

3.5 ВПЛИВ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОДИН ІЗ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Невпинне формування та подальший розвиток ринкових відносин в Україні викликає необхідність підвищення конкурентоспроможності виробництва. Вирішення цієї проблеми сьогодні ускладнене нестабільною економічною ситуацією, низькою ефективністю системи державного регулювання ринкових відносин, браком грошових ресурсів підприємств, недостатнім рівнем професіоналізму кадрів. З метою підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств необхідно, перш за все, визначити та систематизувати фактори конкурентоспроможності, що дасть можливість підвищити ефективність оцінки конкурентоспроможності підприємства та в подальшому поліпшити вихід промислових підприємств на якісно новий рівень виробництва.

«У нас немає конкурентів!» – цю фразу фактично неможливо почути від керівника жодного підприємства. Всі знають, що конкурентоспроможність підприємства – основа розвитку та збільшення продажів, а, отже, конкурентоспроможність необхідно постійно аналізувати, оцінювати та підвищувати. Але сама її оцінка не приводить до збільшення продажів та прибутків.

Незважаючи на значну кількість публікацій, конкурентоспроможність підприємства та фактори, що впливають на неї недостатньо вивчені [1, с.103]. Конкуренція – один з найважливіших чинників розвитку ринкової економіки. На конкурентоспроможність промислового підприємства впливають фактори, які визначають кількісні зміни рівня конкурентоспроможності підприємства.

Захист конкуренції, в тому числі забезпечення справедливих та рівних умов ведення бізнесу, є передумовою трансформації економіки, зростання ефективності бізнесу, підвищення його конкурентоспроможності в умовах глобалізації економіки [2].

Промислові підприємства всіх форм власності ведуть свою виробничу діяльність на певній території, на якій діє законодавство країни в особі місцевих органів влади та територіальних представництв державних органів виконавчої влади. Взаємодія з органами влади для підприємств є як неминучістю, так і необхідністю. Виходячи з цього, кожному підприємству необхідно вести свою діяльність у взаємодії з органами влади. А рівень взаємодії безпосередньо може вплинути на діяльність підприємства, що є одним із зовнішніх факторів його конкурентоспроможності.

В сучасній науці розглядається значна кількість факторів конкурентоспроможності підприємства, у зв'язку із чим постає необхідність їх класифікувати. Існує велика кількість визначень фактора конкурентоспроможності підприємства та класифікацій чинників за різними ознаками. Розглянемо основні із них.

В. Грибов та В. Грузинов відзначають, що фактори можна вважати складовими конкурентоспроможності підприємства [3, с.157]. Але під фактором в економіці прийнято розуміти певну силу, умову, обставину, що впливає на зміну латентного показника. В таких умовах, фактор не може бути складовою підсумкового показника.

Є.В. Бошнов розглядає фактори конкурентоспроможності підприємства як «явища та процеси виробничо-господарської діяльності підприємства, які викликають зміну абсолютної та відносної величини витрат на виробництво, а в результаті – зміни рівня конкурентоспроможності самого підприємства» [1, с.111]. Так само вважає і О.Є. Россіхіна, про що вона пише у своїй статті «Основні фактори конкурентоспроможності підприємства» [4, с.103].

На нашу думку, не слід розглядати фактори лише з точки зору витрат на виробництво. Кожне підприємство веде конкурентну боротьбу не лише шляхом оптимізації виробничих витрат, а й, наприклад, впровадженням маркетингових стратегій. Вибір тієї чи іншої маркетингової стратегії може значно вплинути на ставлення покупця до продукції підприємства, а, отже, і вплинути на його конкурентоспроможність.

За тлумачним словником української мови А. Івченка фактор – це «рушійна сила економічних, виробничих процесів, що впливає на результат виробничої, економічної діяльності» [5, с.468].

Якщо звернутися до точки зору В.І. Осіпова, який багато уваги приділив теоретичному та практичному аналізу факторів в економіці, то під фактором розуміються діючі сили, обставини, умови, вплив яких може призвести до змін рівня економічного показника [6, с.256].

На думку М. Портера, роботи якого вважаються класичними, фактор – це сила, яка здатна впливати на діяльність підприємства, його конкурентоспроможність та прибуток [7, с.155].

Під конкурентоспроможністю підприємства ми пропонуємо розуміти наявність індивідуальних особливостей, конкурентних переваг підприємства та можливостей їх використання в боротьбі за найбільш вигідні умови виробництва та збуту продукції з метою досягнення поставлених цілей [8, с.37].

Отже, проаналізувавши визначення поняття фактор та фактор конкурентоспроможності, виходячи з того, що назва економічної категорії складається з двох частин: «фактор» та «конкурентоспроможність підприємства», пропонуємо авторське визначення фактора конкурентоспроможності підприємства. Під фактором конкурентоспроможності підприємства ми розуміємо діючу силу, обставину, умову, вплив яких може призвести до змін в наявності особливостей, конкурентних переваг підприємства та можливостей їх використання в боротьбі за найбільш вигідні умови виробництва та збуту продукції.

Проаналізувавши визначення поняття фактор конкурентоспроможності підприємства, перейдемо до розгляду класифікацій факторів конкурентоспроможності підприємства, які пропонують вітчизняні та зарубіжні автори.

В. Грибов та В. Грузинов розподіляють фактори на три групи, а саме:

- техніко-економічні;
- комерційні;
- нормативно-правові.

Слід зазначити, що дана класифікація є дуже поширеною в науковому співтоваристві, наприклад, вчений А.І. Печонкін також поділяє фактори конкурентоспроможності підприємства на ті ж самі групи [9, с.10-13].

Техніко-економічні фактори, на думку вчених, включають в себе якість, витрати на експлуатацію або використання продукції чи послуг, витрати на виробництво, які залежать від наукомісткості виробництва, продуктивності та інтенсивності праці [3, с.157].

Комерційні фактори, на думку В. Грибова, В. Грузинова, а також А.І. Печонкіна, визначаються умовами реалізації продукції на ринку та включають в себе:

- кон'юнктуру ринку (гострота конкуренції, співвідношення між попитом та пропозицією товару, національними та релігійними складовими ринку);
- надання сервісу (наявність дистриб'юторської мережі, організацій технічного обслуговування та інших супутніх послуг);
- рекламу (наявність рекламних засобів впливу на споживача з метою формування попиту);
- імідж (популярність торгівельної марки, репутація підприємства).

Нормативно-правові фактори, на думку авторів, відображають вимоги технічної, екологічної безпеки використання продукції, патентно-правові вимоги. У разі невідповідності товару діючим на даний момент нормам та вимогам стандартів, законодавства, продукція не може бути реалізована на даному ринку [3, с.158].

