

Сироватко А.В., ст. гр. АТП-14-1д,  
Шляга О.В., к.е.н., доцент – науковий керівник

## **ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Запорізька державна інженерна академія, кафедра ЕП*

Можливість змагатися з підприємствами в ринковому середовищі формується індивідуально, під впливом деяких факторів. Більшість дослідників понять «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність підприємства» і «конкурентоспроможність продукції» визнають важливість аналізу факторів, що визначають їх рівень і розкривають їх сутність, а також відзначають неоднозначність даної категорії.

У своїй монографії [1] С. Савчук відзначає відсутність в науковій літературі чіткого визначення поняття «фактор конкурентоспроможності» і пропонує розуміти під ним довільну властивість економічного середовища або самого суб'єкта економіки, здатну впливати на процес і результати функціонування даного суб'єкта в конкурентному середовищі. Таким чином, пояснює автор, фактори конкурентоспроможності – це підмножина факторів життєздатності суб'єкта у конкурентному середовищі [1, с. 187].

Професор І. Ліфіц в своїй роботі [2] визначає фактор конкурентоспроможності, як безпосередню причину, наявність якої необхідна і достатня для зміни одного або декількох критеріїв конкурентоспроможності [2, с. 19].

Визначення поняття фактору конкурентоспроможності підприємства є базовим етапом дослідження рівня його конкурентоспроможності. Проблематика визначення фактору конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії знаходить відклик у формуванні кола факторних показників при аналізі конкурентоспроможності, впливаючи на його якість та, як слідство, доцільність досліджень взагалі.

В первинному вигляді фактори виступають як умови, обставини, рушійні сили економічних явищ і процесів. Але для їх кількісного вираження і аналізу їх впливу на результативний показник фактори необхідно представляти у вигляді конкретних економічних показників, які мають якісний зміст і можуть бути виражені кількісно.

Стосовно поняття конкурентоспроможності підприємства можна сказати, що фактор конкурентоспроможності підприємства – це умова, обставина, рушійна сила, під впливом якої формується і змінюється можливість підприємств змагатися на ринку з підприємствами, що задовольняють ту ж групу потреб. Дане визначення може бути транспоноване для будь-якого елемента, що бере участь в конкурентних стосунках, – товару, продукції, регіону, країни.

Для побудови функціонального аналізу рівня конкурентоспроможності підприємства особливу увагу слід приділити компонентам, що визначають цю величину, тобто – факторам, які доцільно розділяти на фактори «вищого рівня» (політичні орієнтири, рівень розвитку НТП, тенденції моди, етапи економічного циклу і рівень добробуту в країні), зовнішні (дії держави, продавців виробничих ресурсів, конкурентів, споживчі очікування) та внутрішні (виробничі технологічні, виробничі та невиробничі цінові; невиробничі маркетингові).

### **Література**

1. Савчук С.И. Основы теории конкурентоспособности / С.И. Савчук ; ИПРЭЭИ НАН Украины. – Мариуполь: Рената, 2007. – 520 с.
2. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: Учебное пособие для вузов / И.М. Лифиц ; Юрайт-Издат, 2004. – 335 с.
3. Літвінова В.О. Проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс] / В.О. Літвінова. – Режим доступу : <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2017/1/97.pdf>.

