

**ФАКТОРИ ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВ**

На сучасному етапі становлення і розвитку ринкової економіки в Україні особливо важливим постає питання конкурентоспроможності українських підприємств. Справа в тому, що функціонування збиткових підприємств за ринкової економіки не можливо, та й прибуток згідно Господарського Кодексу України є основною метою створення і функціонування підприємств. Конкуренція є основним механізмом, регулюючим діяльність підприємств на ринку. Її роль полягає, по-перше, в тому, щоб забезпечити покупця різноманітною, якісною за прийнятими цінами продукцією, по-друге – виводити з ринку збиткові і неефективно функціонуючі підприємства, вивільняючи місця для кращих. Крім того, конкуренція забезпечує, так-би мовити соціальну функцію – в умовах обмеженості усіх видів ресурсів конкуренція змушує підприємства використовувати їх більш раціонально. Отже, конкурентоспроможним може бути назване підприємство, що ефективніше за інших використовує ринкову ситуацію, що склалася.

Проблемі конкурентоспроможності підприємств присвячені роботи таких вчених, як Аристов О.В. [1], Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. [2], Гельвановский М.И. , Жековская В., Трофимов И. [3] і інших вчених.

Метою даної роботи є розкриття сутності факторів які впливають на конкурентоспроможність підприємств.

Конкурентоспроможність є комплексною категорією, що формується під впливом цілої низки факторів. Рівень конкурентоспроможності, як і роботи підприємства в цілому, характеризується впливом двох основних груп елементів – умов внутрішнього і зовнішнього середовища, які діють у взаємозв'язку і взаємозалежності. Основні елементи внутрішнього середовища наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Основні елементи внутрішнього середовища підприємства, які впливають на його конкурентоспроможність

Елементи	Характеристика
Виробничі можливості	Кристалізуються у виробничому потенціалі (основні фонди, сировина, технологія виробництва, кадровий потенціал тощо);

	характеризуються сучасністю, можливістю до сприйняття змін;
Система обліку на підприємстві	Облікова політика на підприємстві; облік запасів, сировини, матеріалів, напівфабрикатів, незавершеного виробництва, готової продукції тощо.
Маркетингові дослідження	Потреби та можливості споживачів, рівень задоволення споживчих потреб; ємність ринку; вільні нші.
Система постачання на підприємстві	Терміновість і надійність поставок; можливість швидкої переорієнтації на інші види сировини.
Логістика і збут	Наявність власних каналів розподілу, мережі фірмових магазинів, рівень збутових витрат.
Фінансові можливості	Вільні ресурси підприємства і співвідношення між власними і запозиченими коштами; доступ до значних за розміром фінансових ресурсів.
Інформаційні ресурси	Наявність баз даних; можливість їх постійного оновлення.
Місце знаходження	Наявність розвинутої інфраструктури; можливість стратегічного оновлення підприємства; відстань до постачальників і споживачів.
Організаційна структура підприємства	Здатність швидкої передачі управлінського рішення до виконавця і можливості контролю за виконавцем.

Дослідження зазначених елементів внутрішнього середовища дає змогу оцінити можливості підприємства швидко реагувати на дії конкурентів, залучаючи наявні резерви і використовуючи зовнішні можливості.

Якщо елементи внутрішнього середовища впливають на конкурентоспроможність безпосередньо, та вплив умов зовнішнього середовища не завжди є помітним відразу. Вивчення зовнішнього середовища дає фірмі можливість терміново реагувати на загрози, що з'являються на ринку, і розробляти заходи, здатні не лише врахувати ці загрози, а й уникнути їх, отримавши з цієї ситуації нові вигідні можливості. Елементи зовнішнього середовища наведені у таблиці 2.

Таблиця 2

Елементи зовнішнього середовища підприємства, здатні впливати на його конкурентоспроможність

Елементи	Характеристика
1. Державна політика 1.1. зовнішня 1.2. внутрішня	Ступінь участі країни у світових інтеграційних процесах; напрямки зовнішньої політики, стан і напрямки реформ; пріоритети розвитку країни; стабільність обраного курсу
2. Соціальні умови	Структура робочої сили; рівень підготовки фахівців; співвідношення між категоріями працівників; ціна робочої сили; рівень зайнятості; культурний рівень розвитку суспільства
3. Економічні умови	Середній рівень зарплатні в галузі, економіці в цілому; податки і пільги; інвестиційний потенціал країни; рівень розвитку окремих галузей; доля наукоємної продукції в експорті країни
4. Природно-ресурсний потенціал	Рівень забезпечення економіки власними природними ресурсами; рівень від'ємного екологічного навантаження; стан водних ресурсів.
5. Правове середовище	Гармонійність законодавчої бази, спрямування на розвиток; дієвість нормативних актів.

6.Монополізація економіки	Загальний рівень концентрації продавців; антитрестове регулювання; вертикальна інтеграція.
7. Товарні ринки	Структура галузевих ринків; ємність товарних ринків; вибагливість покупців; стандартизація товарів; стійкість позицій лідерів.
8.Ринкова інфраструктура	Технічний рівень інформаційних комунікацій; розгалуженість і насиченість транспорту; стан банківського і страхового обслуговування; рівень розвитку посередницьких організацій.

Наявний рівень конкурентоспроможності, що склався під впливом цих двох груп чинників може змінюватися тому що, по-перше, ці чинники у перспективі мають тенденцію до змін, по-друге, конкурентоспроможність є категорією порівняльною і за зміни ринкових умов або позицій конкурентів її рівень також зазнає змін. Крім того, конкурентоспроможність є результатом отримання конкурентних переваг, які у свою чергу теж можуть змінюватися, а отже і конкурентоспроможність утримувати постійно неможливо. Фактор часу відбиває плинність конкурентоспроможності. І тому показник оцінки конкурентоспроможності має виглядати так: $КС = dt / dF$, де t – час, F – сукупність кількісних і якісних складових у часі. Тобто, якщо $t \rightarrow \infty$, то $КС \rightarrow 0$. Або – коли конкурентоспроможність приймається як константа, утримання її у часі є неможливим. З огляду на це, треба розуміти поняття конкурентоспроможності як сукупність складових, динамічно змінюваних у часі. Це означає, що наявний рівень конкурентоспроможності потребує постійного вдосконалення конкурентних переваг, що його спричинили і пошук нових з метою підвищення цього рівня.

Саме цьому важливо постійно відслідковувати стан конкурентоспроможності власного підприємства. Це можливо лише за умов розроблення на підприємстві стратегії конкурентоспроможності, направленої на досягнення високого її рівня. Результати дослідження в перспективі будуть використані під час визначення особливостей конкурентоспроможності підприємства та трудових ресурсів на ринку праці.

Література:

1. Аристов О.В. Конкуренция и конкурентоспособность / О.В. Аристов, Финпресс – М.; 2001. – 142 с.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь – 3-е изд. Доп. – М.: ИНФА-М, 2000. – 480 с.
3. Гельвановский М.И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М.И. Гельвановский, В. Жековская, И. Трофимов // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67–68