

СИСТЕМА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

Визначено основні умови забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Доведено, що основними передумовами конкурентоспроможності підприємства будь-якої форми власності є: застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту; забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління; застосування сучасних методів дослідження й розробок (програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень тощо); розгляд взаємозв'язків функцій управління будь-яким процесом на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта; формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів.

Обґрунтовано, що у якості чинників-симптомів конкурентоспроможності виступають її фактори – явища та процеси виробничо-господарської діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміну рівня конкурентоспроможності організації. Доведено, що управління конкурентоспроможністю підприємства – це забезпечення оптимального співвідношення складових елементів (факторів) конкурентоспроможності в процесі здійснення виробничо-господарської діяльності.

Досліджено класифікаційні ознаки чинників конкурентоспроможності, розглянуто фактори зовнішнього та внутрішнього середовища та визначено систему факторів конкурентоспроможності суб'єктів малого і середнього бізнесу Тернопільської області.

Узагальнено наукові підходи щодо класифікації факторів конкурентоспроможності. Систематизовано за групами перелік факторів конкурентоспроможності підприємства, зокрема, виділено наступні групи факторів: техніко-технологічна, організаційно-управлінська, фінансово-економічна, соціально-психологічна, природно-географічна і транспортна, екологічна, галузева, ринкова.

The basic conditions for ensuring the competitiveness of the enterprise are determined. It is proved that the main preconditions of the competitiveness of an enterprise of any form of ownership are: application of scientific approaches to strategic management; ensuring unity of the development the technology, economics, management; application of modern methods of research and development (program-targeted planning, decision-making theory, etc.); consideration of the relationship of managerial functions by any process at all stages of the life cycle of the object; formation of the system of measures to ensure the competitiveness of various objects.

It is substantiated that as factors-symptoms of competitiveness are its factors - phenomena and processes of production and economic activity of the enterprise and socio-economic life of society, which cause a change in the level of competitiveness of the organization. It is proved that the management of enterprise competitiveness is to ensure optimal correlation of components (factors) of competitiveness in the process of implementation of production and economic activity.

The classification signs of competitiveness factors are investigated, factors of the external and internal environment are considered, and the system of factors of competitiveness of subjects of small and medium business of Ternopil region is determined.

The scientific approaches to the classification of factors of competitiveness are generalized. The list of factors of competitiveness of the enterprise is systematized in groups, in particular, the following groups of factors are distinguished: techno-technological, organizational-managerial, financial-economic, social-psychological, natural-geographical and transport, ecological, branch, market.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, фактори конкурентоспроможності.

Keywords: the competitiveness of the enterprise, the external environment, the internal environment, factors of competitiveness.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Поняття конкурентоспроможності є непохитним атрибутом, який супроводжує сучасні трансформаційні перетворення на всіх ієрархічних ланках ринкового простору як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі. Адже кожний товар, підприємство, галузь, регіон чи країна прагнуть до визнання на міжнародному рівні і застосовують всі можливі маркетингові засоби для отримання сталого іміджу задля гарантованих прибутків.

Конкурентоспроможність є головною характеристикою підприємства з точки зору конкурентної боротьби. Саме вона визначає життєздатність підприємства, результати його виробничо-збутової діяльності в умовах ринкової конкуренції. А систематичний та ретельно проведений конкурентний аналіз є необхідною передумовою для прийняття правильних та виважених управлінських рішень. Конкуренція примушує підприємства всіх форм власності постійно відстежувати зміни попиту та пропозиції, вартість матеріальних ресурсів, забезпечувати підвищення якості своєї продукції та послуг, що реалізуються на ринку, сприяти зміцненню своєї конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства не може бути виміряна єдиним статистичним

показником. Це поняття носить ознаки прихованої властивості виробничої системи, якою є суб'єкт господарювання, та проявляється на поверхні у вигляді різних факторів-симптомів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Проблематикою систематизації факторів впливу на конкурентоспроможність підприємств регіону у своїх наукових дослідженнях займалися такі вітчизняні й зарубіжні вчені, як О. І. Драган, П. С. Зав'ялов, І. Г. Кадирус, Ю. М. Мануйлович, М. Портер, С. І. Савчук, Н. І. Сарай, А. Сміт, Ф. Тейлор, А. Файоль, Р. Фатхутдінов, О. Г. Янковий та інші.

