

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

©2018 ШЕВЧЕНКО І. Ю.

УДК 338.1

Шевченко І. Ю. Фактори конкурентоспроможності підприємств автомобілебудівної галузі

Метою статті є виявлення факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудівної галузі. У статті із застосуванням монографічного та історичного методів здійснено огляд підходів науковців до виявлення факторів конкурентоспроможності підприємств. Розглянутий теоретичний базис було використано для формування первісного переліку з 95 факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудування. Даний перелік було запропоновано експертній групі у складі 15 респондентів, які здійснюють професійну діяльність у сфері виробництва та продажу автомобілів. Розроблено класифікацію факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудівної галузі, яка відрізняється від уже наявних у науковій літературі такими рисами: гібридним характером класифікації; відповідністю класифікації попередньо розробленій автором сферичній моделі формування конкурентоспроможності підприємств автомобілебудівної галузі на ринку продажу автомобілів; синтезом теоретичного базису наукових праць учених-економістів і практичного досвіду управлінських працівників у сфері виробництва та реалізації автомобілів.

Ключові слова: конкурентоспроможність, автомобілебудування, ринок продажу автомобілів.

Табл.: 2. **Формул.:** 4. **Бібл.:** 13.

Шевченко Інна Юрївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва, Харківський національний автомобільно-дорожній університет (вул. Ярослава Мудрого, 25, Харків, 61002, Україна)

E-mail: shevchenko.khnadu@gmail.com

УДК 338.1

UDC 338.1

Шевченко И. Ю. Факторы конкурентоспособности предприятий автомобилестроительной отрасли

Целью статьи является выявление факторов конкурентоспособности предприятий автомобилестроительной отрасли. В статье с применением монографического и исторического методов осуществлен обзор подходов ученых к выявлению факторов конкурентоспособности предприятий. Рассмотренный теоретический базис был использован для формирования первоначального перечня из 95 факторов конкурентоспособности предприятий автомобилестроения. Данный перечень был предложен экспертной группе в составе 15 респондентов, которые осуществляют профессиональную деятельность в сфере производства и продажи автомобилей. Разработана классификация факторов конкурентоспособности предприятий автомобилестроительной отрасли, которая отличается от уже имеющихся в научной литературе следующими чертами: гибридным характером классификации; соответствием классификации предварительно разработанной автором сферической модели формирования конкурентоспособности предприятий автомобилестроительной отрасли на рынке продажи автомобилей; синтезом теоретического базиса научных трудов ученых-экономистов и практического опыта управленческих работников в сфере производства и реализации автомобилей.

Ключевые слова: конкурентоспособность, автомобилестроение, рынок продажи автомобилей.

Табл.: 2. **Формул.:** 4. **Библ.:** 13.

Шевченко Инна Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет (ул. Ярослава Мудрого, 25, Харьков, 61002, Украина)

E-mail: shevchenko.khnadu@gmail.com

Shevchenko I. Yu. The Factors of Competitiveness of Enterprises of Automotive Industry

The article is aimed at identifying factors of competitiveness of automotive industry enterprises. In the article, making use of monographic and historical methods, a review of approaches of scholars to identification of factors of competitiveness of enterprises is carried out. The considered theoretical basis was used for formation of the initial list of 95 factors of competitiveness of automotive enterprises. This list was proposed to an expert group consisting of 15 respondents who carry out professional activities in the sphere of production and sale of cars. A classification of factors of competitiveness of enterprises of automotive industry is developed, which differs from the already existing in scientific literature by the following features: hybrid character of classification; conformity of the classification with the preliminary developed by the author spherical model of formation of competitiveness of enterprises of automotive industry in the car sales market; synthesis of theoretical basis of scientific works of scholars-economists and practical experience of management workers in the sphere of production and sale of automobiles.

Keywords: competitiveness, automotive industry, car sales market.

Tbl.: 2. **Formulae:** 4. **Bibl.:** 13.

Shevchenko Inna Yu. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv National Automobile and Highway University (25 Yaroslava Mudroho Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: shevchenko.khnadu@gmail.com

Стратегічно важливою підгалуззю машинобудування в Україні є автомобілебудування, основу якого складають легкове автомобілебудування, вантажне автомобілебудування та автобусобудування. Ні для кого не є секретом, що нині вітчизняний автопром переживає скрутні часи застарівання матеріально-технічної та техніко-технологічної баз виробництва, браку кваліфікованих кадрів, нестачі фінансових ресурсів і, як наслідок, втрати конкурентних позицій на ринку продажу автомобілів.

