

*Лунгул О.В.,  
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти;  
Чуріна Р.М.,  
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти;  
Щербина О.С.,  
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти  
(Науковий керівник: к.т.н., доцент Чумаченко О.С.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ЙОГО РОЗВИТКУ**

За останні роки відбулося значне посилення конкуренції у всіх сферах економічної діяльності. Поява великої кількості нових підприємств, лібералізація імпорту, проникнення на вітчизняний ринок іноземних компаній, розвиток ринку капіталу та акціонерних підприємств – усе це значно змінило ринкову ситуацію. Зменшення платоспроможного попиту, з одного боку, та збільшення пропозицій товарів та послуг – з іншого, створили умови, коли такі поняття як «потенціал» та «конкурентоспроможність» стали невід’ємною складовою діяльності будь-якої організації. У такій ситуації для кожного виробника стає необхідним аналіз конкурентоспроможності та розробка дієвих засобів щодо її підвищення. Так, проблема досягнення конкурентоспроможності потенціалу підприємства є дуже важливою умовою успішного функціонування кожного підприємства [1].

Сьогодні, завдяки конкурентній боротьбі, за всієї її тонкості та динамізму, виграє той, хто проводить аналіз та бореться за свої конкурентні позиції. Щоб вижити у цій боротьбі, кожне підприємство має підвищувати рівень конкурентоспроможності як продукції, а й самої організації загалом та її потенціалу.

*Потенціал підприємства* є результатом взаємодії всіх елементів економічних відносин не тільки існуючих, а й прихованих. Це економічна основа, реальна сила розвитку організації, яку характеризує система показників, які показують наявні ресурси та їх резерви, які можна використовувати за певних умов [2].

Ефективне використання потенціалу підприємства означає можливість одночасно і раціонально використовувати всі існуючі ресурси для досягнення високих кінцевих результатів та задоволення потреб споживачів. Формування потенціалу підприємства – це процес ідентифікації та створення спектра підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку та ефективного відтворення.

Потенціал підприємства грає значну роль як у довгостроковому, так і у короткостроковому розвитку підприємства. Потенціал характеризує поточний стан підприємства і є передумовою для утворення його майбутніх результатів і

майбутнього стану. Розвиток є шляхом переходу від поточного до майбутнього стану.

Аргументи про зв'язку потенціалу організації з її розвитком [3]:

- розвиток організації у довгостроковому періоді є причинно-наслідковою основою формування його нового потенціалу, а створений потенціал підприємства є причинно-ресурсною основою для його подальшого розвитку;
- розвиток підприємства спрямований на забезпечення потенціалу, який створює для цього необхідні умови та містить необхідні ресурси;
- кількісне накопичення потенціалу підприємства (у вигляді збільшення виробничо-фінансових, інтелектуальних та трудових можливостей) сприяє виникненню якісно нових шляхів та можливостей розвитку підприємства;
- розвиток підприємства у довгостроковому періоді, використовуючи наявний потенціал підприємства, створює умови для руйнування його попереднього потенціалу та створення нового.

Потенціал будь-якої організації тісно пов'язаний із її конкурентоспроможністю. Конкурентоспроможність встановлює потенціал виживання організації за умов стійкої конкурентної боротьби на ринку і відтворює результативність використання його ресурсів. Щоб підприємство було конкурентоспроможним, потрібно завжди турбуватися про найефективніше використання ресурсів.

Потенціал підприємства забезпечує конкурентні переваги у майбутньому, тобто може посилити чи знизити існуючі нині. Тому доцільно говорити про конкурентоспроможність потенціалу організації, який у свою чергу відіграє важливу роль у подальшому розвитку організації. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства є комплексною характеристикою для порівняння, що відображає ступінь переваги сукупності показників оцінювання можливостей підприємства, що визначають успіх на конкретному ринку за встановлений інтервал часу по відношенню до сукупності аналогічних показників організацій-конкурентів.

Виділяють кілька особливостей та рівнів конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Головна характеристика конкурентоспроможності потенціалу підприємства – *здатність адаптуватися до умов мінливого зовнішнього середовища*. Швидку адаптацію потенціалу забезпечує комплекс інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних складових, які визначають успішну діяльність на ринку. Відповідно, коли організація має широкий набір компетенцій з належним якісним рівнем, то передумови для виграшу в конкурентній боротьбі у нього краще, а величина конкурентоспроможності потенціалу досить висока.

*Конкурентоспроможність потенціалу підприємства як об'єкт управління* – це система взаємопов'язаних елементів, що складається з *внутрішнього середовища організації, її споживачів та конкурентів, об'єднаних в єдине ціле* для виконання завдання забезпечення міцних конкурентних позицій, збереження наявних та нарощування нових конкурентних переваг [3, с.26].

*Система конкурентоспроможності потенціалу організації*, заснована на виділенні проблемно-орієнтованого контуру управління, має цільовий

циклічний характер. Вона дозволяє вчасно враховувати та реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, і тим самим забезпечити високий рівень його адаптивності до динамічних умов середовища; систематизувати вхідні та вихідні інформаційні потоки за циклами та контурами управління, оперативно використовувати отриману інформацію в системі управління.

*Конкурентний потенціал підприємства* – це взаємозв'язок чотирьох сторін діяльності підприємства: маркетингу, фінансів, внутрішніх процесів, розвитку. Для оцінки конкурентного потенціалу підприємства виявлено та згруповано показники, що мають причинно-наслідкові зв'язки між собою, які всебічно охоплюють діяльність підприємства незалежно від розміру та напрямку діяльності.

У зарубіжній практиці для оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства використовуються різні методи:

- за напрямом формування інформаційної бази можна виділити критеріальні та експертні методи оцінки;
- за способом відображення кінцевих результатів виділяють графічні, математичні та логістичні методи оцінки;
- по можливості розробки управлінських рішень існують миттєві та стратегічні методи оцінки;
- за способом оцінки виділяють індикаторні та матричні методи.

Використання при виявленні та оцінці конкурентних переваг підприємства розглянутого блоку різних методів дозволяє найбільш повно та ретельно розглянути можливості підприємства щодо формування та реалізації його *конкурентного потенціалу*.

Процеси трансформації економічних відносин та розвитку ринкових відносин, що характеризуються вагомою зміною зовнішнього середовища господарювання, загостренням та посиленням конкурентної боротьби вимагають від керівників пошуку та застосування нових, найбільш ефективних підходів та форм управління промисловими підприємствами. Тенденції розвитку науки управління зумовили еволюцію управління конкурентоспроможністю потенціалу підприємства від поточної діяльності до визнання необхідності сталості цього процесу. Конкурентне середовище вимагає від господарюючих суб'єктів зміцнювати власний потенціал та розробки конкурентоспроможних стратегій. Конкурентоспроможність окремих елементів конкурентного потенціалу при збалансованій організаційній взаємодії має забезпечувати їх синергізм. Тому забезпечення конкурентних переваг та можливостей їх створення має спиратися на адекватну систему управління ними та збільшення конкурентного потенціалу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
2. Лупак Р.Л. , Васильців Т.Г. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Львів, 2016. 484 с.
3. Ковтун О.І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст : моногр. Львів : Вид-во ЛКА, 2009. 175 с.