

УДК 339.137.2:334.176

**Чевганова В.Я.***кандидат економічних наук, професор,  
завідувач кафедри економіки підприємства та управління персоналом  
Полтавського національного технічного університету  
імені Юрія Кондратюка***Брижань І.А.***доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри економіки підприємства та управління персоналом  
Полтавського національного технічного університету  
імені Юрія Кондратюка*

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### THEORETICAL BASIS OF STUDY OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS

#### АНОТАЦІЯ

На основі дослідження основних підходів до визначення змісту категорії конкурентоспроможність (компаративного, ресурсного та системного) запропоновано власне бачення сутності цього поняття. Враховуючи, що рівень конкурентоспроможності підприємства в кожний конкретний момент часу визначається спільним впливом багатьох факторів, автори згрупували різні підходи науковців до класифікації конкурентоутворюючих факторів. Запропоновано розділяти ці фактори на три групи (техніко-економічні, комерційні та нормативно-правові) з наступним поділом їх на внутрішні та зовнішні з метою управління та розроблення стратегії підвищення конкурентоспроможності.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, конкурентоутворюючі фактори.

#### АННОТАЦИЯ

На основе исследования основных подходов к определению содержания категории конкурентоспособность (сравнительного, ресурсного и системного) предложено собственное видение сущности этого понятия. Учитывая, что уровень конкурентоспособности предприятия в каждый конкретный момент времени определяется совместным воздействием ряда факторов, авторы сгруппировали различные подходы к классификации конкурентообразующих факторов. Предложено разделять эти факторы на три группы (технико-экономические, коммерческие и нормативно-правовые) с последующим разделением их на внутренние и внешние с целью управления и разработки стратегии повышения конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, конкурентообразующие факторы.

#### ANNOTATION

Based on the research of basic approaches to define the content of competitiveness (comparative, resource and system) authors offered own vision of the essence of this category. The level of competitiveness in any time is determined by the joint influence of several factors, that's why the authors grouped the different approaches to classification of competitive factors and proposed to divide them into three groups (technical, economic, commercial and legal) with subsequent splitting them up into internal and external in order to manage and develop a strategy to increase competitiveness.

**Keywords:** competitiveness, competitive advantages, competitive factors.

**Постановка проблеми.** Набуття Україною статусу країни з ринковою економікою, загострення проявів фінансово-економічної кризи призводять до того, що одним з головних пріоритетів економічної політики держави стає

формування її конкурентоспроможності. При цьому слід враховувати, що в умовах поглиблення територіального поділу праці конкурентоспроможність країни визначають її суб'єкти господарювання. Підприємство є основним суб'єктом господарюванням як в Україні, так і у всьому світі. Чимало підприємств, які виробляють подібні товари або надають схожі послуги, об'єктивно викликає суперництво між ними, тобто конкуренцію, яка змушує суб'єкти господарювання не зупинятися на досягнутому, а постійно рухатися й самовдосконалюватися. За таких умов підприємства завжди прагнуть порівняти себе з конкурентами і перевершувати їх. Перемагають у конкурентній боротьбі саме ті підприємства, конкурентоспроможність яких кількісно та якісно відрізняється від інших. У зв'язку з чим актуалізується проблема визначення саме таких основних характеристик конкурентоспроможності товарів, послуг і підприємств в цілому, що найбільше цьому сприяють.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження конкурентоспроможності як економічної категорії розпочались у останніх десятиріччях ХХ ст. у зв'язку з прискоренням глобалізації, а тому із загостренням конкуренції за ресурси, ринки збуту, споживачів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Вивченню окремих аспектів конкуренції та конкурентоспроможності присвячено праці вітчизняних науковців, таких як: О. Костусев, І. Сиваченко Л. Балабанова, Д. Корж, Т. Загородня, В. Дикань, В. Савчук, А. Воронкова, В. Холод та інші. Але, незважаючи на наявність достатньої кількості наукових праць, що досліджують цю проблематику, поки що не існує в завершеному вигляді єдиної науково обґрунтованої системи обліку факторів, яку можна використовувати для характеристики конкурентних переваг суб'єктів господарювання і позицій, що й обумовлює необхідність дослідження різноманітних підходів.

**Метою дослідження** є аналіз дефініцій конкурентоспроможності підприємства та гру-

пування конкурентоутворюючих факторів як основних рушійних сил процесу підвищення конкурентоздатності суб'єкта господарювання.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Конкурентоспроможність є багатограним поняттям з великою кількістю суб'єктивних трактувань різного рівня деталізації та охоплення суті поняття. Як соціально-економічна категорія конкурентоспроможність є спроможністю, вмінням досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг, а також підтримувати їх протягом тривалого часу [1].

