



УДК 338.43

ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Богдан Кравчук; Таїсія Лазоренко

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ, Україна

Резюме. Проаналізовано класифікації факторів забезпечення конкурентоспроможності різних авторів і виділено найповнішу і найкращу для використання. У процесі дослідження застосовано загальнонаукові та емпіричні прийоми, що базуються на системному підході, використано методи узагальнення, порівняння, аналізу і синтезу. Проведений аналіз дозволив визначити шість основних ознак поняття «конкурентоспроможність». Наведено формулу розрахунку конкурентоспроможності й представлено пропозиції, необхідні для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Врахувавши всі необхідні умови, що забезпечують формування конкурентоспроможності, дано визначення поняття «конкурентоспроможність компанії», а також наведено основні аспекти даного поняття. Визначено, що аналіз конкурентних позицій на ринку передбачає, в першу чергу, виявлення його сильних і слабких сторін, а також факторів, що впливають на ставлення споживачів до підприємства. Визначено сутність категорії «фактори конкурентоспроможності» й наведено перелік основних факторів конкурентоспроможності підприємства. Наведено класифікацію і зроблено аналіз факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, яку запропонував професор Гарвардської школи М. Портер. Також наведено класифікації факторів конкурентоспроможності підприємства таких авторів: А. Олів'є, А. Дайан і Р. Урсе; А. А. Томпсон та А. Стрікленд; Г. М. Скудар; Т. М. Кулініч та Б. В. Буркінський; В. Синько і Р. Ю. Емадаков. Виділено найбільш відомий в економічній літературі підхід, який ґрунтується на об'єднанні всіх факторів конкурентоспроможності в дві групи. Детально розглянуто запропоновану В. Синько класифікацію на зовнішні та внутрішні фактори. Зазначено, що існують фактори, які в меншій мірі 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 оцінювання неможливо зробити без урахування зовнішніх факторів.

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

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.06.167

Отримано 27.10.2020

UDC 338.43

FACTORS FOR PROVIDING ENTERPRISE COMPETITIVENESS

Bohdan Kravchuk; Taisiya Lazorenko

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

Summary. The classifications of factors ensuring the competitiveness considered by different authors are analyzed and the most complete and best one for use is distinguished in this paper. General scientific and empirical techniques based on the systematic approach are used, methods of generalization, comparison, analysis and synthesis are applied in the investigation process. The carried out analysis makes it possible to identify six main features of «competitiveness» concept. The formula for competitiveness calculation is presented and proposals

necessary for the enterprise competitiveness growth are given. Taking into account all the necessary conditions for ensuring the competitiveness formation, the definition of «company competitiveness» concept is given, as well as the main aspects of this concept are provided. 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 “factors of competitiveness” category is determined and the list of the main factors of the enterprise competitiveness is given. The classification and analysis of the factors influencing the enterprise competitiveness proposed by professor from Harvard school M. Porter are given. The classifications of factors of enterprise competitiveness by such authors as: A. Olivier, A. Diane and R. Usrse, A. A. Thompson and A. Strickland, H. M. Skudar, T. M. Kulinich and B. V. Burkina, V. Synko and R. Yu. Yemadakov are also presented. The most well-known approach in economic literature, based on the combination of all competitiveness factors into two groups is highlighted. The classification of external and internal factors proposed by V. Synko 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 is determined that competitive advantages significantly depend on the effectiveness of competitiveness factors use, and competitiveness is a set of enterprise characteristics, but its assessment cannot be done without taking into account external factors.

Key words: enterprise competitiveness, competition, product competitiveness, factors of enterprise competitiveness, potential.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.06.167

Received 27.10.2020

Постановка проблеми. Нині відбувається збільшення конкуренції на ринку, що пов'язане з появою великої кількості товарів-аналогів, які споживач вибирає не тільки за ціною, але і за ступенем задоволення потреб. Щоб підприємство мало високу конкурентоспроможність, потрібно приділяти увагу не тільки потребам покупців, але 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. 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].

Метою дослідження є аналіз класифікації основних факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємств.

Постановка завдання. Завдання полягає в аналізі класифікації факторів забезпечення конкурентоспроможності різних авторів і виділення найповнішої і найкращої 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. Результати проведеного аналізу поняття «конкурентоспроможність» компаній дозволили нам 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 і зарплатою й повністю поділяє корпоративну культуру компанії;
- 5) підприємство дбає про навколишнє середовище, планомірно зменшуючи

шкідливий вплив на нього і використовуючи тільки екологічно чисті сировину й технології;

б) 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 можна визначити за формулою [1]

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

де K_T – інтегральний показник конкурентоспроможності товару;

K_P – 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 перебудовувати 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, враховувати екологічні наслідки діяльності й гнучко адаптувати всі бізнес-процеси, що становлять конкурентний потенціал організації, до цих умов.

Дане визначення висвічує, на наш погляд, такі аспекти конкурентоспроможності:

1) конкурентоспроможність – це динамічний показник, так як він варіюється при зміні 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 в собі два принципово значущих показники: конкурентоспроможність продукції й конкурентний потенціал організації;

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

б) вказує 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, в першу чергу, 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 й соціально-економічного життя суспільства, які призводять до змін абсолютної й відносної величини 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 розвиненої 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 (таблиця 1) [3].