Разом з цим вивчення та аналіз опублікованих за даною проблематикою праць дали змогу зробити висновок про те, що питання адаптації підприємств до умов, що постійно змінюються, визначення системи факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства та прийняття управлінських рішень недостатньо розроблені як у науковому, так і в організаційно-практичному аспектах.

При написанні статті було використано праці авторів, які торкалися зазначеного кола питань, досліджено класифікаційні ознаки чинників конкурентоспроможності, розглянуто фактори зовнішнього та внутрішнього середовища та визначено систему факторів конкурентоспроможності суб'єктів малого і середнього бізнесу Тернопільської області.

Метою дослідження є розроблення теоретичних, методологічних положень і практичних рекомендацій щодо виявлення впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства, визначення систематизованого за групами переліку факторів впливу на конкурентоспроможність підприємств регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність – ринкова категорія, що має динамічний, мінливий характер. При незмінних якісних характеристиках товару його конкурентоспроможність може змінюватися в широких межах залежно від кон'юнктури ринку, дій конкурентів, зміни цін, рекламних заходів тощо [3].

Конкурентоспроможність підприємства повинна забезпечуватися такими показниками, як висока виробнича ефективність, яка реалізується завдяки сучасному обладнанню, технологіям, кваліфікованими працівниками та здатністю завоювати й тривалий час утримувати стійні позиції на ринку, що забезпечується завдяки ефективному використанню принципів маркетингового управління.

Ми вважаємо, що основними умовами забезпечення конкурентоспроможності є:

- 1) застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту;
- 2) забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління;
- 3) застосування сучасних методів дослідження й розробок (програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень тощо);
- 4) розгляд взаємозв'язків функцій управління будь-яким процесом на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта;
- 5) формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів.

Конкурентоспроможність підприємства є латентним показником, а саме прихованим і недоступним. Науковий термін «латентні ознаки в економіці» використовується для відображення складних атрибутивних економічних понять, які неможливо кількісно виміряти в метричній шкалі й про рівень яких судять за величиною чинників-симптомів [4].

Аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку передбачає вивчення факторів, що впливають на ставлення покупців до підприємства та його продукції. Ми погоджуємося з думкою С. Савчука, що у якості чинників-симптомів конкурентоспроможності виступають її фактори – явища та процеси виробничо-господарської діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміну рівня конкурентоспроможності організації [7]. Вважаємо, що з огляду на це управління конкурентоспроможністю організації – це забезпечення оптимального співвідношення складових елементів (факторів) конкурентоспроможності в процесі здійснення виробничо-господарської діяльності.

Фактори можуть впливати як у бік підвищення конкурентоспроможності підприємства, так і у бік зменшення. Отримання конкурентної переваги на основі факторів залежить від того, наскільки ефективно вони використовуються.

У вітчизняній і зарубіжній літературі широко представлені фактори, що забезпечують конкурентні переваги організацій. Різні автори залежно від своїх наукових поглядів та напрямків маркетингових досліджень обґрунтовують різний набір факторів, які мають вплив на конкурентоспроможність фірм. Таким чином, аналіз економічної літератури свідчить про відносну розмаїтість авторів щодо класифікації факторів, які впливають на конкурентоспроможність фірми. Більшість вітчизняних науковців, зокрема, О. І. Драган, П. С. Зав'ялов, І. Г. Кадирус, Н. І. Сарай, Ю. М. Мануйлович, О. Г. Янковий стверджують, що усі чинники конкурентоспроможності можна

умовно поділити на зовнішні й внутрішні (рис. 1) [1, 2, 3, 4, 6, 8].

Так, О. І. Драган під зовнішніми факторами розуміє сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, що діють у глобальному оточенні та здійснюють вплив або можуть вплинути на функціонування підприємства [1]. Ми погоджуємося з цим твердженням і вважаємо, що оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства проводиться у загальновизнаному порядку.



Рис. 1. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства*

**Джерело: розробила автор на основі [4]*

Після встановлення місії й цілей підприємства виконується діагностичний етап: оцінка змін, що впливають на різні аспекти потенціалу підприємства; визначення факторів, що можуть нести загрозу для конкурентоспроможності потенціалу підприємства; аналіз діяльності конкурентів; визначення факторів, що забезпечують більше можливостей для досягнення стратегічної мети підприємства.

