

веде до встановлення диктаторських режимів, і саме тому середній клас в цілому розглядається як гарант політичної свободи [6, с. 22]. Проте не слід ідеалізувати цю функцію, про що нагадає роль середнього класу Німеччини 1930-х рр. у приході до влади А.Гітлера.

Підґрунтям виконання середнім класом функції політичного стабілізатора та носія соціал-демократичних принципів, є те, що по-перше, його проміжне, середнє положення всередині матеріально-майнової шкали свідчить про певні успіхи і досягнення людей, що належать до нього. Середній клас є причиною і умовою стабільності високо розвинутих країн, основним спадкоємцем суспільних відносин та носієм всієї системи цінностей.

Формування масового класу людей, які власною працею забезпечують задоволення своїх матеріальних і нематеріальних потреб, буде неминуче наближати класову структуру українського соціуму до того, яка раніше склалася на Заході й у цілому продемонструвала свою корисність і ефективність. Так, обстеження, проведене Центром Разумкова влітку 2008 року (напередодні впливу світової кризи на українську економіку) виявило, що серед 50,7% українців, які віднесли себе до представників середнього класу, 17,6% жителів України на сьогодні можна вважати представниками середнього класу за додатковими психологічними та майновими ознаками. Якщо ж вважати середній клас не лише економічною категорією, а й основним рушієм демократичних перетворень в країні, що передбачає його залучення до громадської діяльності, тоді до середнього класу в Україні можна зарахувати лише 2,6% громадян. [7, с. 7]

Висновки. Отже, з точки зору рушійної сили розвитку суспільства середній клас, перш за все, виступає як професійний і інтелектуальний капітал, як генератор НТП, а відповідно, економічного і суспільного прогресу. Постіндустріальне суспільство ґрунтоване на інформації та знаннях вимагає від працівників задіяних в господарських процесах не тільки першокласної освіти, але й творчих здібностей, підприємливості, готовності до пошуку нових способів виробництва. Якість отриманої професійної підготовки, підприємливість людини стали не тільки задатком його високого соціального статусу, але і умовою високого добробуту в новому господарському середовищі.

Література

1. Тихонова Н.Е., Горюнова С.В. Теоретико-методологические проблемы анализа среднего класса// SPERO. — 2008. — № 8. с. 29-42
2. Григорьев Л., Малева Т. Средний класс в России на рубеже этапов трансформации// Вопросы экономики. — №1, с. 47.
3. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество — природа, противоречия, перспективы: Учеб. Пособие для студентов вузов. — М.: Логос, 2000. — 304с.
4. Мельник Л.Ю., Корецький М.Х., Огаренко В.М. Економіка, власність і підприємництво. — Дніпропетровськ: Видавництво «Січ», 2001. — 612с.
5. Проблемы экономики переходного общества / Отв. ред.: В.М.Геец, Д.С.Львов. — Запорожье: ГУ «ЗИМГУ», 2004. — 386 с.
6. Титарчук М.О. Роль соціально-економічних факторів у формуванні «середнього» класу в Україні. — К.: Знання України, 2003. — 35 с.
7. Міщенко М. Середній клас: самовизначення в соціальній структурі суспільства // Національна безпека і оборона. — 2008. — № 7. — С.5-13.

УДК 338

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Кандидат економічних наук Козак Л.С.,
Тринєєва Е.Г.

В умовах ринкової економіки, можливість зростання є переважно тільки у конкурентоспроможних підприємств. У статті досліджено фактори конкурентоспроможності підприємства та розглянуто наукові підходи до визначення класифікації факторів конкурентоспроможності.

The article investigates factors of enterprise competitiveness and considers scientific approaches to notate. Also it offers new approach to classification of competitiveness factors.

Постановка проблеми. Метою статті є аналіз ключових факторів конкурентоспроможності підприємства. Під факторами конкурентоспроможності підприємства розуміють явища або процеси виробничо-господарської діяльності підприємства, які викликають зміни абсолютних та відносних витрат на виробництво та реалізацію продукції, а як результат — зміна рівня конкурентоспроможності підприємства. Вивчення факторів дає змогу визначити, наскільки вони сприяють або перешкоджають досягненню конкурентоспроможності підприємства.