На відміну від В. Грибова та В. Грузинова, А.І. Печонкін вважає, що конкурентоспроможність підприємства визначається конкурентоспроможністю його продукції. На думку А.І. Печонкіна, конкурентоспроможність продукції залежить від ряду обставин, які впливають на конкурентні переваги продукції, а, отже, і на конкурентні переваги підприємства, з чим можна погодитись, але лише частково. На нашу думку не лише конкурентоспроможність продукції впливає на конкурентоспроможність підприємства, а й багато інших складових, наприклад, організація збутової діяльності, фактори зовнішнього середовища та ін.

Таким чином, на думку В. Грибова та В. Грузинова, а також А.І. Печонкіна, всі фактори конкурентоспроможності підприємства можна розділити на три групи. Ми вважаємо, що класифікація факторів повинна бути більш широкою. Перш за все відсутній поділ факторів на зовнішні та внутрішні, також не розглядаються окремо фактори дальнього оточення, наприклад, вплив державних органів влади.

Розглянемо класифікацію факторів конкурентоспроможності М.В. Шеремета. Він класифікує фактори на зовнішні та внутрішні. При цьому до зовнішніх факторів М.В. Шеремет відносить:

- фактори виробництва, що впливають на формування конкурентної переваги підприємства впродовж всього його виробничого процесу (наявність інвестиційних можливостей, інноваційної технології виробництва, сильної науково-дослідної бази, висококваліфікованих кадрів);
- активність конкурентів;
- фактори попиту, наприклад, еластичність попиту, вимоги споживачів до якості продукції, інше;
- наявність споріднених та підтримуючих галузей в економіці України;
- дії Уряду;
- ступінь приватизації підприємств даної галузі;
- випадкові події [10, с.135-141].

Ми згодні із автором в тому, що до зовнішніх факторів конкурентоспроможності підприємства слід відносити активність конкурентів, фактори попиту, наявність споріднених галузей в Україні, дії Уряду. Але із віднесенням до зовнішніх факторів виробництва, що впливають на конкурентні переваги підприємства впродовж всього його виробничого процесу, а також фактору ступінь приватизації підприємств даної галузі, ми не можемо повністю погодитися. На наявність інвестиційних можливостей, інноваційної технології виробництва, сильної науково-дослідної бази, висококваліфікованих кадрів у великій мірі впливають дії самого підприємства. Ступінь приватизації підприємств, на нашу думку, взагалі не є фактором конкурентоспроможності, оскільки не має із конкурентоспроможністю підприємств сталої залежності. Введення ступеня приватизації підприємств даної галузі в якості фактора конкурентоспроможності підприємства є суперечним. Якщо ступінь приватизації і можна розглядати як фактор конкурентоспроможності підприємства, то лише в індивідуальному для кожного підприємства порядку.

Водночас М.В. Шеремет приводить наступну класифікацію внутрішніх факторів: ринкова ефективність, екологічна ефективність, ефективність витрат та ефективність менеджменту.

Під ринковою ефективністю він має на увазі максимально можливе задоволення потреб споживача шляхом наближеності до нього, пошуку переваг, інформаційного забезпечення. Наближеність підприємства до споживача означає наявність особистих контактів під час продажу продукції та інтенсивність обслуговування після продажу товару. Від здатності підприємства аналізувати цілі, стратегії, дії конкурентів та знаходити нові конкурентні переваги залежить його ринкова ефективність та конкурентоспроможність. Діяльність підприємства потребує надійної та швидкої системи інформування.

Необхідно відзначити, що вчений не виокремив у складі фактора «ринкова ефективність» такої складової як маркетингова діяльність, без якої в сучасних ринкових умовах жодне підприємство не може ефективно діяти.

Щоб налагодити тісний контакт зі споживачем продукції, необхідно мати відповідні навички, знання. Успішність маркетингової діяльності залежить не лише від добре розробленої стратегії, а й від її успішного впровадження, чим займається персонал підприємства. В сучасній економічній науці виділено окремий напрям – управління продажами. Існують різноманітні методи продажів, наприклад, метод «*SPIN*», розроблений дослідником проблем маркетингу Н. Рекхемом, який довів, що успішні продавці в процесі продажу задають клієнту на 63 % більше питань, ніж неуспішні. Причому, це не просто питання «навмання», а система питань, побудована в певній послідовності. Методика *SPIN*-продажів набуває популярності й в Україні [1, с.106].

Надалі у своєму дослідженні М.В. Шеремет розглядає ефективність витрат. Під цим поняттям він розуміє їх раціоналізацію, яка досягається під час оцінки вкладу кожної фази виробничого процесу у загальний процес створення продукції за допомогою суворого внутрішньовиробничого контролю та аналізу витрат. Можна погодитися з думкою автора, але слід зазначити, що процес раціоналізації витрат – це не лише суворий контроль та аналіз. Підприємству необхідно постійно зіставляти витрати, понесені для досягнення результату, із самими результатами та встановлювати зайві, марні витрати будь-яких ресурсів. Після чого ці надлишкові витрати треба намагатися зменшити.

Далі в дослідженні М.В. Шеремет розглядає екологічну ефективність підприємства. Під екологічною ефективністю автором розуміється не тільки мінімізація шкоди навколишньому середовищу, а й виробництво продукції з екологічно безпечної сировини, на що споживач сьогодні все частіше звертає свою увагу [10, с.135-141]. Необхідно відзначити, що ця проблема не є головною, проте з кожним роком уваги цьому приділяється більше, але не зовсім зрозуміло чому для описання зменшення шкоди навколишньому середовищу автор застосовує економічний термін ефективність. Адже під ефективністю в економіці прийнято розуміти співвідношення результатів (ефекту) із витратами (ресурсами), витраченими на досягнення вказаного результату (ефекту). Таким чином, під екологічною ефективністю можна розуміти зменшення заподіяної шкоди навколишньому середовищу, яка приходить на одиницю витрат підприємства на екологозахисні заходи.

Конкурентоспроможність підприємства також залежить від ефективності менеджменту, на рівень якого впливають особисті якості менеджерів: здатність розробляти та реалізовувати стратегію підприємства, пристосовуватись до змін зовнішнього середовища, інше. До цього фактору конкурентоспроможності слід відносити не лише вміння та успішність менеджменту, але і його структуру, склад.

Заслуговує уваги точка зору Д.Б. Станька, який в своїх наукових працях пропонує класифікувати фактори конкурентоспроможності підприємства не лише на внутрішні та зовнішні, а додати ще третю категорію – комплексні фактори. Розглянемо більш детально зовнішні та комплексні фактори із класифікації, запропонованої Д.Б. Станьком.

