

## ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ НА МІЖНАРОДНУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах існує тенденція посилення процесів глобалізації, що своєю чергою передбачає посилення конкуренції на національних та міжнародних ринках. Конкурентоспроможний рівень товарів, підприємств, галузей і країн показує готовність на певних рівнях задовольняти потреби покупця та конкурувати із суперниками.

Дослідженням проблем міжнародної конкурентоспроможності займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці як М. Портер, Р. Фатхутдінов, В. Блонська, М. Саєнко, М. Юдін, В. Гуляєв, Ю. Козак та багато інших. Дані наукові праці розкривають економічний зміст та складові конкурентоспроможності, фактори впливу, розроблено універсальні підходи до формування та управління конкурентоспроможністю. Поряд з цим актуальною проблемою залишається класифікація чинників з огляду на здійснюваний вид діяльності.

Перш за все фактор або чинник – умова, рушійна сила, причина будь-якого процесу, що визначає його характер або одну з основних рис.

Найбільш поширеним є виокремлення факторів міжнародної конкурентоспроможності, що ґрунтується на класифікаційних ознаках, які наведено у табл. 1.

Таблиця 1

### Класифікація факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Класифікаційна ознака	Групи факторів
Місце виникнення	- внутрішні - зовнішні
Сфера походження	- науково-технічні - організаційно-економічні - соціальні - екологічні - політичні
Характер чинника	- загальні - специфічні - індивідуальні
Тривалість дії	- постійні - тимчасові
Ступінь взаємообумовленості	- незалежні - похідні
Ступінь корисності	- стимулюючі - дестимулюючі
Роль у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності підприємства	- основні - другорядні

Джерело: [1, с. 92].

У свою чергу, фактори, що впливають на міжнародну конкурентоспроможність підприємства також поділяють на:

- економічні;
- управлінські;
- технологічні.

Економічні фактори при цьому можна розподілити на фінансові та маркетингові. За сферами управління можна виділяти такі види чинників:

- виробничі;
- маркетингові;
- кадрові;
- фінансові;
- у сфері постачання.

Виробничі чинники конкурентоспроможності – це такі технологічні особливості, які надають конкурентні переваги у порівнянні з конкурентами у собівартості продукції, якості, термінах і вигод виготовлення. Залежно від особливостей кожної галузі, в якій працює підприємство, частина цих чинників може бути невідконтрольна даному підприємству, адже їх поява або відсутність може спричинитися об'єктивними умовами, тобто не залежати від підприємства.

Маркетингові чинники конкурентоспроможності формуються і контролюються маркетинговими службами самого підприємства. Наявність маркетингових чинників залежить від політики підприємства та якості роботи працівників відділу маркетингу. Ці чинники можна класифікувати за видами маркетингової діяльності та за складовими комплексу маркетингу тощо.

Кадрові чинники конкурентоспроможності або конкурентоспроможність персоналу мають особливе значення, тому що лише при правильному управлінні та плануванні можна отримати максимальний прибуток та уникнути банкрутства. Кадрові чинники пов'язані із двома умовами, а саме кадровою політикою підприємства та наявністю персоналу необхідної кваліфікації.

Фінансові чинники конкурентоспроможності є дуже важливим показником, адже наявність цих чинників є передумовою для виникнення всіх інших елементів конкурентоспроможності аграрного підприємства. Вони визначаються нормами рентабельності підприємства та прибутковості продукції та інвестованого капіталу, а також наявністю початкових і поточних інвестицій та фінансовою політикою підприємства.

Чинники конкурентоспроможності у сфері постачання переважно мають тимчасовий характер. Ці чинники визначаються можливістю отриманням необхідної сировини та матеріалів вчасно за низькими цінами, з відтермінуванням платежів. Але такі самі умови постачання можуть отримати і конкуренти. Однак підприємства мають також можливість підписати ексклюзивні угоди на купівлю товарно-матеріальних цінностей або послуги на вигідних умовах, які створюють довгострокові конкурентні переваги для них.