На сьогодні немає загальноприйнятого єдиного поняття конкурентоспроможності підприємства. У фаховій науковій літературі існує три основні підходи до визначення змісту цієї категорії: компаративний, ресурсний та системний [2]. Основою компаративного підходу є теорія конкурентних переваг, розроблена М. Портером. Відповідно до цієї теорії конкурентоспроможність підприємства може бути виявлена лише у рамках групи підприємств однієї галузі або фірм, що випускають товари-субститути. Основною властивістю конкурентоспроможності з цієї позиції є її відносність, тобто вона виявляється лише у порівнянні підприємств у певних межах галузевого, світового ринку або ринку окремої країни. На такому підході базуються дослідження Р. Фатхутдінова, А. Градова та інших.

Р. Фатхутдінов під конкурентоспроможність розуміє властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, наявними на певному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на ринку [3].

Конкурентоспроможність підприємства, згідно з поглядами А. Градова, може бути визначена як її порівняльна перевага відносно інших фірм певної галузі всередині країни та за її межами [4].

Ресурсний підхід базується на дослідженні ресурсів підприємства як основи, що забезпечує певний рівень його конкурентоспроможності. До представників цього підходу належать Г. Азоев, А. Юданов, Н. Язвінська та інші. А. Юданов трактує конкурентоспроможність як «здатність підприємства виробляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію; конкурентоспроможність залежить від загальної ефективності його діяльності та визначається досконалістю використання ресурсів підприємства» [2].

Н. Язвінська, відстоюючи зв'язок конкурентоспроможності з ефективністю, вказує, що «рівень конкурентоспроможності підприємства визначає ефективність його ринкової діяльності, тобто співвідношення сумарного прибутку отриманого від ринкової діяльності до сумарних витрат» [5]. Г. Азоев під конкурентоспроможністю фірми розуміє можливість ефек-

тивно розпоряджатись власними й залученими ресурсами в умовах конкурентного ринку [4].

На нашу думку, найбільш досконалим є системний підхід, який передбачає детальне вивчення та аналіз внутрішнього середовища підприємства як відкритої економічної системи та процесів, що відбуваються в ньому, та дозволяє визначити його взаємовідносини із зовнішнім середовищем, зокрема з позиції можливостей адаптації до змін протягом тривалого часу. Цей підхід у своїх працях використовують відомі сучасні фахівці, такі як О. Гудзинський, Ю. Іванов, О. Тищенко та інші.

Ю. Іванов пропонує досліджувати конкурентоспроможність підприємства як систему, що містить безперервно взаємодіючі фактори і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства набувати і утримувати протягом досить тривалого періоду конкурентні переваги [6]. На думку О. Гудзинського та А. Шепіцина, конкурентоспроможність підприємства характеризується можливістю забезпечувати випуск і реалізацію продукції, яка за своїми ціновими та неціновими факторами більш приваблива, ніж продукція підприємств-конкурентів, використовуючи конкурентні переваги і потенційні можливості для забезпечення конкурентоспроможності продукції в майбутньому при зміні ринкової ситуації та попиту споживачів [6].

Проаналізувавши усі вищевказані визначення, автори пропонують розглядати конкурентоспроможність підприємства як здатність конкретного підприємства змагатися на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення для споживачів найбільш високої привабливості товару з кінцевою метою підтримання ефективного стану всіх підсистем підприємства та покращення його іміджу у довгостроковій перспективі.

Рівень конкурентоспроможності підприємства у кожний конкретний момент часу визначається спільним впливом багатьох факторів. Ці фактори неоднакові за походженням, характером і рівнем впливу, у зв'язку з цим ефективне управління конкурентоспроможністю підприємств можливо за умови виявлення факторів і науково обґрунтованої класифікації. Тому одним з найважливіших аналітичних завдань підприємства є визначення ключових факторів успіху з урахуванням переважних і прогнозованих умов розвитку країни або секторів економіки.

Стосовно конкурентоутворюючих факторів С. Бондаренко та В. Бокій стверджують, що це рушійна сила, яка формує і визначає характер конкурентоспроможності [7]. Такої ж думки і Д. Панасенко, який зазначає, що фактори відіграють роль рушійних сил процесу підвищення конкурентоспроможності. Без них неможливо вистояти в конкурентній боротьбі і висока конкурентоспроможність багатьох зразкових компаній пояснюється тим, що ними задіяні рушійні сили (фактори), такі як синергізм,

порівняльна оцінка рівня, скорочення циклу створення нових товарів і послуг, інтелектуальний капітал та ін. [8].