Зовнішні фактори Д.Б. Станько розподіляє на фактори прямої та непрямой дії. До факторів прямої дії автор відносить постачальників, споживачів, конкурентів. До факторів непрямой дії – міжнародні, політичні фактори, вплив Уряду, природно-екологічні. Щодо факторів прямої дії слід відзначити, що саме постачальники забезпечують виробничі потужності підприємства необхідною сировиною та іншими ресурсами. При цьому дії конкурентів, підвищення цін на сировину, несвоєчасність та недотримання умов поставки напряду знижує ефективність і, як наслідок, конкурентоспроможність організації.

До факторів комплексної дії Д.Б. Станько відносить такі фактори конкурентоспроможності підприємства як: науково-технічні, соціальні та інфраструктурні. Звернемо увагу на науково-технічні фактори. Внаслідок здійснення науково-технічного відкриття (непряма дія) та за умови його впровадження (пряма дія), підприємство зможе скоротити витрати на виробництво продукції [1, с.108].

Класик маркетингу М. Портер у своїх працях всі фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, пропонує систематизувати на основі трьох підходів. У рамках першого він пов'язує фактори конкурентоспроможності підприємства з факторами виробництва та представляє їх у вигляді декількох великих груп:

1. Людські ресурси – кількість, кваліфікація та вартість робочої сили.
2. Фізичні ресурси – кількість, якість, доступність та вартість ділянок, води, корисних копалин, лісових ресурсів, джерел гідроелектроенергії, рибальських угідь; кліматичні умови та географічне положення країни; базування підприємства.
3. Ресурс знань – сума наукової, технічної та ринкової інформації, що впливає на конкурентоспроможність товарів та послуг, зосередженої в академічних університетах, галузевих науково-дослідних установах, приватних лабораторіях, банках даних та інших джерелах.
4. Грошові ресурси – кількість та вартість капіталу, який може бути використано на фінансування промисловості, окремого підприємства.
5. Інфраструктура – тип, якість інфраструктури, плата за користування нею. Сюди відносять транспортну систему, систему зв'язку, поштові послуги, переказ платежів та коштів з банку в банк всередині та за межами країни, систему охорони здоров'я і культури, житловий фонд та його привабливість з точки зору проживання і роботи [7, с.178].

Основу другого підходу до класифікації факторів конкурентоспроможності підприємства, запропонованого М. Портером, складає ступінь їх спеціалізації. У відповідності з цим всі фактори поділяються на дві групи:

- загальні фактори, до яких відносяться система автомобільних доріг, дебетовий капітал, персонал з вищою освітою. Як правило, вони можуть бути використані в широкому спектрі галузей і дають підприємству переваги обмеженого характеру;

– спеціалізовані фактори включають в себе вузькоспеціалізований персонал, специфічну інфраструктуру, бази даних в певних галузях знань.

Ці фактори створюють більш значну довготривалу основу для забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Третій підхід М. Портера ґрунтується на розподілі факторів конкурентоспроможності підприємства за критерієм ступеня їх розвитку. За цим критерієм фактори конкурентоспроможності підприємства розділені на дві групи:

– основні фактори, що об'єднують природні ресурси, кліматичні умови, географічне положення країни, некваліфіковану та напівкваліфіковану робочу силу, дебетовий капітал;

– розвинені фактори, що включають в себе сучасну інфраструктуру обміну інформацією, висококваліфіковані кадри (спеціалісти з вищою освітою, фахівці в області персональних комп'ютерів) та дослідницькі відділи університетів, що займаються складними високотехнологічними дисциплінами.

Слід зауважити, що основні фактори існують об'єктивно або для їх створення потрібні незначні державні та приватні інвестиції. Важливіше значення для забезпечення конкурентоспроможності підприємства мають розвинені фактори як фактори більш високого порядку. Для їх подальшого розвитку потрібні значні, часто тривалі за часом вкладення капіталу та людських ресурсів. Крім того, необхідна умова створення розвинених факторів – це використання висококваліфікованих кадрів та високих технологій. Розвинені фактори часто будуються на базі основних факторів, які не є надійним джерелом конкурентоспроможності підприємства, але, в той же час, мають бути достатньо якісними, щоб на їх основі можна було створити родинні розвинені фактори [7, с.179].

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

На думку французьких економістів А. Олів'є, А. Дайана та Р. Урсі ключових факторів конкурентоспроможності підприємства має бути вісім:

1) концепція товару та послуги, на якій базується діяльність підприємства;

2) якість, що виражається у відповідності продукту високому рівню товарів ринкових лідерів та виявляється шляхом опитувань та порівняльних тестів;

3) ціна товару з можливою націнкою;

4) власні та позикові фінанси;

5) торгівля – з точки зору комерційних методів та засобів діяльності;

6) післяпродажне обслуговування, що забезпечує підприємству постійну клієнтуру;

7) зовнішня торгівля підприємства, що дозволяє йому забезпечувати кращі відносини з владою, пресою та громадською думкою;

8) передпродажна підготовка, яка свідчить про здатність підприємства не тільки передбачати запити майбутніх споживачів, але і переконати їх у своїх виняткових можливостях задовольнити ці потреби [11, с.284].

Французькі економісти приділили підвищену увагу факторам конкурентоспроможності підприємства, які описують післявиробничі етапи діяльності підприємства, а саме торгівля, зовнішня торгівля, після- та передпродажне обслуговування та підготовка. З одного боку, можна цілком погодитись із підкреслюванням особливої ролі збутової діяльності підприємства у загальних результатах, але з іншого, виділення цілих чотирьох факторів із восьми є дуже суперечливим. Також не зрозумілим є чому зовнішня торгівля, на думку авторів, повинна «забезпечувати кращі відносини з владою, пресою та громадською думкою»

Японський вчений Т. Коно виділяє п'ятирівневу ієрархію факторів конкурентоспроможності підприємства (рис.1) [12, с.229].

