

Економіка

УДК 339.137

Лесик Лілія Іванівна

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Лэсык Лилия Ивановна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики предприятия и инвестиций
Национальный университет «Львовская политехника»*

Lilia Lesyk

*PhD, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0003-1324-9027*

Ємельянов Олександр Юрійович

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Емельянов Александр Юрьевич

*доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры экономики предприятия и инвестиций
Национальный университет «Львовская политехника»*

Yemelyanov Olexandr

*Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor of the Department of Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0002-1743-1646*

Мусійовська Оксана Богданівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Мусиевская Оксана Богдановна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики предприятия и инвестиций
Национальный университет «Львовская политехника»*

Musiiovska Oksana

*PhD, Associate Professor of the Department of
Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0003-1324-9027*

Жигало Оксана Юрїївна

*кандидат економічних наук,
асистент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Жигало Оксана Юрьевна

*кандидат экономических наук,
ассистент кафедры экономики предприятия и инвестиций
Национальный университет «Львовская политехника»*

Zhyhalo Oksana

*PhD, Assistant of the Department of
Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0002-8874-3276*

**МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА
ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
METHODICAL BASES OF ASSESSING THE POTENTIAL FOR
INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES**

Анотація. Для більшості підприємств основною метою їх діяльності є отримання належних фінансових результатів. Тому управління підприємствами вимагає попереднього оцінювання їх економічного потенціалу. Зокрема, це стосується потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємств. Оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства є передумовою визначення резервів підвищення його конкурентних переваг. На конкурентоспроможність значною мірою впливають управлінські навички власників і менеджерів підприємств. Зокрема, йдеться про вміння розробляти та реалізовувати науково обґрунтовану стратегію конкурентної боротьби та керувати факторами, що формують конкурентоспроможність. Сьогодні велика увага приділяється оцінюванню конкурентоспроможності як окремої продукції, так і підприємств, що її виробляють. Варто зазначити, що питання управління конкурентоспроможністю підприємства досліджується багатьма вченими. Водночас, дослідження питань управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасній науковій літературі більше зосереджено на проблемі кращого використання існуючого конкурентного потенціалу підприємства, а не на питанні розвитку цього потенціалу. Метою роботи є встановлення сутності та обґрунтування показників оцінювання потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємств. Цей потенціал визначає здатність підприємств забезпечити

певний рівень їх конкурентоспроможності в майбутньому. Тому послідовно вирішувалися такі основні завдання: визначено сутність потенціалу конкурентоспроможності; запропоновано загальні підходи до його оцінювання; визначено закономірності управління факторами формування конкурентоспроможності підприємств. Запропоновано двоетапну процедуру оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства. Перший етап – це вимірювання існуючого рівня конкурентоспроможності. На другому етапі прогнозуються зміни показників конкурентоспроможності в майбутньому. Подальші дослідження щодо оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємств потребують побудови формалізованих моделей ротації лідерів галузі в результаті технологічних змін.

Ключові слова: потенціал конкурентоспроможності, оцінювання, підприємство, показник, технологічне оновлення, технологічний рівень.

Аннотація. Для большинства предприятий основной целью их деятельности является получение надлежащих финансовых результатов. Поэтому управление предприятиями требует предварительной оценки их экономического потенциала. В частности, это касается потенциала повышения конкурентоспособности предприятий. Оценка потенциала конкурентоспособности предприятия является предпосылкой для определения резервов повышения его конкурентных преимуществ. На конкурентоспособность в значительной степени оказывают влияние управленческие навыки владельцев и менеджеров предприятий. В частности, речь идет об умении разрабатывать и реализовывать научно обоснованную стратегию конкурентной борьбы и управлять факторами, формирующими конкурентоспособность. Сегодня большое внимание уделяется оценке конкурентоспособности как отдельной продукции, так и производящих ее предприятий. Следует отметить, что вопрос