Оскільки конкурентоутворюючий фактор – це рушійна сила, здобута у процесі результативного протікання економічних процесів, що або дозволяє вистояти в конкурентній боротьбі, або шкодить цьому, то для визначення конкурентних позицій підприємства на ринку необхідно виділити фактори, що впливають на можливості виграшу або програшу в конкурентній боротьбі. Крім того, аналіз факторів допомагає виявляти сильні й слабкі сторони у діяльності підприємства та в роботі його конкурентів, розробляти заходи й засоби, за рахунок яких підприємство змогло б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх, збільшити свою частку в продажах на конкретному товарному ринку.

Вчені пропонують різноманітні підходи до розподілу факторів конкурентоспроможності підприємства. Наукові основи класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств заклали такі автори: А. Олів'є, А. Дайан, Р. Урсе, М. Портер, А. Ніколаєв, Н. Яшин та ін. [9-11]. Проте слід зазначити, що питання теорії і практики щодо конкурентоспроможності підприємств та класифікації факторів ще недостатньо вивчені й вимагають поглибленого дослідження.

Професор Гарвардського університету М. Портер пропонує ділити всі фактори конкурентоспроможності підприємства на кілька типів [12]. По-перше, на основні та розвинені фактори. Основними факторами є природні ресурси, кліматичні умови, некваліфікована та напівкваліфікована робоча сила, дебетний капітал тощо. Розвинені фактори – сучасна інфраструктура обміну інформацією на підприємстві, висококваліфіковані кадри та досвідні відділи. Іншою ознакою розподілу факторів конкурентоспроможності є рівень спеціалізації. Всі фактори конкурентоспроможності поділяють на спеціалізовані та загальні. До спеціалізованих факторів належать вузькоспеціалізований персонал, специфічна інфраструктура, бази даних у певних галузях знань тощо. Загальні фактори зустрічаються часто і дають обмежені конкурентні переваги, а спеціалізовані фактори створюють довгострокові умови для забезпечення конкурентоспроможності.

Існує ще один принцип класифікації, за М. Портером, – розподіл факторів конкурентоспроможності на природні і штучно створені. Природні охоплюють географічне положення, природні ресурси. Штучно створені фактори – це фактори вищого порядку, які забезпечують більш стійку і високу конкурентоспроможність.

А. Ніколаєв пропонує класифікувати фактори конкурентоспроможності на внутрішні та зовнішні [8]. Така ж класифікація факторів наведена у праці Н. Яшина [11]. Під зовнішніми факторами дослідник розуміє заходи державного економічного й адміністративного впливу на виробника; основні характеристики ринку

діяльності підприємства (його тип, місткість, наявність і можливості конкурентів, забезпеченість, склад і структура трудових ресурсів); діяльність суспільних і недержавних інститутів, політичних партій, рухів, блоків.

До внутрішніх факторів Н. Яшин зараховує потенційні можливості самого підприємства: виробничо-технологічний, науково-технічний, маркетинговий, фінансово-економічний, кадровий потенціал, ефективність виробничого контролю і реклами, рівень матеріально-технічного забезпечення, рівень сервісного й гарантійного обслуговування, рівень підготовки та розробки виробничих процесів.

А. Костін фактори конкурентоспроможності підприємства ділить на зовнішні і внутрішні; контрольовані і неконтрольовані; керовані та некеровані [4]. Зовнішні, на його думку, – це економічні фактори навколишнього середовища, які виявляються у сферах виробництва, обігу і споживання. Внутрішні – це фактори самого підприємства, що впливають на ринок. Керовані – це ті фактори, на які підприємство впливає і може контролювати. До некерованих зараховують ті фактори, на які в підприємства відсутні засоби і способи впливу. Зовнішні фактори зазвичай є некерованими і неконтрольованими. Внутрішні – найчастіше контрольовані і керовані.

Таблиця 1

**Класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства за ознаками їх розподілу**

Ознаки розподілу	Класифікація факторів
Об'єкт дослідження	а) залежать від технології; б) належать до сфери виробництва; в) стосуються реалізації продукції; г) входять до сфери маркетингу; г) належать до професійних навичок; д) пов'язані з організаційними можливостями; е) інші фактори успіху.
Природа виникнення	а) 1) основні; 2) розвинені. б) 1) загальні; 2) спеціалізовані. в) 1) природні; 2) штучно створені.
Сфера дії	а) зовнішні; б) внутрішні.
Керованість	а) контрольовані; б) неконтрольовані.
Рівень спеціалізації	а) інтегральні; б) специфічні.
Конкурентний рівень	а) мегарівень; б) макрорівень; в) мезорівень; г) мікрорівень.