За таких умов актуалізується необхідність проведення досліджень у напрямку розроблення термі-

нових і ефективних заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємств автомобілебудівної галузі. Розроблення заходів з покращення конкурентного статусу вітчизняних автовиробників видається неможливим без розуміння тих факторів, які визначають конкурентоспроможність автомобілебудівних підприємств, перш за все, на національному ринку продажу автомобілів.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Проблематиці виявлення факторів конкурентоспроможності підприємств приділено увагу в багатьох працях вітчизняних учених, серед яких Богацька Н. М. [9],

Гузар Б. С. [4], Другова О. С. [5], Кузьменко М. М. [9], Кузьмін О. Є. [2], Літвінова В. О. [3], Малик О. В. [10], Мельник О. Г. [2], Нападовська Л. А. [6], Осовська Г. В. [1], Романко О. П. [2], Сікетіна Н. Г. [7], Собко О. Ю. [8], Стахова М. В. [10], Фатхутдінов Р. А. [1], Цикалюк О. С. [4], Шульгіна Л. М. [8] та інші науковці.

Огляд підходів зазначених учених до ідентифікації та класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств представлений у *табл. 1*.

Утім, у вітчизняній науковій економічній літературі практично не приділено уваги виявленню факторів, які зумовляють конкурентоспроможність підприємств саме автомобілебудівної галузі. Тому метою статті є виявлення факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудівної галузі.

Розглянутий теоретичний базис підходів до виділення та класифікації факторів, які визначають конкурентоспроможність підприємств (див. *табл. 1*), було використано для формування первісного переліку 95 факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудування.

Даний перелік було запропоновано експертній групі у складі 15 респондентів (кількість респондентів обґрунтовано необхідністю виконання критерію Райхмана – Азгальдова), які здійснюють професійну діяльність у сфері виробництва та продажу автомобілів. Експертам було запропоновано оцінити важливість факторів за силою впливу на конкурентоспроможність автомобілебудівних підприємств за 5-бальною шкалою, де: 5 балів – фактор здійснює дуже сильний вплив, 4 бали – фактор здійснює сильний вплив, 3 бали – фактор здійснює помірний вплив, 2 бали – фактор здійснює слабкий вплив, 1 бал – фактор здійснює дуже слабкий вплив, 0 балів – фактор не здійснює жодного впливу.

Дані оціночних листів, перш за все, вказали на достатньо якісне первісне формування вибірки факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудування, запропонованої експертам для бального оцінювання: так, у результаті (за значенням середнього балу) жоден з обраних для дослідження факторів не був визнаний респондентами як такий, що: 1) не здійснює жодного впливу, 2) здійснює дуже слабкий вплив, 3) здійснює слабкий вплив на конкурентоспроможність вітчизняних автовиробників. Натомість із 95 факторів, запропонованих експертам для бального оцінювання, визнані: 1) такими, що здійснюють дуже сильний вплив на конкурентоспроможність автомобілебудівних підприємств, – 40 факторів; 2) такими, що здійснюють сильний вплив на конкурентоспроможність автомобілебудівних підприємств, – 38 факторів; 3) такими, що здійснюють помірний вплив на конкурентоспроможність автомобілебудівних підприємств, – 17 факторів.

Ступінь узгодженості думок експертів традиційно оцінюється через розрахунок коефіцієнта конкордації Кендалла [11]:

$$K_{\text{конк.}} = \frac{\sum_{j=1}^n d^2}{\frac{1}{12} \left[m^2(n^3 - n) - m \sum_{i=1}^m T_i \right]}, \quad (1)$$

де d^2 – сума квадратів відхилень сум рангів факторів від середньої суми рангів факторів;

m – чисельність експертів в експертній групі (15);

n – кількість факторів, що оцінюються експертами (95);

T_i – показник зв'язаності рангів факторів за результатами експертного оцінювання.

