

Кравчук Б.В.

студент

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Лазоренко Т.В.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Kravchuk Bohdan

Student

National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

Lazorenko Taisiya

PhD, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Management

National Technical University of Ukraine

«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

FACTORS FOR PROVIDING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Проведений аналіз дав змогу визначити шість основних ознак поняття «конкурентоспроможність». Наведено формулу розрахунку конкурентоспроможності і представлено пропозиції, необхідні для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Визначено, що аналіз конкурентних позицій на ринку передбачає, в першу чергу, виявлення його сильних і слабких сторін, а також чинників, що впливають на ставлення споживачів до підприємства. Проаналізовано класифікації факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, зарубіжних і вітчизняних авторів. Виділено найбільш відомий в економічній літературі підхід, який ґрунтується на об'єднанні всіх факторів конкурентоспроможності у дві групи. Зазначено, що існують фактори, які меншою мірою визначаються підприємством, і фактори, які практично повністю залежать від підприємства. У підсумку визначено, що отримання конкурентних переваг значною мірою залежить від ефективності використання факторів конкурентоспроможності, а також що конкурентоспроможність являє собою сукупність характеристик підприємства, але її оцінку неможливо зробити без урахування зовнішніх факторів.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкуренція, конкурентоспроможність продукції, фактори конкурентоспроможності підприємства, потенціал.

Проведенный анализ позволил определить шесть основных признаков понятия «конкурентоспособность». Приведена формула расчета конкурентоспособности и представлены предложения, необходимые для повышения конкурентоспособности предприятия. Определено, что анализ конкурентных позиций на рынке предполагает в первую очередь выявление его сильных и слабых сторон, а также факторов, влияющих на отношение потребителей к предприятию. Проанализирована классификация факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, зарубежных и отечественных авторов. Выделен наиболее известный в экономической литературе подход, основанный на объединении всех факторов конкурентоспособности в две группы. Отмечено, что существуют факторы, которые в меньшей степени определяются предприятием, и факторы, которые практически полностью зависят от предприятия. Определено, что получение конкурентных преимуществ в значительной мере зависит от эффективности использования факторов конкурентоспособности и что конкурентоспособность представляет собой совокупность характеристик предприятия, но ее оценку невозможно сделать без учета внешних факторов.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкуренция, конкурентоспособность продукции, факторы конкурентоспособности предприятия.

The article analyzes the classifications of factors ensuring the competitiveness of different authors and highlights the most complete and best to use. In the process of research general scientific and empirical techniques based on a systematic approach are used, methods of generalization, comparison, analysis and synthesis are used. The analysis allowed us to identify six main features of the concept of "competitiveness". The formula of calculation of competitiveness was resulted and the offers necessary for increase of competitiveness of the enterprise are presented. Taking into account all the necessary conditions to ensure the formation of competitiveness, the definition of "company competitiveness" is given, as well as the main aspects of this concept. It is determined that the analysis of competitive positions in the market involves, first of all, the identification of its strengths and weaknesses, as well as factors influencing the attitude of consumers to the enterprise. The essence of the category "factors of competitiveness" is determined and the list of the main factors of competitiveness of the enterprise is given. The classification is given and the analysis of the factors influencing the competitiveness of the enterprise is offered by the professor of Harvard school M. Porter. The classifications of factors of enterprise competitiveness of such authors as: A. Olivier, A. Diane and R. Ursse are also given; AA Thompson and A. Strickland; AHEM. Scudary; T.M. Kulinich and B.V. Burkina; V. Sinko and R.Yu. Emadakov. The most well-known approach in the economic literature is highlighted, which is based on combining all factors of competitiveness into two groups. The classification on external and internal factors offered by V. Sinko is considered in detail. It is noted that there are factors that are less determined by the enterprise and factors that are almost entirely dependent on the enterprise. As a result, it was determined that gaining competitive advantage largely depends on the effectiveness of the use of competitiveness factors, and that competitiveness is a set of characteristics of the enterprise, but its assessment cannot be done without taking into account external factors.