Чинники зовнішнього середовища є вкрай неоднорідними за джерелами свого походження і поділяються на три групи:

1) галузеві (до них відносять механізми внутрішньогалузевого регулювання, методи та рівень внутрішньогалузевої конкуренції, стан попиту тощо);

2) макроекономічні (до них відносять загальногосподарську кон'юнктуру, стан та динаміку платоспроможного попиту, механізми державного регулювання економіки, наявність та рівень розвитку ринкової інфраструктури тощо);

3) чинники світової економіки (до них відносять кон'юнктуру світових ринків, міжнародний розподіл праці, динаміку валютних курсів, міжнародні угоди у сфері зовнішньої торгівлі тощо).

Залежно від сфери походження зовнішні фактори конкурентоспроможності можуть класифікуватися таким чином:

1) науково-технічні чинники – характеризують стан та динаміку науково-технічного прогресу, рівень техніки та технології, продуктивність та надійність устаткування, гнучкість виробничих процесів тощо;

2) організаційно-економічні чинники – відображають загальногосподарську та галузеву кон'юнктуру, методи та механізми регулювання господарської діяльності на рівні держави, регіонів та галузей;

3) соціальні чинники – віддзеркалюють стан та динаміку соціальних процесів, що відбуваються на макро- та мікрорівнях;

4) екологічні чинники – характеризують взаємозв'язок виробничо-економічної діяльності підприємства зі станом навколишнього середовища;

5) політичні чинники здійснюють суттєвий вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства, що найяскравіше виявляється при реалізації продукції підприємства на зовнішніх ринках, або при придбанні імпортованих ресурсів.

Як видно з наведених характеристик та прикладів, всі перелічені групи чинників, за винятком політичних, включають у себе як ендogenous, так і екзогенні чинники. І лише група політичних чинників має однозначно зовнішній характер.

Як вірно зазначає науковець Л. Ф. Чумак, аналіз факторів впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства дає час для прогнозування можливостей, розробки плану дій на випадок непередбачених обставин, розробки заходів, які дозволять перетворити загрози на будь-які вигідні можливості. Для аналізу факторів макросередовища частіше використовують PEST-аналіз (політичні, економічні, соціальні, технологічні фактори), та SWOT-аналіз. Останній допомагає визначити загрози й можливості, з якими зіштовхується підприємство, і встановити несприятливі фактори, котрі можуть знизити рівень ефективності потенціалу підприємства [9].

Внутрішні фактори – це контрольовані чинники діяльності підприємства. Серед них такі.

1. Діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структури управління, професійний та кваліфікований рівень управлінського персоналу і т. д.).

2. Система технологічного оснащення (оновлення обладнання та технологій, тобто заміна їх на прогресивніші, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва).

3. Сировина, матеріали і напівфабрикати (якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів суттєво впливають на конкурентоспроможність фірми).

4. Збут продукції, його обсяг та витрати на реалізацію (підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок реалізації продукції, що користується попитом на ринку, стимулювання збільшення об'ємів продаж, розширення ринків збуту).

Аналіз внутрішніх факторів впливу тісно пов'язаний з аналізом господарської діяльності підприємства.

Отже, під час оцінювання, прогнозування та управління конкурентоспроможністю фірми необхідно враховувати усю сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, що вплинули чи потенційно можуть вплинути на її формування.

Разом з тим, вивчення наукових доробок з даної тематики засвідчує, що існують і більш деталізовані системи класифікації факторів конкурентоспроможності підприємства. Так, заслуговує на увагу систематизований за групами перелік факторів конкурентоспроможності фірми, запропонований науковцем В. В. Криворотовим та поданий у таблиці 1 [5]. Вважаємо його достатньо повним та обґрунтованим.

На думку деяких дослідників, зокрема, О. Г. Янкового, С. І. Савчука, конкурентоспроможність фірми виражається через багаторівневу ієрархію факторів, де верхній рівень – частка ринку – безпосередньо залежить від досягнутої конкурентоспроможності продукції, другий рівень визначає її потенційну конкурентоспроможність, третій і четвертий – якість управління, останній, п'ятий рівень, – характеризує досягнуті економічні результати [4, 7]. Ми погоджуємося з даним твердженням і вважаємо його цілком слушним.

Чинники конкурентоспроможності для окремої фірми, з одного боку, можна поділяти на економічні, управлінські, технологічні.