Для визначення конкурентних переваг фірми на ринку необхідно виділити фактори, що впливають на можливість виграшу або програшу в конкурентній боротьбі. Крім того, аналіз факторів допомагає виявити сильні й слабкі сторони у діяльності підприємства та в роботі його конкурентів, розробити заходи й засоби, за рахунок яких підприємство змогло б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх, збільшити свою частку в продажах на конкретному товарному ринку. Фірми надають великого значення аналізу своїх сильних і слабких сторін для оцінювання реальних можливостей у конкурентній боротьбі й розробленні заходів і коштів, за рахунок яких фірма могла б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх на ринку.

Аналіз літературних джерел виявив, що в залежності від наукових поглядів автори по-разному відокремлюють комплекс факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств. Наукові основи класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств були закладені такими авторами, як А. Олів'є, А. Дайан, Р. Урсе, М. Портер, А. Ніколаєв, Н. Яшин тощо [3-4; 20]. Проте слід зазначити, що питання теорії і практики щодо конкурентоспроможності підприємств та класифікації факторів, що впливають на неї ще недостатньо вивчені й вимагають поглибленого дослідження.

Основна частина. Конкурентоспроможність підприємства визначається спільним впливом ряду факторів, як від безпосередньої діяльності підприємства, так від зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування. Ці фактори неоднакові за походженням, характером і рівнем впливу, у зв'язку з цим ефективно управління конкурентоспроможністю підприємств можливо за умови виявлення факторів і науково обґрунтованої класифікації.

Проведений аналіз економічної літератури з проблеми дослідження показав, що існують різні підходи до класифікації факторів конкурентоспроможності підприємства. Велику увагу проблемі виявлення ключових факторів успіху в конкурентній боротьбі приділили А.А. Томпсон-мол. і А.Дж. Стрікланд. На їх думку, ключові фактори успіху (КФУ) — «це ті дії з реалізації стратегії, конкурентні можливості, результати діяльності, які кожна фірма повинна забезпечувати (або прагнути до цього), щоб бути конкурентоспроможною й домагатися фінансового успіху. КФУ — це ті фактори, яким фірма повинна приділяти особливу увагу, тому що вони визначають успіх (або провал) фірми на ринку, її конкурентні можливості, що безпосередньо впливають на її прибутковість» [5]. У зв'язку з цим найважливішим аналітичним завданням підприємства є визначення цих ключових факторів успіху з урахуванням переважних і прогнозованих умов розвитку країни або секторів економіки.

Професор Гарвардського університету М. Портер пропонує ділити всі фактори конкурентоспроможності підприємства на кілька типів [4]. По-перше, на основні та розвинуті фактори. Основними факторами є природні ресурси, кліматичні умови, некваліфікована та напівкваліфікована робоча сила, дебетний капітал тощо. Розвинуті фактори — сучасна інфраструктура обміну інформацією на підприємстві, висококваліфіковані кадри і дослідні 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 Портером — розподіл факторів конкурентоспроможності на природні і штучно створені. Природні включають 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 і зовнішні [3]. Така сама класифікація факторів наведена в праці Н. Яшина [6]. Під зовнішніми факторами дослідник розуміє, по-перше, заходи державного економічного й адміністративного впливу на виробника, по-друге, основні характеристики ринку діяльності підприємства (його тип, місткість, наявність і можливості конкурентів,

забезпеченість, склад і структура трудових ресурсів). По-третє, діяльність суспільних і недержавних інститутів, політичних партій, рухів, блоків.

До внутрішніх факторів Н. Яшин відносить 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 [2].

Зовнішні — 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 відносяться ті фактори, на які в

підприємства відсутні засоби і способи впливу. Можна відзначити, що зовнішні фактори зазвичай є некерованими і неконтрольованими. Внутрішні — найчастіше контрольовані і керовані. О. Філатов розподілив фактори, що впливають на конкурентоспроможність, на інтегральні і 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, відносяться законодавчі, правові, транспортні, а для внутрішнього середовища — нормативні, науково-технічні та виробничі [8].

Підбиваючи підсумки щодо класифікації факторів на зовнішні і внутрішні різних авторів, варто відзначити, що вони мають багато спільного, а різняться, в основному, за рівнем деталізації.

О. Кравченко класифікує фактори конкурентоспроможності підприємства залежно від конкурентного рівня: макро-, мезо- і мікрорівневі фактори [7].

Незважаючи на значну кількість підходів до класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств, доцільно запропонувати новий підхід. Фактори можна поділити на три групи: техніко-економічні, комерційні та нормативно-правові.