Keywords: enterprise competitiveness, competition, product competitiveness, factors of enterprise competitiveness, potential.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Зараз відбувається збільшення конкуренції на ринку, яке пов'язане з появою великої кількості товарів-аналогів, які споживач вибирає не тільки за ціною, а й за ступенем задоволення потреб. Щоб підприємство мало високу конкурентоспроможність, потрібно приділяти увагу не лише потребам покупців, а й вивчити всі фактори, які можуть мати прямий або опосередкований вплив на діяльність організації, а також визначити відносну важливість цих факторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проаналізувавши зарубіжну і вітчизняну літературу, можна зробити висновок, що існують відмінності класифікації основних чинників конкурентоспроможності. Серед авторитетних наукових досліджень як зарубіжних, так і вітчизняних учених у сфері конкурентоспроможності підприємств та факторів забезпечення конкурентоспроможності можна відзначити праці М. Портера [3], А. Олів'є, А. Дайана та Р. Урсе [4], А.А. Томпсона та А. Стрікланда [5], Г.М. Скударь [6], Т.М. Кулініча та Б.В. Буркінського [8; 7], В. Синько та Р. Ю. Емадакова [9].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в аналізі класифікації факторів забезпечення конкурентоспроможності різних авторів і виділенні найбільш повної і кращої для використання.

У процесі дослідження застосовано загальнонаукові та емпіричні прийоми, що базуються на системному підході, використано методи узагальнення, порівняння, аналізу і синтезу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Результати проведеного аналізу поняття «конкурентоспроможність» компаній дав змогу виділити шість основних ознак цієї категорії:

1) продукція максимально задовольняє потреби споживачів (у тому числі співвідношення «ціна/якість»);

2) підприємство функціонує в рамках закону;
3) власники компанії задоволені обсягом прибутку;
4) персонал задоволений своєю роботою та зарплатою і повністю поділяє корпоративну культуру компанії;

5) підприємство дбає про навколишнє середовище, планомірно зменшуючи шкідливий вплив на неї і використовуючи тільки екологічно чисті сировину та технології;

6) підприємство формує нові цінності: допомагає бідним та інвалідам, реалізує різні волонтерські й соціальні проекти і програми.

Конкурентоспроможність компанії – показник динамічний і має вивчатися в конкретному моменті часу з урахуванням змін ринкової кон'юнктури.

Показник конкурентоспроможності компанії може бути визначений за формулою [1]:

$$K = \lambda * K_T + (1 - \lambda) * K_n, \quad (1)$$

де K_T – інтегральний показник конкурентоспроможності товару;

K_n – інтегральний показник конкурентного потенціалу організації;

λ – коефіцієнти переваги (цінності) фактора.

Інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства (K) може змінюватися в межах від 0 до 1. Чим ближче значення K до 1, тим вище конкурентоспроможність підприємства.

На нашу думку, щоб забезпечити необхідний рівень конкурентоспроможності, організації необхідно:

1) створити умови для випуску високоякісного конкурентоспроможного асортименту товарів, що відповідають усім потребам цільових груп споживачів;

2) забезпечити розвиток конкурентного потенціалу організації до рівня провідних конкурентів галузі, враховуючи, що конкурентний потенціал організації – це здатність організації гнучко перебудувувати свої бізнес-процеси відповідно до вимог зовнішнього середовища.

З огляду на всі необхідні умови, що забезпечують формування конкурентоспроможності компаній, ми вважаємо, що конкурентоспроможність компанії –

це здатність компанії в умовах динамічно мінливого зовнішнього середовища випускати товари високої якості за адекватними цінами, максимально передбачувати потреби цільових сегментів, урахувати екологічні наслідки діяльності й гнучко адаптувати всі бізнес-процеси, що становлять конкурентний потенціал організації, до цих умов.

Дане визначення висвітлює, на нашу думку, такі аспекти конкурентоспроможності:

1) конкурентоспроможність – це динамічний показник, оскільки він варіюється за зміни зовнішнього середовища;

2) конкурентоспроможність оцінюється в конкретних цільових сегментах;

3) конкурентоспроможне підприємство здатне не просто задовольняти, а передбачати потреби цільових груп;

4) конкурентоспроможність об'єднує у собі два принципово значущих показника: конкурентоспроможність продукції і конкурентний потенціал організації;

5) визначає особливості вимірювання конкурентоспроможності компанії за допомогою синтезу двох складників: конкурентоспроможності продукції та конкурентного потенціалу організації;

6) указує на те, що конкурентоспроможне підприємство повинно розвивати й адаптувати свої бізнес-процеси, щоб відповідати необхідному рівню;

7) показує, що конкурентоспроможне підприємство повинно враховувати екологічні наслідки своєї діяльності.

