);
- основні характеристики самого ринку діяльності даного підприємства (його тип й ємність, наявність і можливості конкурентів);
- діяльність суспільних і недержавних інститутів;
- зовнішньоекономічну політику держави;
- економічну, політичну, маркетингову, соціокультурну, екологічну ситуацію в країні й світі.

Варто зазначити, що виділяють також фактори інституціонального та функціонального типу.

Смольянова Е. Л. та Малицька В. Б. пропонують класифікацію факторів конкурентоспроможності за ступенем можливого контролюючого впливу зі сторони держави і підприємства [8]. Це фактори: мегасередовища (не контролюються державою), макросередовища, мезосередовища (контролюються державою, але не підприємством) й мікросередовища (контролюються підприємством).

У працях Томпсона А. А., Стрікленда А. Дж. визначені такі фактори: технологічні (досвід наукових досліджень, здатність до вдосконалення продукції та виробничих процесів), виробничі (низькі витрати на виробництво та висока якість продукції, висока продуктивність праці), розподільні (швидка доставка й низькі витрати на збут продукції), маркетингові (висококваліфікований персонал, різноманітний асортимент, привабливе упакування продукції), кваліфікаційні (ноу-хау з керування якістю, створення нових видів продукції), організаційні можливості (здатність швидкого реагування на зміни ринку), інші фактори (імідж, патентний захист та ін.) [9].

Можна зробити висновок, що існує багато класифікацій факторів конкурентоспроможності підприємства. Фактори можуть впливати як убик підвищення конкурентоспроможності підприємства, так й убик зменшення. Фактори – це те, що сприяє перетворенню можливостей у дійсність. Таким чином, враховуючи у фінансово-господарській діяльності фактори конкурентоспроможності, підприємства значно підвищують свої шанси на успіх в одержанні конкурентних переваг на ринку.

*Наук. керівн. Хміль Т. М.*

**Література:** 1. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Фатхутдинов Р. А. – М. : Высшая школа, 2007. – 624 с. 2. Бекетов Н. В. Понятие конкурентоспособности и его эволюция / Бекетов Н. В. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 6. – С. 83–86. 3. Шеховцева Л. С. Конкурентоспособность предприятия: факторы и метод создания / Л. С. Шеховцева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 4. – С. 18–24. 4. Портер М. Конкуренция : учебн. пособ. / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2005. – 608 с. 5. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Эксмо, 2005. – 544 с. 6. Миронов М. Г. Ваша конкурентоспособность / М. Г. Миронов. – М. : Альфа-Пресс, 2004. – 160 с. 7. Зайцев Н. Л. Экономика организации : учебник для вузов / Зайцев Н. Л. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Экзамен, 2004. – 624 с. 8. Смольянова Е. Л. К вопросу о классификации факторов и резервов обеспечения конкурентоспособности предприятия / Е. Л. Смольянова, В. Б. Малицкая // Вестник ТГУ. – 2009. – Вып. 2 (70). – С. 336–344. 9. Томпсон А. А. мл. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации / А. А. Томпсон мл., А. Дж. Стрикленд Ш. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 412 с.