Техніко-економічні фактори включають: якість, продажну ціну 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, і включають:

- 1) 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);
- 2) сервіс (наявність дилерсько-дистрибуторських пунктів виробника і станцій обслуговування в регіоні покупця, якість технічного обслуговування, ремонту та інших послуг);
- 3) рекламу (наявність і дієвість реклами й інших засобів впливу на споживача з метою формування попиту);
- 4) імідж фірми (популярність торговельної марки, репутація фірми, компанії, країни). 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). У випадку невідповідності товару чинним у розглянутий період на конкретному ринку нормам і вимогам, стандартам і законодавству товар не може бути проданий на цьому ринку.

В свою чергу ці ж фактори можна поділити на внутрішні і зовнішні. До внутрішніх відносяться:

- а) інноваційний, виробничий та фінансовий потенціал;
- б) якість і ціна товару;
- в) сервіс, реклама й імідж фірми;
- г) конкурентоспроможність продукції / послуг;
- д) витрати на експлуатацію або споживання продукції / послуг.

До зовнішніх:

- кон'юнктура ринку;
- конкурентне середовище;
- нормативно-правові та патентні вимоги і стандарти.

Розглянуті фактори і формують систему, що забезпечує конкурентоспроможність продукції і, відповідно, організації в цілому. Значення кожного окремого фактора різне залежно від ринку, характеру конкуренції, стадії життєвого циклу товару тощо. Слід зазначити наявність певного взаємовпливу та взаємозв'язку розглянутих факторів. Впливаючи на конкурентоспроможність продукції, фактори приводять до зміни один одного.

Управління конкурентоспроможністю передбачає вжиття ряду заходів для систематичного вдосконалювання якості продукції, відображає здібність бути гнучкими, адаптуватись до постійних змін зовнішнього середовища, пошук нових каналів її збуту, нових груп покупців, шляхів поліпшення сервісу, реклами.

Висновки. Виходячи з розглянутої вище концепції конкурентоспроможності підприємства і критичного аналізу наведених класифікацій, розуміння під чинниками конкурентоспроможності підприємства можна розуміти рушійну силу або причину процесу, запропоновано класифікувати фактори конкурентоспроможності підприємств на техніко-економічні, комерційні і нормативно-правові на основі розподілу факторів конкурентоспроможності на внутрішні та зовнішні. Виокремлені фактори дали змогу виділити три основні групи параметрів, які суттєво впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств.

Література

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. — М. : Топография : Новости, 2000. — 256 с.
2. Костин А.В. Конкурентоспособность и ее формирование в переходной экономике : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А.В. Костин. — Казань, 2003. — 145 с.
3. Костусев О.О. Конкурентна політика в Україні : монографія / О.О. Костусев. — К. : КНЕУ, 2004. — 310 с.
4. Николаев А.Ю. Механизм управления конкурентоспособностью предприятия как основа его экономического развития : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А.Ю. Николаев. — М., 2003. — 170 с.
5. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ. под ред. В.Д. Щетинина]. — М. : Междунар. отношения, 1993.
6. Томсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томсон, А.Дж. Стрикленд. — М., 1998. — С. 151.
7. Яшин Н.С. Исследование конкурентоспособности промышленного предприятия: Методология и опыт : дисс. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Н.С. Яшин. — Саратов, 1997. — 273 с.
8. Кравченко О.В. Проблемы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия / О.В. Кравченко, Е.В. Максимова. — Саратов, 2000. — С. 12-13.
9. Филатов О.К. Проблема повышения уровня конкурентоспособности продукции предприятий / О.К. Филатов // Пищевая промышленность. — 1999. — № 3. — С. 30.

УДК 339.187.62:65.012.124

МЕТОДИКА ВИБОРУ ПІДПРИЄМСТВОМ ВИДІВ ЛІЗИНГОВИХ УГОД

Панченко Р.П.

В статті коротко розглянуто методики вибору підприємствами прийняттого виду лізингової угоди, основними елементами якої є економічно обґрунтовані складові лізингового платежу. Вони є запорукою ефективного визначення і проведення лізингових операцій та розрахунку їх загальної економічної ефективності.

In the article are shortly overviewed methods of choice of acceptable type of leasing agreements the main elements of each are economically grounded parts of leasing payments. They are the mortgage of effective determination and lead through of leasing operations and counting their common economical effectiveness.

Вирішальним етапом при прийнятті рішення суб'єктами господарювання щодо оновлення основних засобів виробництва на основі лізингової угоди є загальна оцінка його економічної ефективності. Особливе значення при цьому має вибір основних методологічних та методичних підходів.