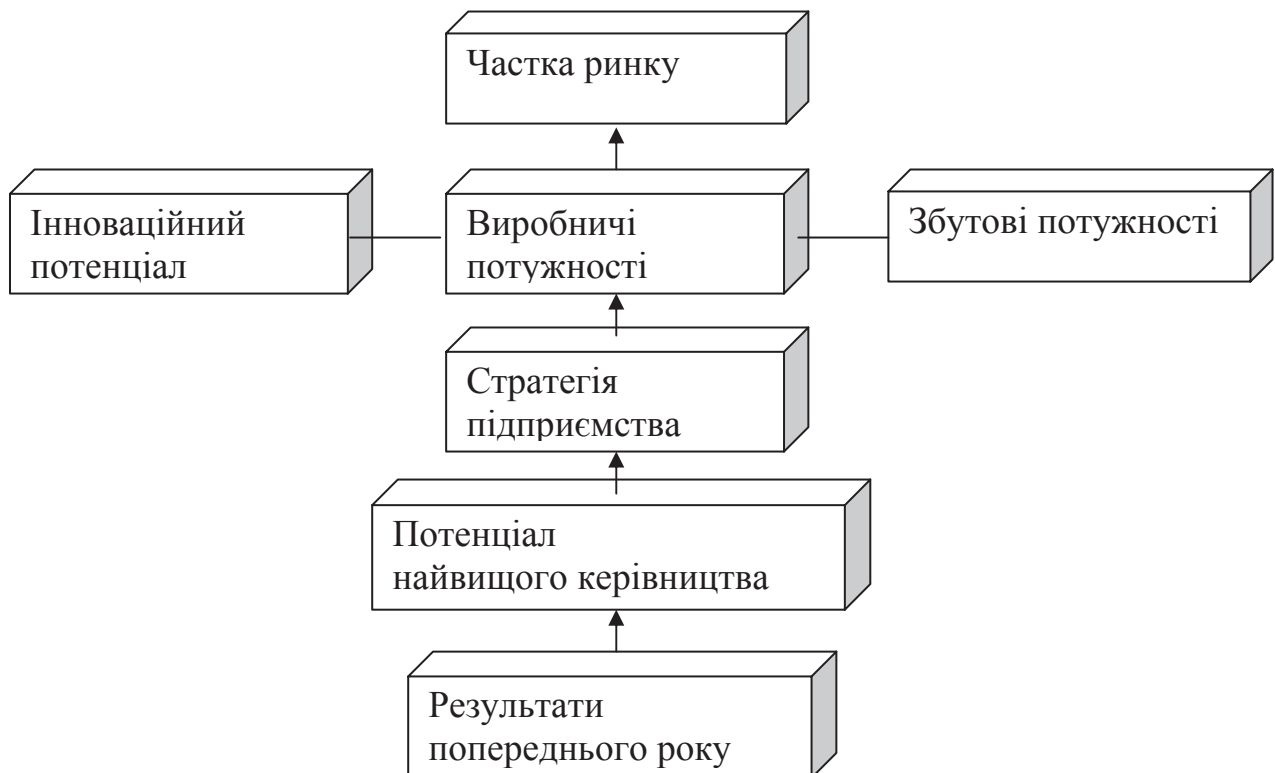


Рис. 1 – Фактори конкурентоспроможності промислових підприємств

Частка ринку (перший рівень) – мета та кінцевий результат менеджменту. На другому рівні ієрархії, на думку вчених, конкурентоспроможність повинна бути підкріплена здатністю до розвитку потенціалу виробничих, інноваційних та збутових потужностей підприємства. На третьому рівні ієрархії конкурентоспроможність визначається вибором стратегії підприємства. Стратегія конкурентної боротьби спрямована на поліпшення або збереження позицій підприємства

на ринку – частки ринку товарів, що ним продаються. Конкурентоспроможність на четвертому рівні ієрархії визначається здатністю вищого керівництва підприємства приймати такі рішення, які реалізують на практиці три зазначених вище рівні факторів конкурентоспроможності підприємства. П'ятий рівень представлений результатами діяльності підприємства в попередньому періоді. Тут, як вважають японські дослідники, особливо важливий прибуток підприємства як джерело ресурсів боротьби за ринок. У підсумку вони виводять наступну залежність: чим більше прибутку, тим вище конкурентоспроможність, а чим вище конкурентоспроможність, тим більше прибуток [12, с.285].

А.А. Томпсон-молодший та А.Дж. Стрікленд пропонують виділяти наступні, на їх думку, ключові фактори конкурентоспроможності підприємства:

- якість та характеристики продукції;
- репутація (імідж);
- виробничі потужності;
- використання технологій;
- дилерська мережа та можливості поширення;
- інноваційні можливості;
- фінансові ресурси;
- витрати в порівнянні з конкурентами;
- обслуговування клієнтів [11, с.285].

Таким чином, А.А. Томпсон-молодший та А.Дж. Стрікленд виділили особливу роль ресурсів підприємства, як факторів конкурентоспроможності підприємства. Підкресливши важливість матеріально-технічних ресурсів підприємства та джерел їх формування (виробничі потужності, використання технологій, інноваційні можливості, фінансові ресурси), автори обходять увагою такі важливі складові діяльності підприємства, як персонал і система управління підприємства.

Значний внесок у дослідження проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності підприємства внесли вітчизняні вчені. Є.П. Голубков пропонує при проведенні маркетингових досліджень для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовувати 16 показників-індикаторів результативності його діяльності, які він деталізує та доповнює за рахунок факторів конкурентоспроможності продукції та ефективності маркетингової діяльності підприємства. До даних факторів конкурентоспроможності підприємства він відносить імідж організації, концепцію та якість продуктів (рівень їхньої відповідності світовому рівню), сумарну ринкову частку головних видів бізнесу, потужність науково-дослідної, конструкторської та виробничої бази, рівень диверсифікації видів бізнесу, стабільність фінансово-економічного положення підприємства на ринку, маркетингову діяльність (реклама, рівень стимулювання збуту, глибина досліджень), рівень передпродажної підготовки та післяпродажного

обслуговування, політику організації у зовнішньому підприємницькому середовищі.

Всю сукупність факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, І.У. Зулькарнаєв і Л.Р. Ільєсова пропонують розділити на три групи: цілі, які ставить перед собою підприємство; ресурси, якими володіє підприємство; фактори зовнішнього середовища [11, с.286]. На нашу думку, необхідно розширити групу «цілі підприємства», запропоновану авторами, до рівня постановка цілей і планування, організація, контроль та аналіз їх досягнення. Іншими словами, необхідно оцінювати не стільки вміння ставити цілі, а вміння їх досягати.

Д. Хасбі констатує, що конкурентоспроможність підприємства обумовлюється якістю продукції, її ціною, просуванням продукції на ринки, потужністю збутової мережі. Практично повністю із Д. Хасбі згоден В.Л. Білоусов, який класифікує фактори конкурентоспроможності підприємства по окремих елементах комплексу маркетингу (продукт, ціна, доведення продукту до споживача, просування продукту на ринок або маркетингові комунікації), а також враховує ділову активність та ефективність діяльності організації [11, с.286].

В якості критеріїв, що визначають конкурентоспроможність підприємства, Н.К. Моїсеєва пропонує відносити критерій, що відображає в динаміці ступінь задоволення споживача та тимчасовий критерій ефективності виробництва. До основних факторів конкурентоспроможності підприємства І.В. Максимов відносить ефективність його виробничої діяльності, фінансовий стан, ефективність організації збуту та просування товару на ринку, конкурентоспроможність продукції [11, с.286].

