

## Список використаних джерел

1. Бугай В.З. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / В.З. Бугай, В.О. Сидоренко // *Modern Economics*. – 2019. – № 14. – С. 33-38.
2. Makarenko S. Formation of an Innovative Competitiveness Management System of the Enterprise: On the Case of Ukraine's Healthcare / S. Makarenko, N. Oliinyk, V. Danko, Y. Kaplina // *Journal of Economics and Management Sciences*. – New York. – 2020. – Vol. 3. – № 1. – P. 1-12.
3. Олійник Н. Конкурентоспроможність підприємства як визначальна характеристика ефективності його функціонування / Н. Олійник, Ю. Бурик // *Соціально-економічні проблеми і держава: Електронне наукове фахове видання*. – 2018. – Вип. 2 (19). – С. 3-12.

УДК 339.137.22

*Орищенко Ю.О., студент гр. ЕП-16,  
Ванельчук Д.В. студент гр. ЕП-16  
(науковий керівник – Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства є актуальним питанням. При його розгляді необхідно відзначити, що одним із важливих атрибутів ринкової економіки є конкуренція.

Ринок – це механізм, що не може існувати без розвинутих форм конкуренції. Як стверджував відомий англійський економіст Ф. Хайек: «суспільства, які покладаються на конкуренцію, успішніше за інших досягають своєї мети».

Конкуренція – це суперництво між учасниками ринкового господарства за найвигідніші умови виробництва, продажу і купівлі товарів та послуг, за привласнення найбільших прибутків. Такий вид економічних відносин існує тоді, коли виробники товарів виступають як самостійні, ні від кого незалежні суб'єкти, їхня залежність пов'язана тільки з кон'юнктурою ринку, бажанням виграти у конкурентів позиції у виробництві та реалізації своєї продукції. В ринкових відносинах конкуренцію – природно і об'єктивно існуюче явище – можна розглядати як закон товарного господарства, дія якого для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, розширення масштабів виробництва, прискорення НТП, впровадження нових форм організації виробництва і систем зарплати тощо.

Виникнення ринкової економіки спонукало до появи вільної конкуренції. Але існування купівлі-продажу товарів, використання грошей може бути і без неї. Тому доцільно розглянути умови виникнення конкуренції (табл. 1).

## Основні умови виникнення конкуренції

№	Умова виникнення конкуренції	Передумови
1	наявність на ринку великого числа незалежно діючих виробників одного продукту або подібних продуктів	Якщо виробництво зосереджено в руках одного власника, то панує монополія, яка по суті заперечує конкуренцію. Монополія і конкуренція – це антиподи
2	свобода вибору господарської діяльності виробників	Кожний сам вирішує, що виробляти, скільки виробляти та які зміни вносити у виробництво
3	відповідність між попитом і пропозицією	Якщо, попит перевищує пропозицію, то покупець не може обирати між певними виробниками, адже існує дефіцит даного товару. Там, де є дефіцит, там немає вільної конкуренції
4	наявність на ринку засобів виробництва та технологій	У конкурентній боротьбі велике значення має встановлення високої норми прибутку, яка по суті є орієнтиром у виборі господарської діяльності. Однак вибір діяльності показує тільки можливість виробництва. Для того щоб ця можливість перетворилась на дійсність, потрібно, маючи грошовий капітал, перетворити його на засоби виробництва

У загальному виді конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення їм конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, що діють на даному ринку.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна визначити як комплексну порівняльну характеристику потенціалу, яка відбиває ступінь переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними, що визначають ефективність потенціалу на певному ринку в певний проміжок часу, щодо сукупності індикаторів підприємств-аналогів. Важливою характеристикою конкурентоспроможності потенціалу є здатність до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища. Швидка адаптація потенціалу має забезпечуватися на основі комплексу інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних характеристик, які визначають успішну діяльність підприємства на ринку [1].

У 1998 році в наукових працях І.М. Рєпіної вперше запропоновано графоаналітичний метод діагностики підприємницького потенціалу підприємства, названий автором «Квадрат потенціалу». Даний метод дає можливість системно встановити кількісні і якісні зв'язки між елементами потенціалу підприємства, рівень розвитку та конкурентоспроможність і зробивши аналіз обрати такі управлінські рішення, що допоможуть підвищити ефективність функціонування підприємства. Після побудови квадрату потенціалу підприємства роблять відповідні висновки.

В основу розрахунку кінцевої рейтингової оцінки покладається порівнювання підприємств за кожним показником з чотирьох названих функціональних блоків з умовним еталонним підприємством або з реальним

підприємством, що має найліпші результати на ринку. Таким чином, базою для рейтингової оцінки стану та рівня використання підприємницького потенціалу є не суб'єктивні думки експертів, притаманні більшості інших методик оцінювання, й найвищі результати, досягнуті в реальній конкурентній боротьбі. Цей підхід відповідає практиці ринкової конкуренції [2].