управления конкурентоспособностью предприятия исследуется многими учеными. В то же время, исследование вопросов управления конкурентоспособностью предприятий в современной научной литературе больше сосредоточено на проблеме лучшего использования существующего конкурентного потенциала предприятия, а не на вопросе развития этого потенциала. Целью работы является установление сущности и обоснование показателей оценки потенциала повышения конкурентоспособности предприятий. Этот потенциал определяет способность компаний обеспечить определенный уровень их конкурентоспособности в будущем. Поэтому последовательно решались следующие основные задачи: определена сущность потенциала конкурентоспособности; предложены общие подходы к его оценке; определены закономерности управления факторами формирования конкурентоспособности предприятий. Предложена двухэтапная процедура оценки потенциала конкурентоспособности предприятия. Первый этап – это измерение существующего уровня конкурентоспособности. На втором этапе прогнозируется изменение показателей конкурентоспособности в будущем. Последующие исследования по оценке потенциала конкурентоспособности предприятий требуют построения формализованных моделей ротации лидеров отрасли в результате технологических изменений.

Ключевые слова: *потенциал конкурентоспособности, оценка, предприятие, показатель, технологическое обновление, технологический уровень.*

Summary. *For most enterprises the main purpose of their activities is to obtain proper financial results. For this reason, management of the enterprises requires a preliminary assessment of their economic potential. In particular, this concerns the potential to increase the competitiveness of enterprises. The*

assessment of the enterprise competitiveness potential is a prerequisite for determining the reserves of increasing its competitive advantages. The competitiveness is to a large extent affected by the management skills of business owners and managers. In particular, this refers to the ability to develop and implement a scientifically based strategy of competitive struggle and to manage the factors that shape the competitiveness. Nowadays much attention is paid to the assessing the competitiveness of both individual products and enterprises that produce them. It is worth to mention that the issue of managing the enterprise competitiveness is studied by many scientists. At the same time, the issue of managing the competitiveness of enterprises in modern scientific literature is more focused on the problem of better use of the real enterprise competitive potential rather than the question of this potential developing. The objective of the paper is to establish the essence and justification of assessment indicators of the enterprises competitiveness potential. This potential captures the ability of enterprises to provide a certain level of competitiveness in the future. Therefore, the following main tasks were consistently solved: the essence of the competitiveness potential were determined; the general approaches to its assessment were proposed; regularities of managing the factors of the enterprises competitiveness formation were determined. A two-stage assessment of enterprise competitiveness potential is proposed. The first stage is the measurement of the existing level of competitiveness. At the second stage changes of the competitiveness indicators in the future are projected. Further research on the assessment of the competitiveness potential of enterprises requires the construction of formalized models of rotation of industry leaders as a result of technological changes.

Key words: *competitiveness potential, evaluation, enterprise, indicator, technological update, technological level.*

