

Миршака В. С.,

здобувач магістратури

Перетяцько К. О.,

здобувач бакалаврату

Науковий керівник –Фісуненко Н. О.,

доцент кафедри

аналітичної економіки та менеджменту,

кандидат економічних наук, доцент

*(Дніпропетровський державний
університет внутрішніх справ)*

СУТЬ ТА СТРУКТУРА ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність є найважливішим чинником забезпечення безпеки фірми, тобто її виживання у «суворих умовах дійсності» і її подальшого ефективного розвитку. Висока конкурентоспроможність фірми є гарантом отримання високого прибутку в ринкових умовах. При цьому фірма має на меті досягти такого рівня конкурентоспроможності, який допомагав би їй виживати на досить довгостроковому проміжку часу.

Зацікавленість підприємств у результатах своєї діяльності підсилює необхідність підвищення конкурентоспроможності продукції, яка випускається, що потребує вдосконалення роботи всіх служб та підрозділів суб'єкта господарювання. У зв'язку з цим у сучасній економіці головним напрямом фінансово-економічної і виробничо-збутової стратегії кожного підприємства стає підвищення конкурентоспроможності для закріплення його позицій на ринку з метою отримання максимального прибутку.

Конкурентоспроможність залежить від різних факторів, як-от: конкурентоспроможність товарів підприємства на зовнішньому і внутрішньому ринках; вид виробленого товару; місткість ринку (кількість щорічних продажів); легкість доступу на ринок; однорідність ринку; конкурентні позиції підприємств, що вже працюють на цьому ринку; конкурентоспроможність галузі; можливість технічних нововведень у галузі; конкурентоспроможність регіону і країни.

Як показує світова практика ринкових відносин, взаємозалежне вирішення цих проблем гарантує підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Отже, конкурентоспроможність підприємства – це комплексна характеристика підприємства, що характеризує його можливість у будь-який момент часу забезпечувати свої конкурентні переваги і прибутковість, а також адаптуватися до постійно змінюваних умов зовнішнього середовища.

Під факторами, що впливають на конкурентоспроможність фірми, розуміють стани характеристики та властивості систем, в межах яких позиціонує фірма. В економічній літературі поняття «фактор» трактується так: «фактор – один з основних ресурсів виробничої діяльності підприємства та економіки в цілому; рушійна сила економічних виробничих процесів, що впливають на результат виробничої економічної діяльності» [1].

Отже, до домінуючих факторів зовнішнього середовища підприємства, що впливають на конкурентні переваги, доцільно віднести: 1. Фактори, опосередковані соціально-економічними умовами. 2. Фактори, опосередковані економіко-правовою базою. 3. Науково-технічні фактори.

Домінуючі фактори внутрішнього середовища, що визначають конкурентні переваги, доцільніше розглядати з позицій аналізу: економічного потенціалу підприємства – виробництво, просування і збут продукції, організаційна структура та менеджмент, маркетинг, фінанси і фінансовий стан підприємства; невиробничого оточення – постачальники, клієнти, маркетингові посередники, контактна аудиторія.

Отже, фактори, опосередковані станом внутрішнього середовища фірми: виробництво традиційного асортименту товарів / послуг; просування збуту товарів / послуг; організаційна структура та менеджмент; комплекс маркетингу; фінанси.

Суб'єктивні фактори, що впливають на конкурентні переваги організації, розглядаються як фактори, опосередковані рівнем професійної мобільності та компетентності фахівців підприємства.

Оцінка можливостей підприємства за цими вісьма факторами дозволяє побудувати гіпотетичний «радар конкурентоспроможності» (рис. 1).



Рис. 1. Радар конкурентоспроможності

Якщо підійти однаково до оцінки конкурентних можливостей низки фірм, накладаючи схеми одна на одну, то, на думку авторів, можна побачити слабкі і сильні сторони одного підприємства щодо іншого.

Зокрема, У. Зулькарнаєв всю сукупність факторів, що впливають на конкурентоспроможність організації, пропонує розділити на 3 групи: цілі, які ставить перед собою організація; ресурси, якими володіє організація, і вміння продуктивно їх використовувати; фактори зовнішнього середовища [2].

Отже, не претендуючи на всю повноту, проведений аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність фірми, показує, наскільки складна проблема підвищення конкурентоспроможності й утримання позицій підприємства на ринку.

Бібліографічні посилання

1. Бугас Н. В., Босецька О. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в нестабільному ринковому середовищі. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_11_31.

2. Zhosan G. The substantiation of the strategy of social responsibility of the enterprise with the aim of providing efficiency of its activities. *Marketing and Management of Innovations*. 2017. № 3. S. 267–279 doi: 10.21272/mmi.2017.3–25 Available from: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2017/3/267-279>.

Моргалюк К. Р.,

слухачка магістратури
юридичного факультету

Науковий керівник – Рибальченко Л. В.,

доцент кафедри економічної
та інформаційної безпеки,
кандидат економічних наук, доцент
(Дніпропетровський державний
університет внутрішніх справ)

ПРОБЛЕМИ ШАХРАЙСТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ

Згідно з Кримінальним кодексом України шахрайство – це заволодіння чужим майном або придбання права на майно шляхом обману чи зловживання довірою. Найчастіше шахрайство класифікують як зовнішнє, як таке, яке здійснюється на підприємстві контрагентами або третіми особами, і внутрішнє шахрайство, яке відбувається працівниками цього ж підприємства.

Ці проблеми виникають через те, що шахраї створюють свої схеми та впроваджують їх у реальне життя для заволодіння чужими грошима через шахрайські дії.

Внутрішнє шахрайство впливає на репутацію не лише самого