За результатами розрахунків коефіцієнт конкордації Кендалла буде складати:

$$K_{\text{конк.}} = \frac{10701514}{\frac{1}{12} \left[15^2(95^3 - 95) - 15 \cdot 1908516 \right]} = 0,78. \quad (2)$$

Отримане значення коефіцієнта конкордації Кендалла є більшим за 0,7, що вказує на наявність узгодженості думок експертів.

Статистична значимість коефіцієнта конкордації Кендалла перевіряється за χ^2 -критерієм Пірсона:

$$\chi_p^2 = \frac{\sum_{j=1}^n d^2}{\frac{1}{12} \left[mn(n+1) - \frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^m T_i \right]}. \quad (3)$$

Тоді розрахункове значення χ^2 -критерію Пірсона дорівнює:

$$\chi_p^2 = \frac{10701514}{\frac{1}{12} \left[15 \cdot 95 \cdot (95+1) - \frac{1}{95-1} \cdot 1908516 \right]} = 1102,334. \quad (4)$$

Розрахункове значення χ^2 -критерію Пірсона є більшим за його табличне значення для 95 – 1 ступенів свободи: при довірчій ймовірності $P = 0,95$ $\chi_{\text{табл.}}^2 = 113,145$, при $P = 0,99$ $\chi_{\text{табл.}}^2 = 124,116$ [12].

Відповідно, отриманий коефіцієнт конкордації Кендалла є статистично значимим. Тим самим, результати експертного оцінювання факторів конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств можемо вважати достовірними.

Наступним етапом дослідження є розподілення зазначених факторів за класифікаційними групами та, отже, розроблення класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудівної галузі.

У науковій літературі дослідниками пропонуються різні підходи до розподілення факторів конкурентоспроможності підприємств по групах за певними класифікаційними ознаками. Найбільшу популярність отримали три підходи: 1) класифікація факторів конкурентоспроможності підприємств за їх походженням відносно підприємства: як правило, вчені

Огляд підходів до виявлення факторів конкурентоспроможності підприємств

Автор (-и)	Рік	Фактори конкурентоспроможності підприємств
1	2	3
Фатхутдінов Р. А., Осовська Г. В. [1]	2009	<i>Зовнішні фактори:</i> рівень конкурентоспроможності країни; рівень конкурентоспроможності галузі; рівень конкурентоспроможності регіону; рівень конкурентоспроможності організації, що випускає товар; сила конкуренції на виході системи; серед її конкурентів; сила конкуренції на вході системи; серед постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих виробів і інших компонентів; сила конкуренції серед товарів-замінників; поява нових потреб; рівень організації виробництва, праці і управління у посередників і споживачів товарів; активність контактних аудиторій. <i>Внутрішні фактори:</i> патентоспроможність конструкції товару; раціональність організаційних і виробничих структур системи; конкурентоспроможність персоналу системи; прогресивність інформаційних технологій; прогресивність технологічних процесів і устаткування; науковий рівень системи управління; обґрунтованість місії системи
Кузьмін О. Є., Мельник О. Г., Романко О. П. [2]	2011	<i>Фактори зовнішнього середовища прямої дії:</i> діяльність державних органів влади усіх рівнів; сприятлива національна та іноземна законодавчі бази; характеристики та переваги конкурентів; смаки, уподобання та потреби споживачів; пропозиції та умови постачальників; розвиненість ринкової інфраструктури; сприятливість законодавчої бази; вимоги профспілок. <i>Фактори зовнішнього середовища непрямої дії:</i> науково-технічний прогрес; міжнародні події та міжнародне оточення; політичні обставини; соціально-культурні обставини; військові дії; особливості міжнародних економічних відносин. Фактори внутрішнього середовища: наявність висококваліфікованого персоналу на усіх рівнях та ланках; сучасні технічні засоби та технології; система менеджменту підприємства і використання сучасних управлінських технологій; система маркетингу підприємства; наявність належного фінансового забезпечення діяльності; параметри продукції; ресурсоекономічність та економічна ефективність виробництва
Літвінова В. О. [3]	2011	<i>Зовнішні фактори:</i> державне регулювання, дії конкурентів, дії продавців виробничих ресурсів і споживчі очікування. <i>Внутрішні виробничі фактори:</i> технологічні (конструкційний набір функціональних характеристик, якість сировини, технічний рівень і стан устаткування, кваліфікаційний рівень працівників, якість управління і контролю, рівень організації виробництва, відповідність нормам, стандартам) та цінові. <i>Внутрішні невиробничі фактори:</i> цінові та маркетингові (прийоми і методи просування товару, обсяг і якість сервісних послуг, умови оплати, формування іміджу, впізнаваності, інформативності товару)
Гузар Б. С., Цикалюк О. С. [4]	2012	<i>Внутрішні фактори:</i> репутація, організаційно-виробнича діяльність, кваліфікація персоналу, ефективність використання ресурсного потенціалу, система управління конкурентоспроможністю підприємства. <i>Зовнішні фактори:</i> державне регулювання економіки, митна і соціальна політика, інтеграційні процеси, стан фінансової системи, рівень розвитку інформаційних технологій, інвестиційний клімат в державі і галузі, стан і структура ринку, ємність ринку, вимоги споживачів
Другова О. С. [5]	2013	<i>Зовнішні фактори (фактори макросередовища):</i> економічні, правові, технологічні та соціокультурні. <i>Внутрішні фактори (фактори мікросередовища):</i> рівень конкуренції в сегменті машинобудування, вплив постачальників та споживачів на розвиток підприємств машинобудування, особливості взаємодії з органами управління на місцевому рівні, контактні аудиторії
Нападовська Л. А. [6]	2013	Інновації, технології, якість, маркетинг, ціна, доступ до нових ринків, доступ до капіталу та сировини, підприємницький дух, мобільність
Сікетіна Н. Г. [7]	2014	<i>Якісні фактори:</i> призначення, технічні характеристики, довговічність, ремонтпридатність, ергономічність, екологічність і дизайн продукції. <i>Цінові фактори:</i> собівартість продукції, прибуток і знижки з ціни підприємства. <i>Нецінові фактори:</i> імідж підприємства, імідж товару, перед- і післяпродажні послуги підприємства, диференціювання продукції відносно сегментів ринку, сприйнятливості підприємства до нововведень, інноваційний характер диференціації продукції. <i>Логістичні фактори:</i> закупівельна логістика, транспортна логістика, складська логістика та розподільча логістика