Аналіз конкурентних позицій підприємства на ринку передбачає, передусім, виявлення його сильних і слабких сторін, а також факторів, що впливають на ставлення споживачів до підприємства.

Під категорією «фактори конкурентоспроможності» потрібно розуміти процеси та явища виробничої діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які призводять до змін абсолютної і відносної величин витрат, доходу і прибутку, внаслідок чого змінюється рівень конкурентоспроможності підприємства.

До факторів конкурентоспроможності можна віднести: фінансовий стан підприємства; стан бази і рівень витрат для власних НДДКР; наявність новітньої

технології; забезпеченість кваліфікованими фахівцями; можливість цінового і продуктового маневрування; наявність розвинутої збутової мережі; наявність технічного обслуговування; можливість брати кредити; ефективність реклами і засобів стимулювання збуту; інформованість і висока платоспроможність покупців [2].

Професор Гарвардської школи М. Портер запропонував класифікувати фактори конкурентоспроможності за такими ознаками (табл. 1) [3].

До основних факторів відносять об'єднання природних ресурсів, кліматичних умов, географічного положення країни, некваліфікованої і напівкваліфікованої робочої сили, дебетового капіталу. Розвинені фактори – висококваліфіковані фахівці, високотехнологічні виробництва, сучасна інфраструктура обміну інформацією.

Слід зазначити, що основні чинники досить об'єктивні, для їх створення необхідна незначна кількість державних вкладень і приватних інвестицій.

Для конкурентоспроможності підприємства велике значення мають розвинені фактори. Для їх подальшого розвитку потрібні значні, часто довготривалі вкладення людських ресурсів і капіталу. Також необхідно використовувати висококваліфіковані кадри і високі технології для створення розвинених факторів. Розвинені фактори часто базуються на основних факторах, які не є надійним джерелом конкурентоспроможності підприємства, але повинні бути досить якісними, щоб на їх основі можна було створити розвинені фактори.

На думку М. Портера, підприємство, яке вважає власний бізнес потенційно глобальним, повинно цікавитися питанням, чи має воно змогу впроваджувати ефективну політику інновацій та як дана політика впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства [3].

Французькі економісти А. Олів'є, А. Дайан, Р. Урсе пропонують вісім факторів конкурентоспроможності підприємства:

– якість – чи відповідає продукт високому рівню товарів ринкових лідерів і виявляється шляхом опитувань та порівняльних тестів;

– концепція товару і послуги, на якій базується діяльність підприємства;

Таблиця 1

Класифікація факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства

Класифікаційна ознака	Вид факторів
Характер	– основні: об'єднання природних ресурсів, кліматичних умов, географічного положення країни, некваліфікованої і напівкваліфікованої робочої сили, дебетового капіталу; – розвинені: висококваліфіковані фахівці, високотехнологічні виробництва, сучасна інфраструктура обміну інформацією.
За відношенням до підприємства	– зовнішні: сукупність суб'єктів і сил, які знаходяться за межами підприємства і будь-яким чином впливають на його діяльність; – внутрішні: мають прямий вплив на функціонування підприємства.
Ступінь спеціалізації	– загальні: впливають на всі складники конкурентного середовища; – спеціалізовані: впливають на кілька складників.
Час впливу	– короткострокові: фактори роблять швидкий вплив; – середньострокові: дія проявляється через час; – довгострокові: тривалий вплив.
За механізмом виникнення	– природні; – штучно створені.

- ціна товару з можливою націнкою;
- фінанси;
- торгівля;
- післяпродажне обслуговування, яке забезпечить підприємству постійних клієнтів;
- зовнішня торгівлю підприємства;
- передпродажна підготовка, яка демонструє здатність підприємства як передбачати запити майбутніх споживачів, так і переконувати їх у виняткових можливостях підприємства задовольнити ці потреби [4].

А.А. Томпсон і А. Стрікленд виділяють такі фактори конкурентоспроможності підприємства:

- технологічні (використання технологій, наукових досліджень, інноваційних можливостей, удосконалення продукції);
- виробничі (виробничі потужності, висока якість продукції та низькі витрати на виробництво);
- маркетингові (якість і характеристики продукції, імідж компанії, висококваліфікований персонал, широкий асортимент);
- розподільні (можливість швидкого поширення товару);
- інноваційні можливості;
- здатність швидко реагувати на зміни ринку;
- фінансові ресурси;
- обслуговування клієнтів [5].