А. Костін вважає, що фактори конкурентоспроможності підприємства можуть бути контрольовані та неконтрольовані; керовані та некеровані. Тобто в основу розподілу факторів на групи автор ставить ступінь їх керованості [1, с.110].

Класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства у різних авторів є дуже неоднорідною. При цьому можна відмітити, що за походженням всі автори класифікують фактори конкурентоспроможності підприємства на внутрішні і зовнішні. Внутрішні фактори – фактори, які за своїм походженням відносяться до самого підприємства, тобто вони можуть керуватися підприємством, їх реалізація можлива за рахунок ресурсів підприємства і вони впливають лише на конкурентоспроможність зазначеного підприємства. До внутрішніх факторів слід відносити наявність якісних ресурсів всіх видів, місце розташування, менеджмент та ін.

Зовнішні фактори – це сили, явища, обставини, які впливають на конкурентоспроможність окремого підприємства ззовні. Вони відрізняються тим, що підприємство не завжди може на них впливати, керувати ними. До цих факторів слід відносити дії Уряду, фактори попиту, активність конкурентів та ін.

Більш детально розглянемо зовнішні фактори конкурентоспроможності підприємства. У науці відсутнє стійке визначення зовнішніх факторів

конкурентоспроможності. Відсутня класифікація за ступенем їх важливості. Існують різні точки зору щодо належності факторів конкурентоспроможності до «ближнього» або «дальнього» оточення.

Навколишнє середовище кожної виробничої одиниці можна класифікувати на рівні. Високий ступінь впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства обумовлює зацікавленість до дослідження його зовнішнього оточення [11, с.58].

Існує велика кількість класифікацій, рівнів, на які вчені поділяють зовнішнє середовище. А.Т. Зуб запропонував класифікацію факторів зовнішнього середовища, що складається з чотирьох груп: політичні, правові, економічні, соціально-культурні. І.А. Бланк виділяє загальноекономічні, державні, ринкові, інші зовнішні фактори конкурентоспроможності [11, с.59].

Розширену класифікацію зовнішніх факторів конкурентоспроможності підприємства формує Д.В. Кокарєв:

- політико-адміністративні (відносини з владними структурами, можливість лобізму своїх інтересів та блокування інтересів конкурентів, рівень політичної стабільності та ін.);
- законодавчо-регулятивні (ліцензування, квотування, субсидування, екологічні обмеження та ін.);
- економічні (рівень розвитку економіки, темп зростання економіки, рівень інфляції, система оподаткування, стан торговельного балансу країни, загроза економічної кризи, співвідношення попиту та пропозиції, доступність кредитних ресурсів, динаміка валютних курсів, рівень безробіття та ін.);
- інституціональні фактори (інститут права власності, інститути пов'язані з людиною, наявність сектора неформальних норм економічної поведінки, інституційна надмірність та ін.);
- громадське середовище (діяльність екологічних організацій, організацій з захисту прав споживачів, засобів масової інформації, профспілок);
- конкуренція (кількість конкурентів на ринку, ринкова частка конкурентів, ступінь монополізації, ймовірність появи нових конкурентів, конкуренція в середовищі постачальників, споживачів, дистриб'юторів);
- науково-технічні фактори (імовірність появи нових технологій, патентно-ліцензійні відносини та ін.);
- природні або географічні (клімат, наявність природних ресурсів, рельєф місцевості та ін.);
- інфраструктурні (ринкова інфраструктура, зв'язок та інформація, транспорт, інші);
- соціально-демократичні та соціокультурні чинники (чисельність населення, темпи його зростання, міграція, статевовікова структура, релігія, культурні особливості, етнічні цінності, традиції, соціальна напруженість та ін.);

- міжнародні (геополітична політика держави, на території якого розташоване підприємство, близькість «гарячих точок», загальна економічна ситуація в світі, економічна політика країн, співтовариств, спілок, організацій, асоціацій та ін.);

- фактори кримінального походження (корупція, тіньова економіка, криміналізація суспільства, економічна організована злочинність, терористична загроза та ін.).

При цьому Д.В. Кокарев класифікує зовнішні фактори конкурентоспроможності на фактори мікро- та макросередовища.

Під мікросередовищем автор має на увазі середовище прямого впливу, до якого включає фактори безпосереднього впливу на підприємство: клієнти, постачальники, конкуренти, державне регулювання, діяльність муніципальних влад, профспілки, торгові асоціації. Це «ближнє» оточення підприємства.

Під макросередовищем він має на увазі сферу непрямого впливу, включає фактори, які не можуть безпосередньо впливати на операційну діяльність. Це «дальнє» оточення підприємства. До факторів «дальнього» оточення автор відносить макроекономічні чинники, вимоги законодавства, зміни у державній або регіональній політиці, соціальні та культурні особливості.

Вплив цих факторів ні в якому разі не можна ігнорувати, їх складніше виявити, але саме вони визначають тенденції, які з часом будуть впливати на чинники мікросередовища, іншими словами «ближнє» оточення [13, с.62].

Т.О. Фролова зовнішнє середовище підприємства також поділяє на макро- і мікросередовище. Під мікросередовищем вона розуміє «середовище прямого впливу на підприємство, яке створюють постачальники матеріально-технічних ресурсів, споживачі продукції (послуг), підприємства-конкуренти, державні органи, фінансово-кредитні установи, страхові компанії та інші» суб'єкти, з якими контактує підприємство.

Під макросередовищем автор розуміє чинники, що побічно впливають на підприємство та його мікросередовище. Воно включає природну, демографічну, науково-технічну, економічну, екологічну, політичну та міжнародну сфери [14, с.40].

Слід повністю підтримати твердження про вплив факторів макросередовища не тільки на підприємство, але й на чинники мікросередовища. Але в той же час не повністю можна погодитись з твердженням, що до факторів макросередовища відноситься міжнародне середовище. Слід врахувати, що воно є настільки багатогранним та широко представленим у факторах підприємств, які здійснюють діяльність на зовнішніх ринках, що виникає питання про виділення міжнародного середовища в окремий рівень факторів конкурентоспроможності на рівні з макро- та мікросередовищем.

Т.О. Фролова у своїх дослідженнях до змісту зовнішнього середовища підприємства відносить макросередовище, інфраструктуру та мікросередовище.

До факторів макросередовища автор відносить ті, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Це міжнародні чинники, а саме, кількість «гарячих точок» у світі, зміна тривалості життя населення, політичні, економічні, соціально-демографічні, правові, екологічні, науково-технічні фактори. Слід зазначити, що, так само як і в попередній, розглянутій нами градації зовнішніх факторів конкурентоспроможності макросередовища, автор не виділяє міжнародні чинники в окрему класифікацію.