ЕКОНОМІКА ПРОМИСЛОВОСТІ

Закінчення табл. 1

1	2	3
Шульгіна Л. М., Собко О. Ю. [8]	2016	<p><i>Фактори макрорівня:</i> конкурентоспроможність економіки країни в цілому та імідж держави на міжнародній арені; політичні фактори; якість державного регулювання; правові фактори; економічні фактори; науково-технічний потенціал; розвиток інфраструктури; природно-географічні фактори; соціокультурні фактори.</p> <p><i>Фактори мезорівня:</i> конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість галузі або регіону; наявність вхідних бар'єрів; доступність ресурсів, їх вартість; наявність регіональних програм підтримки бізнесу та їх дієвість; рівень розвитку регіональної інфраструктури; наявність та дієвість спеціальних економічних зон та інші.</p> <p><i>Фактори мікрорівня:</i> фактори конкурентоспроможності потенціалу підприємства та фактори конкурентоспроможності продукції</p>
Кузьменко М. М., Богацька Н. М. [9]	2017	<p>«Продукт» (рівень якості продукції, її унікальність, зручність у використанні), «ціна» (рівень ціни порівняно з конкурентами, система знижок, форма оплати), «канали збуту» (форми збуту, стан ринку, система транспортування), «реалізація» (ефективність діяльності маркетингових служб, реклама, просування товару), «кадровий потенціал» (кваліфікація та ефективність використання персоналу підприємства)</p>
Стахова М. В., Малик О. В. [10]	2017	<p><i>Внутрішні фактори:</i> ступінь морального і фізичного зносу об'єктів нерухомості підприємства; стан матеріально-технічної бази і ступінь морального, фізичного зносу верстатного парку; стратегія підприємства; рівень фінансового забезпечення; рівень кваліфікації персоналу; рівень компетентності фахівців і керівників; якість товарів та послуг, що пропонуються підприємством; якість сервісу продукції; гнучкість системи обслуговування; витрати на гарантійне технічне обслуговування; маркетингове просування продукції; інше.</p> <p><i>Зовнішні фактори:</i> фактори макросередовища (політичні, економічні, правові, екологічні, демографічні, соціально-культурні, конкурентоспроможність економіки країни) та фактори мікросередовища (попит, постачальники, фактори галузі, умови конкуренції на ринках ресурсів, умови конкуренції безпосередньо в галузі, перспективи розвитку галузі)</p>

Джерело: складено на основі [1–10].