Г.М. Скудар стверджує, що в умовах відкритої ринкової економіки та жорсткої конкуренції, яка приймає глобальний характер, основними у забезпеченні конкурентоспроможності стають якісно-цінові фактори, а саме високий технічний рівень, науковість продукції, новизна та низькі виробничі витрати [6].

Вітчизняні вчені Т.М. Кулініч та Б.В. Буркінський притримуються такої ж самої позиції [7; 8]. Вони вважають, що у сучасному світі одним із найбільш визначальних факторів підвищення конкурентоспроможності організації стає ефективність інноваційної політики, яка виявляється у пришвидшених темпах упровадження у виробництво нових досягнень науки і техніки. На основі досягнутого інноваційного рівня виробництва у результаті такої політики можна робити висновки про конкурентоспроможність суб'єкта господарської діяльності.

Найбільш популярним в економічній літературі є підхід, який ґрунтувався на об'єднанні всіх факторів конкурентоспроможності у дві групи: зовнішні фактори, які меншою мірою визначаються підприємством, і внутрішні, котрі практично повністю залежать від підприємства (В. Синько, Р.Ю. Емадаков) [9] (рис. 1).

Розглянемо детальніше запропоновану В. Синько класифікацію на зовнішні і внутрішні фактори.

Від зовнішнього середовища залежить вибір напряму розвитку організації в довгостроковій перспективі. Відповідно, під час вивчення зовнішнього середовища потрібен ретельний аналіз тих факторів, об'єктів, явищ і процесів, які можуть посилити або послабити конкурентоспроможність підприємства.

Постачальники. Важливими вхідними елементами виступають обладнання, робоча сила, капітал, матеріали та енергія. Більшість організацій залежить від безперервного постачання матеріалів, тому у виробника існує необхідність тісно взаємодіяти з постачальниками.

Зовнішні фактори підприємства

- Постачальники
- Інвестиційна привабливість
- Державні органи
- Споживачі
- Конкуренти

Внутрішні фактори підприємства

- Кадровий потенціал
- Виробничий потенціал
- маркетинговий потенціал
- Фінансовий потенціал

Рис. 1. Зовнішні та внутрішні фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства [8]

Інвестиційна привабливість. Для того щоб компанія функціонувала і розвивалася, необхідний капітал. Серед потенційних інвесторів можуть бути банківські установи, державні програми надання позик, приватні особи та акціонери. Важливим є те, що чим вище успіх діяльності організації, тим більше можливостей залучити необхідний обсяг коштів.

Державні органи. Підприємства повинні слідувати державним законам, а також вимогам органів державного регулювання.

Споживачі. Видатний фахівець з управління Ф. Друкер засвідчує: «Єдина істинна ціль бізнесу – створювати споживача». Це означає, що за задоволення запитів споживача підприємство буде мати високий рівень конкурентоспроможності. Коли споживачі вирішують, які саме послуги та товари вони бажають і за якою ціною, вони визначають для підприємства практично все, що відноситься до результатів його діяльності.

Конкуренти. У більшості ситуацій саме конкуренти визначають, який продукт можна продати і за яку ціну. Важливо усвідомлювати, що споживачі – далеко не єдиний об'єкт конкуренції організацій. Організації можуть також конкурувати за матеріали, трудові ресурси, капітал і можливість використовувати технічні інновації. Від конкуренції можуть залежати і внутрішні фактори, наприклад умови роботи, рівень оплати праці і характер взаємовідносин керівників із підлеглими.

До внутрішніх факторів, що визначають конкурентоспроможність підприємства, належать елементи, які формують його внутрішній потенціал.

Кадровий потенціал підприємства. Для ефективності роботи компанії, для здійснення її цілей і завдань необхідно найняти висококваліфікований персонал. Саме через брак професіоналів нині деякі галузі не здатні розвиватися.

До виробничого потенціалу належать виготовлення продукту, ведення складського господарства, проведення досліджень і розробок, обслуговування технологічного парку.

Організаційний потенціал – це сукупність комунікаційних процесів, організаційних структур, норм, правил, процедур, розподілу прав і відповідальності, ієрархії підпорядкування.

Маркетинговий потенціал внутрішнього середовища організації охоплює процеси, що пов'язані

з реалізацією продукції, а саме стратегія продукту, стратегія просування продукту на ринку, стратегія ціноутворення, вибір систем розподілу і ринків збуту.