Постановка проблеми. В умовах динамічного конкурентного середовища суб'єкти господарської діяльності можуть забезпечити належні фінансові результати від її провадження лише за умови високого рівня своєї конкурентоспроможності. При цьому важливо, щоб цей рівень постійно зростав, тобто, щоб підприємства характеризувалися достатнім потенціалом підвищення своєї конкурентоспроможності. Тому при розробленні стратегій та планів своєї майбутньої діяльності суб'єкти підприємництва повинні володіти достатньо повною, актуальною та точною інформацією про величину своїх перспективних конкурентних переваг. Вирішення цього завдання потребує належного оцінювання величини потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємств, що, своєю чергою, вимагає формування методичних засад такого оцінювання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемі оцінювання конкурентоспроможності підприємств та їх наявного конкурентного потенціалу присвячено значну кількість наукових праць. Зокрема, заслуговують на увагу дослідження, виконані такими науковцями, як І. А. Арєнков [1], М. Ахматова [2], С. В. Близнюк [3], Н. П. Карачина [4], В. В. Козик [5], А. І. Лужицький [6], В. В. Матвєєв [7], В. С. Сімонова [8], М. В. Стахова [9], О. Б. Курило [10, 11], А. В. Симак [12] та ін. Серед іншого, вченими встановлено механізми формування конкурентоспроможності підприємств, систематизовано чинники такого формування та запропоновано науково обґрунтовані методи оцінювання рівня конкурентних переваг суб'єктів господарювання. Однак, питання оцінювання можливостей підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств у майбутньому не є остаточно вирішеним. Це зумовлює необхідність подальшого розвитку методичних засад оцінювання потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Формулювання цілей статті. Метою статті є встановлення сутності та обґрунтування показників оцінювання потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємств. Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких головних завдань: визначити сутність потенціалу підвищення конкурентоспроможності; запропонувати загальні підходи до його оцінювання; визначити закономірності управління факторами формування конкурентоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Як і будь-який інший різновид сукупного економічного потенціалу підприємств, потенціал підвищення їх конкурентоспроможності являє собою певну здатність суб'єктів господарювання. При цьому реалізація цієї здатності повинна забезпечувати позитивні результати діяльності підприємств, які цією здатністю володіють. Також слід враховувати і чинники зовнішнього середовища функціонування компаній. З урахуванням цього під потенціалом підвищення конкурентоспроможності підприємства варто розуміти його здатність досягти підвищення рівня своєї конкурентоспроможності у майбутньому, тим самим забезпечивши позитивні фінансово-економічні результати своєї діяльності, за певного стану зовнішнього середовища.

Слід відзначити, що структура потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємства є достатньо складною. Проте можливо виділити три основні різновиди цього потенціалу, а саме:

- 1) короткостроковий внутрішній потенціал зростання конкурентоспроможності, який є здатністю підприємства досягти підвищення своєї конкурентоспроможності протягом короткострокового періоду за наявного стану зовнішнього середовища, тим самим забезпечивши позитивні фінансово-економічні результати своєї діяльності;
- 2) сукупний короткостроковий потенціал підвищення конкурентоспроможності, який є здатністю підприємства досягти

підвищення своєї конкурентоспроможності протягом короткострокового періоду з урахуванням змін у зовнішньому середовищі, які викликані підвищенням рівня конкурентоспроможності цього підприємства, тим самим забезпечивши позитивні фінансово-економічні результати своєї діяльності;

3) сукупний перспективний потенціал підвищення конкурентоспроможності, який є здатністю підприємства досягти підвищення своєї конкурентоспроможності протягом певного достатньо тривалого періоду з урахуванням усіх можливих змін у внутрішньому та зовнішньому середовищах, тим самим забезпечивши позитивні фінансово-економічні результати своєї діяльності.

Розглянемо тепер закономірності формування потенціалу підвищення конкурентоспроможності певного підприємства за деяким видом його продукції. Припустимо, що ця продукція має кілька різновидів з різним рівнем її якості, а функція $p = F_1(Q_s)$ описує залежність між ціною p та загальним натуральним обсягом пропозиції Q_s усіма підприємствами, що виробляють таку продукцію, для того різновиду продукції, який характеризується найнижчим рівнем її якості.

Нехай також $F_j(Q_s)$ – функція, що описує залежність між ціною одиниці j -того різновиду продукції та сумарним натуральним обсягом її пропозиції. У подальшому будемо вважати, що зростання індексу j відповідає зростанню рівня якості продукції.

Таким чином, за фіксованого сукупного натурального обсягу пропозиції продукції її покупці погодяться заплатити за одиницю j -того різновиду цієї продукції ціну $F_j(Q_s)$.