До факторів інфраструктури вона відносить інфраструктуру регіону: ринкову інфраструктуру, охорону здоров'я, науку та освіту, культуру, торгівлю, громадське харчування, транспорт та зв'язок, будівництво, житлово-комунальне господарство, побутове обслуговування. Всі перераховані вище фактори інфраструктури регіону впливають на задоволення фізичних, духовних, моральних потреб населення регіону, в якому здійснює діяльність підприємство. Але в той же час слід зауважити, що кількість перерахованих чинників занадто велика, і представити у кількісному вираженні ступінь впливу кожного з цих факторів буде надзвичайно складно. Тому, на нашу думку, кількість факторів інфраструктури регіону слід зменшити, виділивши тільки ті, які безпосередньо відносяться до інфраструктури.

До факторів мікросередовища підприємства автор відносить конкурентів, постачальників та інших суб'єктів найближчого оточення підприємства (споживачі, контролюючі органи, профспілки, преса, податкове, зовнішньоекономічне законодавство, інше.) [14, с.40].

Проаналізуємо дослідження, яке провів В.В. Пехтерев. Автором розроблена комплексна класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства. За ознакою включення окремих факторів він виділяє конкурентоспроможність:

- екзогенну, яка забезпечується за рахунок зовнішніх по відношенню до менеджменту підприємства факторів економічної політики держави;

- ендогенну, яка забезпечується за рахунок реалізації внутрішнього потенціалу, внутрішньовиробничих чинників (техніка, персонал, менеджмент);

- системну конкурентоспроможність підприємства, яка забезпечується спільною дією як ендогенних, так і екзогенних факторів (власні конкурентні переваги посилюються за рахунок різних факторів, наприклад, державної підтримки) [15, с.14].

Слід відзначити наведену автором системну конкурентоспроможність. Дана концепція має право на існування, враховуючи важливість взаємодії органів влади та суб'єктів підприємницької діяльності будь-якої форми власності з метою підвищення їх конкурентоспроможності.

Далі В.В. Пехтерев наводить класифікацію екзогенних факторів, до якої включає:

- фактори міжнародної економічної співпраці (зовнішньо-торгівельна стратегія держави);

- фактори, що відносяться до національної промислової політики (політика держави у сфері регулювання промислової діяльності);
- фактори фінансово-кредитної державної політики (виділення бюджетних коштів на забезпечення національної економічної безпеки, в тому числі на реалізацію державних цільових програм в промисловій сфері);
- фактори антимонопольної державної політики (вплив антимонопольного законодавства, діяльність антимонопольних органів, конкурентна політика держави);
- фактори науково-технічної (інноваційної) політики держави (наявність та якість законодавства в сфері регулювання науково-технічної бази, стимулювання науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок);
- фактори соціальної політики держави (державна політика у сфері оплати праці, відтворення кадрів, розвитку професійної освіти) [15, с.16].

Слід зазначити, що серед зовнішніх факторів автор виділяє тільки фактори внутрішньодержавного масштабу та не бере до уваги міжнародні чинники, які можуть значно впливати на конкурентоспроможність підприємства, особливо в тих випадках, якщо воно навіть частково орієнтоване на зовнішні ринки збуту.

Класифікація ендогенних факторів Пехтерева В.В. виглядає наступним чином:

- фактори сфери реалізації (маркетингова діяльність);
- фактори сфери виробництва (виробнича інфраструктура, якість устаткування, інше);
- фактори науково-технічної сфери (наявність науково-технічного потенціалу, кількість співробітників, зайнятих у сфері НДДКР і т.д.);
- фактори організаційно-управлінської сфери (менеджмент підприємства, рівень оптимізації апарату управління, інше);
- фактори фінансово-економічної сфери (собівартість продукції, обсяг інвестицій, рівень капіталізації підприємства);
- фактори соціальної сфери (рівень кваліфікації персоналу, витрати на професійне навчання, рівень заробітної плати працівників, умови та охорона праці) [15, с.17].

Слід зазначити, що у вище зазначених класифікаціях факторів конкурентоспроможності підприємства відсутні чинники регіонального рівня, які значно відрізняються від загальнодержавних та суттєво впливають на конкурентоспроможність підприємства. Соціальні фактори, рівень залучення інвестицій в регіонах країни (областях, районах), рівень взаємодії місцевих органів влади з підприємствами можуть відрізнятися від показників інших регіонів, відповідно позначатися на конкурентоспроможності підприємств.

Таким чином, при оцінюванні конкурентоспроможності, поряд з внутрішніми факторами необхідно враховувати зовнішні фактори загальнодержавного та регіонального рівнів. Якщо підприємство орієнтоване

і на зовнішні ринки, в такому випадку необхідно враховувати фактори глобального рівня (міжнаціональні).

У всіх проаналізованих нами класифікаціях зовнішніх факторів конкурентоспроможності так чи інакше згадуються фактори, пов'язані з функціями держави або окремих органів влади, що говорить про їх виняткову важливість.

Фактори конкурентоспроможності промислових підприємств розділяються за великою кількістю ознак. Теж саме можна сказати і про склад зовнішніх факторів конкурентоспроможності підприємства.

Загальноприйнятої класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств не існує, однак практично всі вчені виділяють систему державного регулювання як один із зовнішніх факторів конкурентоспроможності.

З метою групування нами пропонується розділити зовнішні фактори конкурентоспроможності підприємства на групи за рівнями впливу та за територіальністю (рис. 2).



Рис. 2 – Класифікація зовнішніх факторів конкурентоспроможності

За рівнями впливу зовнішні фактори конкурентоспроможності ми пропонуємо групувати таким чином: мегарівень (неконтрольовані ні державою, ні підприємством – рівень «міжнаціональний»), макrorівень (контрольовані державою, неконтрольовані підприємством – рівень «національний»), мезорівень (контрольовані державою, прямий вплив на підприємство – рівень «внутрішньорегіональний»).

При класифікації факторів за територіальністю ми виділяємо глобальні чинники конкурентоспроможності, загальнодержавні фактори (чинники, вплив яких поширюється на рівні певної країни) та регіональні чинники (вплив яких поширюється на рівні певної території).

Розглянемо більш детально фактори конкурентоспроможності підприємства, які ми віднесли до мезорівня (контрольовані державою, наявність впливу підприємства – рівень «область, район, місто»).

Кожне підприємство розташоване на певній території, на якій діють певні процеси, сили, чинники соціального, економічного, культурного та інших характерів, які і є факторами мезорівня.