Таблиця 1. Класифікація факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства

Table 1. Classification of factors affecting the enterprise competitiveness

Класифікаційна ознака	Вид факторів
Характер	Основні – об’єднання природних ресурсів, кліматичних умов, географічного положення країни, некваліфікованої й 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 складові конкурентного середовища Спеціалізовані – впливають на кілька складових
Час впливу	Короткотермінові – фактори роблять швидкий вплив Середньотермінові – дія проявляється через час Довготермінові – тривалий вплив
За механізмом виникнення	Природні Штучно створені

До основних факторів відносять об’єднання природних ресурсів, кліматичних умов, географічного положення країни, некваліфікованої й 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 й 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 рахує 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 8 факторів конкурентоспроможності підприємства:

- якість – чи відповідає продукт високому рівню товарів ринкових лідерів і виявляється шляхом опитувань і порівняльних тестів;
- концепцію товару і послуги, на якій базується діяльність підприємства;
- ціну товару з можливою націнкою;
- фінанси;
- торгівлю;
- післяпродажне обслуговування, яке забезпечить підприємству постійних клієнтів;
- зовнішню торгівлю підприємства;
- передпродажну підготовку, яка демонструє здатність підприємства передбачати запити майбутніх споживачів та 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, вдосконалення 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 набуває глобального характеру, основним 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 дотримуються 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 в 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.

Найпопулярнішим в економічній літературі є підхід, який гуртувався на об'єднанні всіх факторів конкурентоспроможності в дві групи: зовнішні фактори, які в меншій мірі визначаються підприємством, і внутрішні, що практично повністю залежать від підприємства (В. Синько, Р. Ю. Емадаков) (рис. 1).

Зовнішні фактори підприємства	Внутрішні чинники підприємства
<ul style="list-style-type: none"> • Постачальники • Інвестиційна привабливість • Державні органи • Споживачі • Конкуренти 	<ul style="list-style-type: none"> • Кадровий потенціал • Виробничий потенціал • Маркетинговий потенціал • Фінансовий потенціал

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

Figure 1. External and internal factors for ensuring the enterprise competitiveness [8]

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

Від зовнішнього середовища залежить вибір напрямку розвитку організації в довготерміновій перспективі. Відповідно, при вивченні зовнішнього середовища потрібен ретельний аналіз тих факторів, об'єктів, явищ і процесів, які можуть посилити або послабити конкурентоспроможність підприємства.

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

Інвестиційна привабливість. Для того, щоб компанія функціонувала й розвивалась, 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 керуватися державним законом, а також вимогами органів державного регулювання.

Споживачі. Видатний фахівець з управління Ф. Друкер засвідчує: «єдина істинна ціль бізнесу – створювати споживача». Це означає, що при задоволенні 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 й характер взаємовідносин керівників з підлеглими.

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

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

До виробничого потенціалу відноситься виготовлення продукту; ведення складського господарства; проведення досліджень і розроблень; 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, 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 інше.

Висновки. 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 й галузі, в якій вони застосовуються.

Розглянувши фактори внутрішнього і зовнішнього середовищ, можна припустити, що конкурентоспроможність підприємства являє собою сукупність характеристик самого підприємства, але, водночас, оцінювання конкурентоспроможності неможливо виконати без аналізу зовнішніх чинників, що впливають на підприємство. Ми дійшли висновку, що для якіснішого оцінювання конкурентоспроможності підприємства потрібно вивчати фактори з класифікацій авторів і їх вплив. Це допоможе виявляти можливості і загрози розвитку підприємства.

Conclusions. Thus, factors can affect the enterprises competitiveness in different ways – both positively and negatively. However, the presence of the factors themselves does not ensure high enterprise competitiveness. Competitive advantages based on factors depend on the efficiency of their use and the industry where they are applied.

Considering the factors of internal and external environment, it can be assumed that the enterprise competitiveness is a set of enterprise characteristics, but, at the same time, the assessment of competitiveness can not be performed without analysis of external factors affecting the enterprise. We have concluded that for better assessment of the enterprise competitiveness, it is necessary to investigate the factors from the authors' classifications and their impact, due to which the opportunities and threats to the enterprise development can be identified.

Список використаної літератури

1. Фасхiev X. A. 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 / за ред. М.: Видавничий дім «Вільямс», 2005. С. 608.
4. А. Г. Оливье и др. Международный маркетинг. Академия рынка: маркетинг; под ред. А. Г. Худонормова. М.: Экономика, 1994. С. 513.
5. Томпсон-мол. А. А., Стрікленд III А. Дж. Стратегічний менеджмент: концепції і ситуації для аналізу. 2006. 412 с.
6. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения. К.: Наук. думка, 1999. 496 с.
7. Б. Буркинський, С. Савчук. Інноваційний рівень виробництва та конкурентоспроможність чорної металургії України. Економіка України. № 4. 2006. С. 4–15.

8. Кулініч Т. М. Інноваційні фактори конкурентоспроможності в сучасних умовах інтернаціоналізації. Стратегія розвитку України. № 1/2. 2007. 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 pidpryjemstva [Enterprise competitiveness management model]. *Marketing*, vol. 6, pp. 107–124.
2. Akhmetov T. S. (2014) Faktory konkurentospromozhnosti pidpryjemstva [Factors of enterprise competitiveness]. *International Research Journal*, vol. 8–2, no. 27, pp. 7–8.
3. Porter M. (2005) *Konkurencija* [Competition]. Vydavnychyj dim “Viljjams”, 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 situaciji dlja analizu* [Strategic management: concepts and situations for analysis]. P. 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]. K.: Nauk. dumka, pp. 496. [In Russian].
7. B. Burkinsky, S. Savchuk. (2006) Innovacijnyj rivenj vyrobnyctva ta konkurentospromozhnistj chornoji metalurghiji Ukrajinu [Innovative level of production and competitiveness of ferrous metallurgy of Ukraine]. *Ekonomika Ukrajinu*, vol. 4, pp. 4–15.
8. Kulinich T. M. (2007) Innovacijni faktory konkurentospromozhnosti v suchasnykh umovakh internacjonalizaciji [Innovative factors of competitiveness in modern conditions of internationalization]. *Strateghija rozvytku Ukrajinu*, 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.