Функції $F_j(Q_s)$ отримуються шляхом певних трансформацій функції $F_1(Q_s)$. Форми таких трансформацій залежатимуть від конкретних уподобань покупців відповідної продукції. Зокрема, можна виокремити два найпростіші способи зміни функції $F_1(Q_s)$ при переході до різновиду

продукції з більш високим рівнем її якості, а саме – коли за будь-якого Q_s покупці продукції погоджуються на збільшення її ціни: 1) на певну постійну величину; 2) на певний постійний відсоток, якщо рівень якості цієї продукції збільшується. Також можливі інші способи трансформації функції $F_1(Q_s)$. Зокрема, можливою є певна комбінація трансформацій, описаних вище. При цьому більш зручно описати трансформацію цієї функції $F_1(Q_s)$ у вигляді складної функції $G_j(F_1(Q_s))$, тобто $G_j(F_1(Q_s)) = F_j(Q_s)$.

Розглянемо випадок, коли виконуються такі дві умови: по-перше, усі поточні витрати на виробництво і збут продукції, а також вкладені інвестиції є прямо пропорційними натуральним обсягам цієї продукції; по-друге, величина питомих витрат та обсягів інвестицій у розрахунку та одиницю продукції, а також рівень її якості для кожного підприємства, що виробляють цю продукцію, є чітко визначеними. Тоді величина надприбутку (тобто різниці між прибутком та добутком інвестицій у її виробництво на норму прибутковості інвестування) певного підприємства, яке виробляє j -тий різновид продукції, як функція натурального обсягу виготовлення ним цієї продукції буде описуватися такою формулою:

$$P_{sl}(Q_l) = (G_j(F_1(Q_0 + Q_l)) - c_l - i_l \cdot H) \cdot Q_l, \quad (1)$$

де $P_{sl}(Q_l)$ – величина надприбутку досліджуваного підприємства як функція натурального обсягу виготовлення ним цієї продукції Q_l ; Q_0 – натуральний обсяг виробництва певної продукції усіма підприємствами, крім досліджуваного; c_l , i_l – відповідно собівартість одиниці цієї продукції та її питома капіталомісткість для досліджуваного підприємства; H – норма прибутковості інвестицій.

Узявши похідну від функції (1), прирівнявши її до нуля та провівши математичні перетворення, отримуємо:

$$Q_{lopt} = \frac{G_j(F_1(Q_0 + Q_{lopt})) - c_l - i_l \cdot H}{-G'_j(F_1) \cdot F'_1(Q_0 + Q_{lopt})}, \quad (2)$$

де Q_{lopt} – оптимальний обсяг виготовлення продукції досліджуваним підприємством, за якого максимізується його надприбуток; G'_j , F'_j – похідні відповідних функцій.

Підставивши вираз (2) у формулу (1), отримаємо:

$$P_{slmax} = \frac{(G_j(F_1(Q_0 + Q_{lopt})) - c_l - i_l \cdot H)^2}{-G'_j(F_1) \cdot F'_1(Q_0 + Q_{lopt})}, \quad (3)$$

де P_{slmax} – максимально можлива величина надприбутку досліджуваного підприємства від виготовлення та реалізації певної продукції.

Отримавши вирази (2) та (3), можна сформулювати загальні підходи до оцінювання певних видів конкурентного потенціалу підприємства.

Так, для оцінювання наявного рівня конкурентоспроможності підприємства за певним видом його продукції необхідно: прийняти натуральні обсяги виготовлення продукції усіма конкурентами на поточному рівні (тобто сумарний обсяг виготовлення продукції конкурентами Q_0 слід розглядати як сталу величину); обчислити значення показників (2) та (3) для досліджуваного підприємства; зіставити отримані значення показників (2) та (3) із значеннями відповідних показників у конкурентів або з їх загальною величиною за усіма підприємствами, що конкурують на ринку цієї продукції.

Для оцінювання короткострокового внутрішнього потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглянути можливі короткострокові заходи із підвищення його конкурентоспроможності. Отже, за цих умов величина питомих витрат та питомої капіталомісткості продукції, а також рівень її якості для досліджуваного підприємства вже не будуть фіксованими. Відповідно,

потрібно знайти оптимальні значення цих показників, які досліджуване підприємство може досягти у короткостроковому періоді, за яких максимізується надприбуток підприємства. Тоді максимальну величину надприбутку та відповідний цій величині натуральний обсяг виробництва досліджуваним підприємством продукції слід зіставити із значеннями відповідних показників у конкурентів або за усіма підприємствами, що конкурують на ринку цієї продукції.