Яким би не було підприємство за обсягами виробленої, реалізованої продукції, чисельності персоналу, воно в будь-якому випадку піддається впливу, наприклад, культури, яка сформувалася в регіоні. З точки зору інфраструктури, підприємство може перебувати на території регіону з виходом до моря, чим забезпечується розвинена транспортна розв'язка, близькість портових потужностей. Якщо ведеться зовнішньоекономічна діяльність або існує необхідність поставки імпортової сировини, то по відношенню до виробників інших регіонів, підприємство має свою конкурентну перевагу. На рис.3 наведено класифікацію факторів мезорівня конкурентоспроможності підприємства.

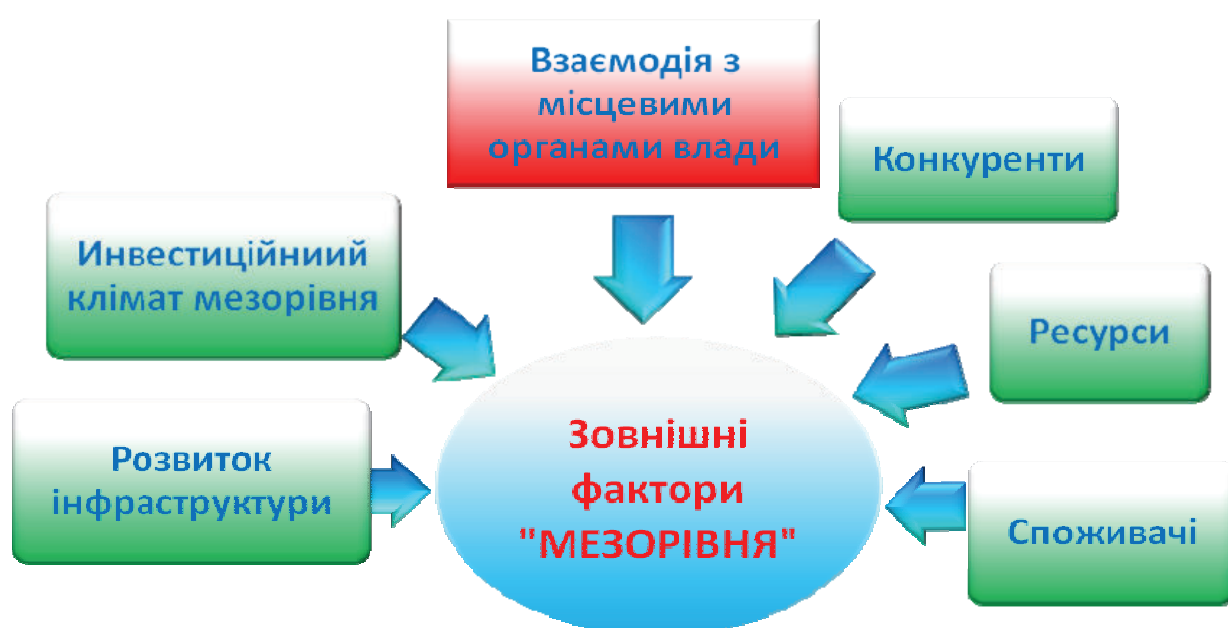


Рис. 3 – Класифікація зовнішніх факторів конкурентоспроможності підприємства мезорівня

Стисло розглянемо кожен з цих факторів. Рівень розвитку інфраструктури може бути представлений якістю автодорожньої (щільність автодоріг, кількість автодоріг категорії 1), залізничної (щільність шляхів, знос залізничного полотна), портової інфраструктур, якістю повітряних перевезень, електропостачання, рівнем розвитку Інтернет-мережі в регіоні (кількість Інтернет-користувачів на 100 жителів регіону).

Що стосується інвестиційного клімату, то його рівень розвитку можна представити, наприклад, показниками освоєних інвестицій, кількістю прямих іноземних інвестицій.

Фактор «Конкуренти» цікавий своїм різноманіттям та показниками, за якими він може бути представлений у кількісному вигляді. Наприклад, ступінь монополізації ринку, інтенсивність конкуренції на ринку, рівень

розвитку виробничих процесів на підприємствах регіону, збутова діяльність підприємств, рівень використання маркетингових інструментів, інше.

Фактор «Ресурси» теж багатогранний і може бути представлений різними показниками: рівень розвитку ринку ресурсів, кількість місцевих постачальників сировини, якість сировини, розвиток ринку праці (охоплення населення середньою та вищою освітою, кваліфікація кадрів, наявність кадрів з професійно-технічною освітою, наявність наукових та інженерних кадрів), фінансові ресурси (кредитні, інвестиційні), рівень ділової активності в регіоні, інше.

Фактор «Споживачі» є одним з найважливіших. Без наявності споживачів, їх бажання придбати товар, основна мета діяльності підприємства – отримання прибутку – буде недосяжною за будь-яких обставин. Вплив цього фактора на конкурентоспроможність підприємства може бути представлений купівельною спроможністю населення, вимогливістю покупців і т.п.

І, нарешті, розглянемо такий зовнішній фактор конкурентоспроможності підприємства як «Взаємодія з місцевими органами влади». Враховуючи важливість даного фактору, розглянемо його вплив та можливості більш детально. Насамперед відзначимо, що дії органів державної влади суттєво впливають на розглянуті нами вище фактори мезорівня. Вплив фактору «Взаємодія з місцевими органами державної влади» є вирішальним, навіть за умови, що показники решти факторів будуть на найвищому рівні.

Всебічне та повномасштабне забезпечення розвитку конкуренції є пріоритетним завданням держави [2]. Від регулювання ринкових відносин, ефективності дії антимонопольного законодавства, формування конкурентної політики залежить процес формування з боку держави середовища, в якому здійснюють економічну діяльність промислові підприємства всіх форм власності.

Держава впливає на формування економічного середовища за допомогою органів влади, які її уособлюють. Розглянемо місцеві органи державної влади та територіальні представництва центральних органів виконавчої влади, які представляють Державу в регіонах України.

Обласна державна адміністрація, обласна рада, державна податкова служба, митна служба, територіальне управління державної служби гірничого нагляду та промислової безпеки України, інспекція державного архітектурно-будівельного контролю, санітарно-епідеміологічна служба, державна екологічна інспекція, управління охорони навколишнього середовища, територіальне управління державного агентства земельних ресурсів України, інспекція з питань праці, управління Пенсійного фонду України – всі ці органи безпосередньо можуть тим чи іншим чином вплинути на поточну діяльність промислового підприємства, і, як наслідок, на його конкурентоспроможність.

Митна служба забезпечує створення сприятливих умов для поліпшення торгівлі, сприяння транзиту, збільшення товарообігу через митну територію

України [16]. Водночас можливі й затримки з «розмитненням» вантажів, підвищення митних зборів, що негативно впливає на виробничу діяльність підприємств.