З іншого боку усі фактори конкурентоспроможності підприємства можна поділити на дві групи: внутрішні та зовнішні. Внутрішні фактори конкурентоспроможності повністю контролюється підприємством. Наявність цих факторів залежить лише від якісної системи управління на підприємстві та ставлення до бізнесу його власників.

Існують різні підходи до виокремлення внутрішніх факторів міжнародної конкурентоспроможності. До внутрішніх факторів Н.Грицишин зараховує:

- діяльність керівництва та апарату управління підприємства, організація та виробнича структура, професійні та кваліфіковані рівень керуючих кадрів;

- система технологічного оснащення: оновлення устаткування та технологій, заміна і на сучасні забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва;

- сировина, матеріали, напівфабрикат, якість сировини, комплектність і перероблення та величина відходів впливають на конкурентоспроможність підприємства; зменшення виходу готової продукції із сировини приводить до збільшення витрат виробництва, і відповідно до зменшення прибутку;

- збут продукції: для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно здійснювати ефективний збут продукції, завоювати нові ринки, стимулювати здійснення продажу, вживати маркетингові заходи [2, с. 104-105; 3, с. 431- 434].

Зовнішні фактори міжнародної конкурентоспроможності підприємства є умовами, до яких повинно пристосовуватися підприємство, або лише частково підконтрольні йому. Серед таких умов виокремлюють: рівень конкурентоспроможності економіки, рівень конкурентоспроможності галузі, чинники зовнішнього макросередовища.

Серед вчених не сформовано єдиної думки стосовно класифікації зовнішніх факторів міжнародної конкурентоспроможності. Наприклад, наукові підходи О. Нефедова та Н. Грицицина представлено в таблиці 2.

**Таблиця 2**

**Класифікація зовнішніх факторів міжнародної конкурентоспроможності**

Класифікація О. Нефедова	Класифікація Н. Грицицин
економічні (податкова політика держави, інфляційні процеси); соціальні (кваліфікованості робочої сили, і чисельність); політичні (міжнародні конфлікти); природні фактори (вичерпність запасів окремих видів ресурсів); техногенні чинники (глобальне потепління тощо – це група глобальних зовнішніх чинників); зовнішні чинники мезорівня (підприємства-конкуренти, підприємства-контрагенти, споживачі та кредитно-фінансові установи).	діяльність державних владних структур, що включає фінансову та грошово-кредитну політику, законодавчі акти; господарську кон'юнктуру, що об'єднує ринок сировинних та матеріальних ресурсів, ринок трудових ресурсів, ринок засобів виробництва, ринок фінансових ресурсів; розвиток нових технологій, нових матеріалів та джерел енергії; параметри попиту, які об'єднують збільшення попиту на товари, які виробляють на підприємстві, дають змогу отримувати високий прибуток, а також зберігати конкурентоспроможність на ринку.

Джерело: [3, с. 435; 4, с. 212].

Таким чином, можна зробити висновки, що на міжнародну конкурентоспроможність підприємства впливає певний перелік факторів. Залежно від багатьох обставин, а саме: галузь функціонування підприємства, ступень його самостійності та інше, доцільним є вибір тієї чи іншої системи факторів міжнародної конкурентоспроможності. При цьому обґрунтований вибір факторів зможе сприяти формуванню додаткових конкурентних переваг підприємства.

**Список джерел:**

1. Александров І. О. Еволюція дефініції конкурентоспроможності продукції / І. О. Александров, Г. П. Бурук // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2010. – № 2. – С.89-99.
2. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія / Л. Л. Антонюк. – К.: КНЕУ, 2004. – С. 104-105.

3. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / Н. Грицишин // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2004. – Вип. 33. – С. 431-436.

4. Нефедова О.Г. Конкурентоспроможність в умовах зовнішніх змін / О. Г. Нефедова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – № 5., Т.2. – С. 212–215.