Фінансовий потенціал – це всі процеси, пов'язані з ефективним використанням і рухом грошових коштів на підприємстві. Також це необхідність підтримувати ліквідність і забезпечувати прибутковість, створювати інвестиційні можливості та ін.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок. Таким чином, фактори по-різному можуть впливати на конкурентоспроможність підприємств – як позитивно, так і негативно. Однак наявність самих факторів не забезпечує високу конкурентоспроможність підприємства. Отримання конкурентних переваг, які базуються на факторах, залежить від ефективності їх використання і галузі, в якій вони застосовуються.

Розглянувши фактори внутрішнього і зовнішнього середовища, можна припустити, що конкурентоспроможність підприємства являє собою сукупність характеристик самого підприємства, але водночас оцінку конкурентоспроможності неможливо виконати без аналізу зовнішніх чинників, що впливають на підприємство. Ми дійшли висновку, що для більш якісної оцінки конкурентоспроможності підприємства потрібно вивчати фактори з класифікацій авторів ті їхній вплив, що допоможе виявляти можливості і загрози розвитку підприємства.

Бібліографічний список:

1. Фасх'єв Х.А. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства. *Маркетинг*. 2009. № 6. С. 107–124.
2. Ахметов Т.С. Фактори конкурентоспроможності підприємства. *Міжнародний науково-дослідний журнал*. 2014. № 8–2 (27). С. 7–8.
3. Портер М. Конкуренція. Москва : Вільямс, 2005. С. 608.
4. Олив'є А., Дайан А., Урсе Р. Международный маркетинг. Академия рынка: маркетинг / под ред. А.Г. Худонормова. Москва : Экономика, 1994. С. 513.
5. Томпсон-мол. А.А., Стрікленд III А.Дж. Стратегічний менеджмент: концепції і ситуації для аналізу. Київ, 2006. 412 с.

6. Скударь Г.М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения. Киев : Наук. думка, 1999. 496 с.
7. Буркинський Б., Савчук С. Інноваційний рівень виробництва та конкурентоспроможність чорної металургії України. *Економіка України*. 2006. № 4. С. 4–15.
8. Кулініч Т.М. Інноваційні фактори конкурентоспроможності в сучасних умовах інтернаціоналізації. *Стратегія розвитку України*. 2007. № 1/2. С. 338–345.
9. Синько В. конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия. *Стандарты и качество*. 2013. № 4. С. 54–59.

References:

1. Faskhijev Kh.A. (2009) Modelj upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpryemstva [Enterprise competitiveness management model]. *Marketing*, vol. 6, pp. 107–124.
2. Akhmetov T.S. (2014) Faktory konkurentospromozhnosti pidpryemstva [Factors of enterprise competitiveness]. *International Research Journal*, vol. 8–2, no. 27, pp. 7–8.
3. Porter M. (2005) Konkurencija [Competition]. Vydavnychyj dim «Viljams», pp. 608. (in Ukrainian)
4. Oliv'e A. (1994) Mezhdunarodnyy marketing. Akademiya rynku: marketing [International marketing. Market Academy: Marketing]. *Ekonomika*, pp. 513. (in Russian)
5. Tompson-mol. A.A., Striklend III A.D. (2006) *Strategichnyj menedzhment: koncepciji i sytuaciji dlja analizu* [Strategic management: concepts and situations for analysis]. pp. 412. (in Ukrainian)
6. Skudar' G.M. (1999) *Upravlenie konkurentosposobnost'yu krupnogo aktsionernogo obshchestva: problemy i resheniya* [Management of the competitiveness of a large joint stock company: problems and solutions]. Kyiv: Nauk. dumka, pp. 496. (in Russian)
7. Burkinsky B., Savchuk S. (2006) Innovacijnyj rivenj vyrobnyctva ta konkurentospromozhnistj chornoji metalurgiji Ukrainy [Innovative level of production and competitiveness of ferrous metallurgy of Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*, vol. 4, pp. 4–15.
8. Kulnich T.M. (2007) Innovacijni faktory konkurentospromozhnosti v suchasnykh umovakh internacionalizaciji [Innovative factors of competitiveness in modern conditions of internationalization]. *Strategija rozvytku Ukrainy*, vol. 1/2, pp. 338–345.
9. Sin'ko V. (2013) Konkurenciya i konkurentosposobnost': osnovnye ponyatiya [Competition and competitiveness: basic concepts]. *Standarty i kachestvo*, vol. 4, pp. 54–59.