виділяють фактори зовнішнього та внутрішнього середовища (зовнішні та внутрішні фактори); 2) класифікація факторів конкурентоспроможності підприємств за рівнем їх прояву: зазвичай, пропонуються такі групи факторів, як мега-, макро-, мезо- та мікрофактори (фактори мега-, макро-, мезо- та мікросередовища); 3) класифікація факторів конкурентоспроможності підприємств за їх характером (природою): наприклад, якісні, цінові, нецінові, логістичні і т. п.

Вважаємо за необхідне вказати на певну схожість класифікацій факторів конкурентоспроможності підприємств за критеріями «походження» та «рівень прояву», адже зазвичай фактори мікрорівня за складом збігаються з факторами внутрішнього середовища, а фактори вищих рівнів (мезо-, макро- та мега-) фактично є факторами зовнішнього середовища.

Доцільно збереження класифікаційної ознаки «походження» при класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудування з наступною її трансформацією відповідно до попередньо розробленої автором сферичної моделі формування конкурентоспроможності підприємств [13]: пропонуємо розподілення факторів за походженням за такими групами, як «фактори зовнішнього середовища», «фактори конкурентного ринкового середовища», «фактори конкурентного потенціалу підприємства», «фактори конкурентоспроможності продукції».

Результати експертного оцінювання факторів конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств слід відобразити в класифікаційній ознаці «сила впливу»: доцільним є виділення таких груп факторів, як «фактори, що здійснюють дуже сильний вплив», «фактори, що здійснюють сильний вплив», «фактори, що здійснюють помірний вплив».

За характером (природою) пропонуємо виділяти такі групи факторів конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств: «правові фактори», «економічні фактори», «політичні фактори», «міжнародні фактори», «природно-географічні фактори», «соціальні фактори», «науково-технічні фактори», «екологічні фактори».

При цьому вважаємо, що доцільною є одночасна класифікація виявлених за результатами експертного оцінювання факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудування за трьома виділеними класифікаційними ознаками. У табл. 2 представлено розроблену автором гібридну класифікацію факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудівної галузі.

ВИСНОВКИ

Представлена в табл. 2 класифікація факторів конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств відрізняється від уже наявних у науковій економічній літературі такими рисами:

- ✦ *гібридним характером класифікації*: фактори конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств одночасно класифікуються за трьома ознаками: «походженням», «силою впливу» та «характером (природою)»;
- ✦ *відповідністю класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудування попередньо розробленій автором сферичній моделі формування конкурентоспроможності підприємств*: за класифікаційною ознакою «походження» виділяються групи факторів («фактори зовнішнього середовища», «фактори конкурентного ринкового середовища», «фактори конкурентного потенціалу підприємства», «фактори конкурентоспроможності продукції») відповідно до чотирьох підрядних сфер теоретичної моделі формування конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств на ринку продажу автомобілів;
- ✦ *синтезом теоретичного базису наукових праць учених-економістів і практичного досвіду управлінських працівників у сфері виробництва та реалізації автомобілів при виявленні та розподіленні факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудівної галузі за класифікаційною ознакою «сила впливу».* ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Фатхутдінов Р. А., Осовська Г. В.** Управління конкурентоздатністю організації : підручник. Київ : Кондор, 2009. 470 с.
2. **Кузьмін О. Є., Мельник О. Г., Романко О. П.** Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика : монографія. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2011. 180 с.
3. **Літвінова В. О.** Проблеми класифікації факторів конкурентоспроможності продукції. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2011. Вип. 33. Ч. 2. С. 165–171.
4. **Гузар Б. С., Цикалюк О. С.** Основні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції. *Інноваційна економіка*. 2012. № 11. С. 277–280.
5. **Другова О. С.** Фактори впливу на конкурентний потенціал підприємств машинобудування. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2013. Вип. 2. С. 58–64.
6. **Нападовська Л. А.** Фактори конкурентоспроможності та вимоги до сучасного керівника. *Економіка та держава*. 2013. № 2. С. 45–47.
7. **Сікетіна Н. Г.** Методичне обґрунтування факторів конкурентоспроможності продукції. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 2. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/No2/111-114.pdf>.
8. **Шульгіна Л. М., Собко О. Ю.** Сутність та чинники конкурентоспроможності підприємства. *Сучасні підходи до управління підприємством*. 2016. № 1. URL: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/73067/68398>