Існує зв'язок між формою та розміром квадрата потенціалу підприємства і його життєвим циклом. На першій стадії – «стадії розвитку» – перебувають підприємства з формою потенціалу другого типу і можливостями його перетворення від малого до середнього за час проходження стадії. На другій стадії – «стадії успіху» – розташовані підприємства, форма потенціалу яких належить до першого типу й існує можливість перетворення його із середнього на велике. Стадія занепаду свідчить про негативні явища, що відбуваються з потенціалом підприємства, тобто про перехід до другої форми потенціалу та зменшення його розміру від великого до середнього, а потім і до малого [3].

У сучасній економічній літературі пропонується розрізняти чотири основні рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства:

– для потенціалу першого рівня притаманною є внутрішньо нейтральна організація управління. Управлінець надає перевагу лише реалізації виробничого потенціалу, орієнтованого на завантаження виробничих потужностей. Цей рівень не передбачає підвищення якості продукції, та не враховує запити споживачів.

– організації, які надають перевагу потенціалу другого рівня конкурентоспроможності прагнуть зробити свої виробничі системи «зовнішньо нейтральними». На цьому рівні підприємство виготовляє продукцію за стандартами, розробленими їхніми основними конкурентами.

– система управління на підприємствах, що досягли третього рівня починає активно впливати на виробничі системи, сприяє їх розвитку та вдосконаленню.

– досягнення підприємством останнього четвертого рівня конкурентоспроможності означає, що воно істотно випереджає потенціал конкурентів за умов, коли успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління і залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва. Для більшості підприємств-конкурентів набір ресурсів, що використовуються у виробничому процесі, досить однаковий, але ефективність їхнього поєднання у діючій господарській системі різна і залежить саме від якості управління, кваліфікації менеджерів, організаційної структури [4].

Отже, підприємства прагнуть застосовувати різноманітні заходи задля підвищення своєї конкурентоспроможності, зокрема моніторити ситуацію, що склалася як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі.

#### Список використаних джерел

1. Теоретичні основи формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства та методи її оцінки. [Електронне джерело]-<https://studfile.net/preview/5585249/>.
2. «Графоаналітична модель потенціалу підприємства» (електронне джерело – [https://pidruchniki.com/17910211/ekonomika/harakteristika\\_tovarih\\_zapasiv\\_osnovni\\_etapi\\_formuvannya](https://pidruchniki.com/17910211/ekonomika/harakteristika_tovarih_zapasiv_osnovni_etapi_formuvannya))

3. «Графоаналітична модель потенціалу підприємства» (електронне джерело - [https://pidruchniki.com/15410104/ekonomika/planuvannya\\_obsyagu\\_tovarnih\\_zapasiv\\_operativne\\_regulyuvannya\\_kontrol\\_utvorenyam\\_tovarnih\\_zapa](https://pidruchniki.com/15410104/ekonomika/planuvannya_obsyagu_tovarnih_zapasiv_operativne_regulyuvannya_kontrol_utvorenyam_tovarnih_zapa))

4. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства. [Електронне джерело] [https://pidruchniki.com/1228112854086/ekonomika/konkurentospromozhnist\\_potentsialu\\_pidpriyemstva](https://pidruchniki.com/1228112854086/ekonomika/konkurentospromozhnist_potentsialu_pidpriyemstva)

УДК 33:65

*Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.,*

*Башияк Ю.Ю.*

*Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Легка промисловість з історичних позицій займала провідне місце у виробництві промислових товарів народного господарства. Виробництво одягу завжди було і залишається провідним видом промислової діяльності у національній економіці, таким, що має чималий виробничий потенціал, який повинен задовольняти потреби суспільства у товарах споживання та промислового призначення й сприяти поліпшенню якості життя.

Швейна галузь на сьогоднішній день перебуває у незадовільному стані, що характеризується низкою проблем, зокрема це:

- недостатність на внутрішньому ринку товарів вітчизняного виробництва та його тотальне заповнення виробами іноземного походження;
- застосування вітчизняними підприємствами давальницьких схем виробництва;
- недостатньо розвинута інфраструктура галузі;
- низька інвестиційна та інноваційна діяльність.

Така ситуація у швейній промисловості здебільшого пов'язана з комплексними проблемами легкої промисловості, основними з яких є: велика частка імпортованих товарів; висока собівартість вітчизняних товарів легкої промисловості; неможливість отримання довгострокових кредитів для значної частини виробників товарів легкої промисловості; відсутність виробництва спеціалізованого обладнання для виготовлення товарів легкої промисловості та запасних частин до нього; залежність текстильної промисловості від імпортованої сировини; низька заробітна плата працівників галузі, різке зменшення кількості молодих кадрів та інші [1].

Використання толінгових схем (форма співробітництва на основі давальницької сировини), одна з основних галузевих особливостей діяльності швейних підприємств України. Робота вітчизняних підприємств на основі давальницької сировини, як форма співробітництва на сучасному етапі розвитку легкої промисловості, має як позитивні, так і негативні наслідки. З позитивного боку дає змогу наростити експортний потенціал, завантажити потужності і