Економічні можна деталізувати як фінансові, маркетингові тощо. З іншого боку, за сферами управління, на нашу думку, потрібно виділяти виробничі, маркетингові (зокрема збутові, чинники, сформовані маркетинговими комунікаціями, цінові, асортиментні), кадрові, фінансові, у сфері постачання тощо.

Виробничі чинники конкурентоспроможності – це ті технологічні особливості, які дають конкурентні переваги порівняно з конкурентами у якості, собівартості продукції, термінах її виготовлення. Залежно від особливостей галузі, в якій працює підприємство, частина цих чинників може бути невідконтрольна підприємству, їх поява або відсутність спричиняється об'єктивними умовами.

Маркетингові чинники конкурентоспроможності формуються і підтримуються маркетинговими службами підприємства. Їх наявність повністю залежить від політики підприємства та якості роботи маркетологів. Маркетингові чинники можна класифікувати за видами маркетингової діяльності, за складовими комплексу маркетингу тощо.

Система факторів конкурентоспроможності фірми*

Група	Фактори
1. Техніко-технологічна	Стан засобів праці; якість предметів праці; прогресивність технологічних процесів; рівень механізації і автоматизації праці та виробництва; ступінь використання засобів виробництва; умови проведення НІОКР і масштабність впровадження науково-технічних розробок.
2. Організаційно-управлінська	Форми організації виробництва; виробнича структура фірми та ступінь оптимізації технологічних режимів; організація праці; підбір, розставлення і кваліфікація персоналу; системи оплати праці; організаційна структура управління; система планування, обліку і контролю.
3. Фінансово-економічна	Ефективність поточних витрат; ефективність використання засобів виробництва; ефективність використання живої праці; фінансова стійкість; прибутковість виробництва.
4. Соціально-психологічна	Стан умов праці й організаційна культура виробництва; участь персоналу в процесі управління виробництвом; політика просування персоналу; система морального і матеріального стимулювання та соціальна інфраструктура.
5. Природно-географічна і транспортна	Умови видобутку й якість сировини; умови забезпечення водними, енергетичними та іншими ресурсами; транспортна інфраструктура; кліматичні умови.
6. Екологічна	Стан охорони довкілля; умови і стан охорони праці; забезпечення екологічної безпеки місця існування; переробка і використання відходів виробництва.
7. Галузева	Ефективність організації галузі; якість інформаційної і нормативно-методичної бази управління в галузі; доступ до якісної сировини й умови матеріально-технічного постачання; ступінь уніфікації, стандартизації і сертифікації галузевої продукції; науково-технічний потенціал галузі; стан інноваційної діяльності; система підготовки і підвищення кваліфікації кадрів.
8. Ринкова	Доступ до ринку ресурсів і нових технологій; ексклюзивність виготовлюваних товарів; відлагодженість каналів розподілу продукції; ефективність системи стимулювання збуту.

*Джерело: розробила автор на основі [5]

Висновки. Таким чином, поняття конкурентоспроможності підприємства містить у собі великий комплекс економічних, правових та інших характеристик, що визначають положення підприємства на галузевому, регіональному або світовому ринку. Цей комплекс може включати характеристики товару, обумовлені сферою виробництва, а також фактори, що формують у цілому економічні умови виробництва і збуту продукції. Рівень конкурентоспроможності фірми – дзеркало, в якому відображаються сукупні підсумки роботи практично всіх її служб, а також стан зовнішнього довкілля.

Література

1. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія / О. І. Драган. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
2. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицях: Учебное пособие / П. С. Завьялов. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 496 с.
3. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають / І. Г. Кадирус // Ефективна економіка. – 2014. – № 5. – С. 24-28.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: Монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
5. Криворотов В. В. Принципы и факторы построения системы показателей конкурентоспособности предприятия / В. В. Криворотов // «Проблемы современной экономики» – 2004. – № 1-2 (9-10).
6. Мануйлович Ю. М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства / Ю. М. Мануйлович. – Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 4. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO...
7. Савчук С. І. Основы теории конкурентоспособности / Савчук С. И. – Мариуполь, 2007. – 520 с.
8. Сарай Н. І. Економічна діагностика: Навчальний посібник / Н. І. Сарай. – Тернопіль: Крок, 2015. – 164 с.
9. Чумак Л. Ф. Фактори впливу а формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств / Л. Ф. Чумак // Економіка и управление. – № 1. – 2013. – С. 62-69.