Податкова служба керується Податковим кодексом України, який регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків та зборів, зокрема, визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження та обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства [17, с.5]. Метою діяльності промислових підприємств є отримання прибутку. Цей факт автоматично відносить підприємства до сфери впливу Податкового кодексу України, а, відповідно, і податкової служби. Як відомо, податкова служба, діючи в межах законодавства, може або створити лояльні умови для діяльності підприємств, або навпаки, практично заморозити їх діяльність.

Основними завданнями територіального управління державної служби гірничого нагляду та промислової безпеки України є участь у реалізації державної політики у сфері охорони праці, промислової безпеки, здійснення державного гірничого нагляду, належного поведження з вибуховими матеріалами промислового призначення, охорони надр в регіоні, здійснення державного нагляду за додержанням законів та інших нормативно-правових актів [18].

У відповідності з положенням Державна санітарно-епідеміологічна служба здійснює державний санітарно-епідеміологічний нагляд і контроль за дотриманням вимог санітарного законодавства органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, установами, організаціями незалежно від форм власності, фізичними особами та громадянами, реалізацією ними санітарних та протиепідемічних (профілактичних) заходів [19]. Контроль служба здійснює шляхом перевірок, результати яких можуть навіть зупинити діяльність підприємств.

Територіальне управління Держземагентства є органом державного агентства земельних ресурсів України. Основним завданням управління є реалізація державної політики у сфері земельних ресурсів, топографо-геодезичної та картографічної діяльності на ввіреній адміністративно-територіальній одиниці. Земля на сьогоднішній день є одним з найцінніших ресурсів, часто незалежно від її призначення [20]. Отже, діяльність даного територіального представництва державного органу влади є важливою і безпосередньо може вплинути на діяльність промислових підприємств усіх форм власності, в яких рано чи пізно виникає необхідність в оформленні права власності на певні ділянки землі (оформлення права власності на земельні ділянки, розширення виробничих площ, будівництво нових виробничих цехів, підрозділів, інше).

Промисловий комплекс являє собою десятки тисяч робочих місць в кожному регіоні і більше 2,5 млн. робочих місць в цілому по країні із середньою заробітною платою більше 3,5 тис. грн. Промисловість це –

величезні відрахування до бюджетів регіонів та державного бюджету, інвестиції, які забезпечують розвиток галузі та інноваційні види продукції, це збільшення показників експорту та імпортозаміщення. Створення режиму найбільшого сприяння для промислового комплексу має бути одним з головних завдань державних та місцевих органів влади.

Сьогодні в Одеській області існує перелік підприємств, розвитку поточної операційної та інвестиційної діяльності яких надається сприяння структурними підрозділами обласної державної адміністрації, територіальними підрозділами центральних органів виконавчої влади відповідно до вимог законодавства [21].

Якщо детальніше, то підприємствам, відповідно до чинного законодавства, надається сприяння при взаємодії з органами податкової, митної, екологічної служб, інших контролюючих органів. Це яскравий приклад успішної взаємодії влади з бізнесом. Наявність підприємства в зазначеному переліку є одним з факторів його конкурентоспроможності, який забезпечує значно кращі умови ведення господарської діяльності. Ряд підприємств Одеської області мають свої конкурентні переваги, які відсутні в інших [21]. Таким чином, владою створюються сприятливі умови для розвитку підприємств та підвищення їх конкурентоспроможності, в тому числі шляхом реалізації інвестиційно-інноваційних проектів в обмін на дотримання ряду вимог, переважно соціального характеру.

Подальшим напрямком досліджень може бути розробка показників, які характеризують вплив кожного з зовнішніх факторів конкурентоспроможності підприємства, а також що характеризують вплив на конкурентоспроможність підприємства регіональних органів влади.

ЛІТЕРАТУРА

1. Радулов Д. Д. Фактори конкурентоздатності підприємств / Д. Д. Радулов // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки : економіка, політологія, історія. – 2011. – № 3 (131). – С. 103-115.
2. III Форум України з питань конкуренції. Офіційна веб-сторінка. Вступне слово Першого віце-прем'єр-міністра України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://competition-ua.com>
3. Циганок О. О. Аналіз позиції підприємства в конкурентній боротьбі за методом конкурентних переваг / О. О. Циганок // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9(99). – С. 155-161.
4. Россіхіна О. Є. Основні фактори конкурентоспроможності підприємства // Вісник ЖДТУ. – 2008. – № 2(41). – С. 12-14.
5. Івченко А. О. Тлумачний словник української мови (13 вид.) / А. О. Івченко. – Харків : Фоліо, 2008. – 540 с.
6. Економіка підприємства : [Учеб.] / под ред. В. И. Осипова – Одесса : Маяк, 2005. – 720 с.

7. Портер М. Конкуренція : [пер. з англ.]. – Издат. дом «Вільямс», 2005. – 608 с.
8. Радулов Д. Д. Теоретичні аспекти визначення поняття конкурентоспроможності підприємства / Д. Д. Радулов // Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки : економіка, політологія, історія. – 2010. – № 14 (115). – С. 27-39.
9. Печонкін А. І. Класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства / А. І. Печонкін // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 3 (53). – С. 10-13.
10. Теория экономического анализа : [Учеб.] / под ред. М. И. Баканов, – Москва: Финансы и статистика, 2007. – 536 с.
11. Сысоева Е. А. Факторы конкурентоспособности предприятия : подходы и составляющие / Е. А. Сысоева // Экономические науки. Экономикаи управление. – 2010. – № 12 (73). – С. 283-287.
12. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий : пер. с англ. / Т. Коно. – М.: Прогресс, 1987. – 384 с.
13. Кокарев Д. В. Внешняя среда и конкурентоспособность предприятия / Д. В. Кокарев // Вестник ОГУ. – 2008. – № 81. – С. 58-63.
14. Т. А. Фролова. Экономика предприятия. Конспект лекций. – Таганрог, ТРТУ. – 2005. – 412 с.
15. Пехтерев В. В. Эндогенные и экзогенные факторы конкурентоспособности субъектов рынка : автореф. дис. к.э.н. – М., 2010. – 30 с.
16. Південна митниця. Офіційна веб-сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://customs.odessa.gov.ua>
17. Податковий кодекс України. – Фоліо. – Харків, 2011. – 274 с.
18. Територіальне управління Держгірпромнагляду в Одеській області. Офіційна веб-сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://www.dnopr-odessa.org.ua>
19. Законодавство України. Про Положення про Державну санітарно-епідеміологічну службу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://zakon2.rada.gov.ua>
20. Державне агенство земельних ресурсів України. Офіційна веб-сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://www.dazru.gov.ua>
21. Департамент економічного розвитку і торгівлі Одеської обласної державної адміністрації. Офіційна веб-сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://gue.odessa.gov.ua>