Гібридна класифікація факторів конкурентоспроможності підприємств автомобілебудівної галузі

1	Група	За силою впливу: фактори, що здійснюють			5
		3	4	5	
2	Фактори зовнішнього середовища	<p>дуже сильний вплив</p> <p>Правові фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – законодавча база; – цільові державні програми підтримки національного виробника; – державні контракти, замовлення; – господарська політика; – податкова політика; – стандартизація та сертифікація виробництва. <p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – конкурентоспроможність галузі; – репутація (імідж) галузі; – інвестиційна привабливість галузі; – доступ до фінансових ресурсів. <p>Політичні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – політичні процеси в державі. <p>Міжнародні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – міжнародні інтеграційні процеси 	<p>сильний вплив</p> <p>Правові фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зовнішньоекономічна політика; – митна політика; – державні субсидії, субвенції, дотації; – спеціальні економічні зони. <p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – конкурентоспроможність держави; – соціально-економічний стан держави; – відкритість економіки держави; – інвестиційний клімат у державі; – розміщення продуктивних сил; – стан суміжних галузей; – конкурентоспроможність регіону; – соціально-економічний стан регіону; – інвестиційний клімат у регіоні. <p>Політичні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – політичні процеси в регіоні. <p>Природно-географічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – природні ресурси та кліматичні умови регіону. <p>Науково-технічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – науково-технічний прогрес 	<p>помірний вплив</p> <p>Правові фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – соціальні політика. <p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – етика, культура ведення бізнесу; – репутація (імідж) держави; – інфраструктура. <p>Міжнародні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – спеціалізація держави в міжнародному територіальному поділі праці. <p>Природно-географічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – географічне положення держави; – природні ресурси та кліматичні умови країни. <p>Соціальні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – соціально-економічна ментальність населення. <p>Науково-технічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – інформаційні технології 	
		Фактори внутрішнього середовища	<p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – матеріальне забезпечення покупок; – емісія ринку; – тип ринку; – попит на продукцію підприємства; – конкурентна ситуація; – наявність товарів-субститутів; – кількість наявних конкурентів; – сила конкуренції серед виробників 	<p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – мережа посередницьких організацій; – фінансова дисципліна контрагентів; – наявність товарів-комплементів; – кількість потенційних конкурентів; – сила конкуренції серед постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих виробів та інших компаній 	<p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> – активність контактних аудиторій

1	2	3	4	5
За походженням	Конкурентного потенціалу підприємства	<p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> - місія підприємства; - корпоративна стратегія підприємства; - виробнича стратегія підприємства; - конкурентна стратегія підприємства; - цінова стратегія підприємства; - маркетингова стратегія підприємства; - фінансова стратегія підприємства; - конкурентоспроможність продукції; - конкурентоспроможність персоналу; - організація виробництва; - організація управління; - витрати підприємства; - фінансовий стан підприємства; - інвестиційна привабливість виробника; - інноваційна активність підприємства 	<p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виробнича потужність підприємства; - техніко-технологічна база виробництва; - матеріально-технічна база виробництва; - гнучкість виробничої системи; - матеріаломісткість виробництва; - енергоємність виробництва; - трудомісткість виробництва; - тривалість виробничого циклу; - кваліфікація персоналу; - продуктивність праці персоналу; - оплата та стимулювання праці персоналу; - витрати управління; - інвестиційна активність підприємства; - репутація (імідж) підприємства 	<p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умови праці персоналу; - корпоративна культура; - організація складського господарства; - організація логістичних процесів; - організація обліку
	Конкурентоспроможності продукції	<p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> - якість продукції; - репутація (імідж) продукції; - ціна продукції; - номенклатура, асортимент продукції; - витрати виробництва 	<p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> - етап життєвого циклу продукції; - економічність продукції. <p>Науково-технічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> - інноваційність продукції 	<p>Економічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> - якість сервісу продукції. <p>Екологічні фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> - екологічність продукції

Джерело: авторська розробка.