О. Філатов розподілив фактори, що впливають на конкурентоспроможність, на інтегральні та специфічні. До інтегральних факторів, які впливають як на зовнішнє, так і на внутрішнє середовище підприємства, він зарахував інноваційні, інвестиційні, фінансові, соціальні й економічні. Водночас до групи специфічних факторів, характерних для зовнішнього середовища



підприємства, на його думку, належать законодавчі, правові, транспортні, а для внутрішнього середовища – нормативні, науково-технічні та виробничі [13].

Аналіз різних підходів науковців до поділу факторів конкурентоспроможності підприємства показує, що всі наведені класифікації мають багато спільного, а різняться здебільшого за рівнем деталізації. Результати аналізу згруповано в таблиці 1.

Незважаючи на значну кількість підходів до класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств, автори вважають доцільним запропонувати новий підхід, тому що представлена класифікація факторів пропонує багато ознак розподілу, але жодна з них не формує такі групи факторів конкурентоспроможності, які відображають основні сфери впливу на підприємство як ззовні, так і зсередини за умови мінімальної кількості цих груп. Виходячи з цього, фактори конкурентоспроможності можна поділити на три групи: техніко-економічні, комерційні та нормативно-правові (рис. 1).

Техніко-економічні фактори охоплюють: якість, ціну продажу та витрати на експлуатацію (використання) або споживання продукції/послуги. Ці компоненти залежать від продуктивності й інтенсивності праці, витрат виробництва тощо. Комерційні фактори визначають умови реалізації товарів на конкретному ринку, фінансову, кадрову та управлінську складову ведення підприємницької діяльності та охоплюють:

– кон'юнктуру ринку (рівень конкуренції, співвідношення між попитом і пропозицією конкретного товару, національні та регіональні особливості ринку, що впливають на формування платоспроможного попиту на продукцію або послугу);

– сервіс (наявність дилерсько-дистрибуторських пунктів виробника і станцій обслуговування в регіоні покупця, якість технічного обслуговування, ремонту та інших послуг);

– рекламу (наявність і дієвість реклами й інших засобів впливу на споживача з метою формування попиту);

– імідж фірми (популярність торговельної марки, репутація фірми, компанії, країни);

– стан управління (питома вага менеджерів, їх кваліфікація тощо);

– якість кадрів підприємства (стан освіти працівників, демографічні показники, кваліфікація).

Нормативно-правові фактори відображають вимоги технічної, екологічної та іншої (можливо морально-етичної) безпеки використання товару на конкретному ринку, а також патентно-правові вимоги (патентної чистоти і патентного захисту) враховують особливості правового поля країни. У випадку невідповідності товару чинним у розглянутий період на конкретному ринку нормам і вимогам, стандартам і законодавству товар не може бути проданим на цьому ринку.

Всі вище названі фактори також можна класифікувати на внутрішні і зовнішні. До внутрішніх належать такі: інноваційний, виробничий та фінансовий потенціал; якість і ціна товару; сервіс, реклама й імідж фірми; конкурентоспроможність продукції/послуг; витрати на експлуатацію або споживання продукції/послуг; стан управління; якість кадрів підприємства.

До зовнішніх факторів конкурентоспроможності належать: кон'юнктура ринку; конкурентне середовище; нормативно-правові та патентні вимоги і стандарти.

Розглянуті фактори – це система, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства. Значення кожного окремого фактора різне залежно від ринку, характеру конкуренції, стадії життєвого циклу продукції тощо. При цьому слід зазначити наявність певного синергетичного ефекту взаємовпливу розглянутих факторів. Впливаючи на конкурентоспроможність підприємства, фактори змінюють один одного. Вплив деяких факторів на рівень конкурентоспроможності є позитивним, інших – навпаки, негативним. Тому при розумному управлінні дію позитивних чинників можна підсилити, а дію негативних – мінімізувати. Головне – це виявити фактори, вплив яких на рівень конкурентоспроможності найсильніший, а вже потім слід підбирати методи управління ними.