9. Кузьменко М. М., Богацька Н. М. Якість продукції як фактор конкурентоспроможності продукції та підприємства загалом. *Молодий вчений*. 2017. № 11. С. 1207–1210.

10. Стахова М. В., Малик О. В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 16. С. 468–473.

11. Грабовецький Б. Є. Планування та економічне прогнозування : навч. посіб. 2-ге вид., допов. і перероб. Вінниця : ВНТУ, 2013. 66 с.

12. Таблиці функцій та критичних точок розподілів. Розділи: Теорія ймовірностей. Математична статистика. Математичні методи в психології / Укладач: М. М. Горонескуль. Харків : УЦЗУ, 2009. 90 с.

13. Шевченко І. Ю. Сферична модель формування конкурентоспроможності підприємств автомобілебудування на ринку автомобілів. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 4. С. 4–6.

REFERENCES

Druhova, O. S. "Faktory vplyvu na konkurentnyi potentsial pidpriemstv mashynobuduvannia" [Factors Influencing the Competitive Potential of Mechanical Engineering Enterprises]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, no. 2 (2013): 58-64.

Fatkhutdinov, R. A., and Osovska, H. V. *Upravlinnia konkurentozdatnistiu orhanizatsii* [Managing the competitiveness of the organization]. Kyiv: Kondor, 2009.

Horoneskul, M. M. *Tablytsi funktsii ta krytychnykh tochk rozpodiliv. Rozdily: Teoriia imovirnostei. Matematychna statystyka. Matematychni metody v psykholohii* [Functional tables and distribution points. Sections: Probability Theory. Mathematical statistics. Mathematical methods in psychology]. Kharkiv: UTsZU, 2009.

Hrabovetskyi, B. Ye. *Planuvannia ta ekonomichne prohnozuvannia* [Planning and Economic Forecasting]. Vinnytsia: VNTU, 2013.

Huzar, B. S., and Tsykaliuk, O. S. "Osnovni faktory vplyvu na konkurentospromozhnist produktsii" [The main factors af-

fecting the competitiveness of products]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 11 (2012): 277-280.

Kuzmenko, M. M., and Bohatska, N. M. "Yakist produktsii yak faktor konkurentospromozhnosti produktsii ta pidpriemstva zahalom" [Product quality as a factor in the competitiveness of products and enterprises in general]. *Molodyi vchenyi*, no. 11 (2017): 1207-1210.

Kuzmin, O. Ye., Melnyk, O. H., and Romanko, O. P. *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: planuvannia ta diahnostryka* [Competitiveness of the enterprise: planning and diagnostics]. Ivano-Frankivsk: IFNTUNH, 2011.

Litvinova, V. O. "Problemy klasyfikatsii faktoriv konkurentospromozhnosti produktsii" [Problems of classification of factors of competitiveness of products]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya «Ekononika»*. Vol. 2, no. 33 (2011): 165-171.

Napadovska, L. A. "Faktory konkurentospromozhnosti ta vymohy do suchasnoho kerivnyka" [Competitiveness factors and requirements for a modern manager]. *Ekononika ta derzhava*, no. 2 (2013): 45-47.

Shevchenko, I. Yu. "Sferychna model formuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstv avtomobilebuduvannia na rynku avtomobiliv" [Spherical model of formation of competitiveness of enterprises of automobile industry in the car market]. *Ekononika. Finansy. Pravo*, no. 4 (2018): 4-6.

Shulhina, L. M., and Sobko, O. Yu. "Sutnist ta chynnyky konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [The essence and factors of competitiveness of the enterprise]. *Suchasni pidkhody do upravlinnia pidpriemstvom*. 2016. <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/73067/68398>

Sikietina, N. H. "Metodychne obgruntuvannia faktoriv konkurentospromozhnosti produktsii" [Methodical substantiation of the factors of product competitiveness]. *Ekononika: realii chasu*. 2014. <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/No2/111-114.pdf>

Stakhova, M. V., and Malyk, O. V. "Konkurentnyi potentsial yak osnova formuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [Competitive potential as the basis for forming the competitiveness of the enterprise]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 16 (2017): 468-473.