**Висновки.** Отже, на конкурентоспроможність підприємств впливає безліч факторів, причому як позитивних, так і негативних. Виявлення цих факторів, а також оцінка ступеня їх впливу на конкурентоспроможність підприємств дозволить визначити наявні резерви і сформувати основні напрями підвищення конкурентоспроможності. Для забезпечення

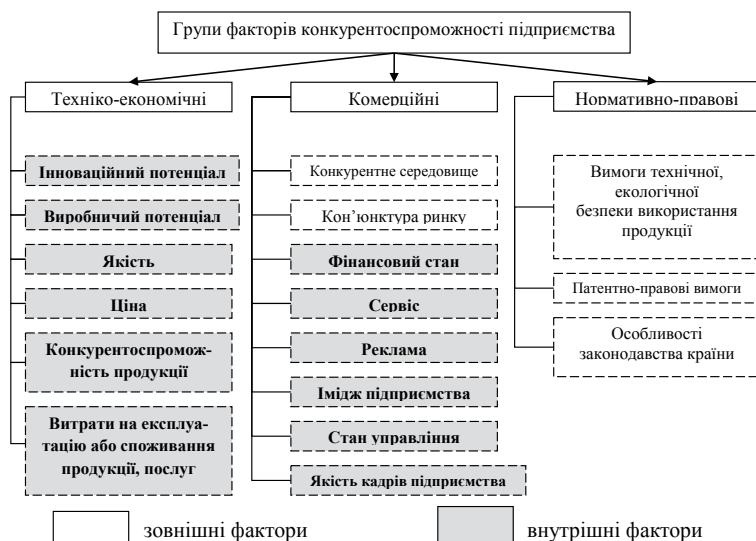


Рис. 1. Класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства

стабільного розвитку підприємство передусім повинне досягти певного рівня ефективності своєї роботи, а для цього необхідно впровадити і постійно вдосконалювати систему управління конкурентоспроможністю підприємства.

Важливим фактором при дослідженні конкурентоспроможності підприємства є кризовий стан економіки, з яким сьогодні довелось зіткнутися вітчизняним підприємствам. В період нестабільності економічної ситуації безпосередній вплив на забезпечення конкурентоспроможності компанії мають такі чинники: скорочення платоспроможного попиту, зміна уподобань споживачів в напрямку економії грошових коштів, зростання цін на ресурси; недосконалий правових механізм господарювання, порушення функціонування ринку робочої сили. Саме тому механізм управління конкурентоспроможністю має бути чітко організованим та визначеним. Ця умова досягається шляхом використання економічних, соціальних, психологічних та адміністративних методів. В подальших дослідженнях планується розкрити особливості оцінки конкурентоспроможності підприємств різних видів економічної діяльності та побудови стратегій забезпечення реалізації їх конкурентних переваг.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Конкурентоспроможність: сутність, оцінка та шляхи підвищення її рівня (регіон, галузь, підприємство): моногр. / В.Я. Чевганова, І.А. Брижань, К.А. Земцова, О.О. Олійник. – Полтава: ПолтНТУ, 2010. – 256 с.
2. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент: підручник / І.А. Ігнат'єва. – К.: Каравела, 2008. – 480 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
4. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
5. Калініченко Л.Л. Розробка концепції конкурентоспроможності підприємств / Л.Л. Калініченко // Вісн. екон. трансп. і пром-сті. Сер. «Екон. п-ва». – 2009. – № 28. – С. 156-160.
6. Кухарук А.Д. Класифікація та аналіз методів оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств [Електронний ресурс] / А.Д. Кухарук. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/PSPE/2011\\_1/Kuharuk\\_111.htm](http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/PSPE/2011_1/Kuharuk_111.htm).
7. Николаев А.Ю. Механизм управления конкурентоспособностью предприятия как основа его экономического развития: дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.05 / А.Ю. Николаев. – М., 2003. – 170 с.
8. Панасенко Д.А. Системний підхід до показників конкурентоспроможності / Д.А. Панасенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 3(82). – С. 19–24.
9. Оливье А. Академия рынка: маркетинг / А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе; пер. с франц. А. Дайан, Ф. Буккерель, Р. Ланкар и др. – М.: Экономика, 1993. – 512 с.
10. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ. под ред. В.Д. Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 440 с.
11. Яшин Н.С. Исследование конкурентоспособности промышленного предприятия: методология и опыт: дис. ... д-ра экон. наук: спец. 08.00.05 / Н.С. Яшин. – Саратов, 1997. – 273 с.
12. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ. под ред. В.Д. Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 440 с.
13. Филатов О.К. Проблема повышения уровня конкурентоспособности продукции предприятий / О.К. Филатов // Пищ. пром-сть. – 1999. – № 3. – С. 30.