Для оцінювання сукупного короткострокового потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємства потрібно виконати таку послідовність дій: спрогнозувати можливості підвищення конкурентоспроможності як досліджуваного підприємства, так і його конкурентів; оцінити оптимальні для кожного підприємства-конкурента значення показників питомих витрат та питомої капіталомісткості продукції, а також оптимальні для них параметри функції $G_j(F_1(Q_3))$; на підставі отриманих на попередньому етапі відомостей побудувати систему з n рівнянь вигляду (1) (де n – кількість підприємств, що конкурують); розв'язати таку систему рівнянь, визначивши оптимальні обсяги виготовлення продукції кожним конкурентом та відповідну цим обсягам максимально можливу величину надприбутку; провести зіставлення отриманих результатів для досліджуваного підприємства з результатами його конкурентів або із сукупною за усіма конкурентами величиною цих результатів.

Стосовно оцінювання сукупного перспективного потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємства, то послідовність його здійснення є такою ж, як і при оцінювання сукупного короткострокового потенціалу. Проте, при цьому повинна розглядатись можливість реалізації довгострокових заходів з підвищення конкурентоспроможності як досліджуваного підприємства, так і його конкурентів. Також слід

враховувати можливі зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі конкурентів, що не пов'язані із результатами їх конкурентної боротьби.

Однак, слід відзначити, що отримані внаслідок запропонованих процедур результати оцінювання певних видів конкурентного потенціалу підприємства, як правило, не будуть повністю відповідати реальному рівню величини потенціалу його конкурентоспроможності. Основними причинами цього є такі: складність отримання даних про внутрішнє середовище конкурентів; можлива нераціональність дій конкурентів при визначенні ними обсягів виготовлення своєї продукції; важкість прогнозування майбутніх змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємств; недосконалість механізму встановлення ринкової рівноваги. Проте, не дивлячись на вказані складності, об'єктивне оцінювання потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємства потребує використання описаного вище підходу до такого оцінювання.

З викладеного вище випливає, що потенціал конкурентоспроможності підприємства за певним видом його продукції визначається рівнем її якості, питомими поточними витратами на її виробництво і збут, а також питомою капіталомісткістю цієї продукції. Перелічені показники значною мірою пов'язані між собою. Так, для прикладу, продукція з більшим рівнем якості, як правило, потребує більших витрат на її виробництво. Також продукція з меншою собівартістю її одиниці часто характеризується більш високою капіталомісткістю.

Взаємозв'язки між рівнем якості продукції, собівартістю її одиниці та питомою капіталомісткістю часто зумовлені тією технологією, яку використовує підприємство. Тому рівень технологічного розвитку підприємства в багатьох випадках є вирішальним чинником, що формує потенціал його конкурентоспроможності. З урахуванням цього дослідимо

вплив параметрів технологій на рівень конкурентоспроможності підприємства.

Розглянемо випадок, коли усі підприємства, які конкурують між собою на ринку певної продукції, виготовляють однаковий її різновид (тобто рівень якості продукції в усіх підприємств є однаковим). Тоді формули (1), (2) та (3) набувають такого вигляду:

$$P_{sl}(Q_l) = (F_1(Q_0 + Q_l) - c_l - i_l \cdot H) \cdot Q_l; \quad (4)$$

$$Q_{lopt} = \frac{F_1(Q_0 + Q_{lopt}) - c_l - i_l \cdot H}{-F_1'(Q_0 + Q_{lopt})}; \quad (5)$$

$$P_{ls \max} = \frac{(F_1(Q_0 + Q_{lopt}) - c_l - i_l \cdot H)^2}{-F_1'(Q_0 + Q_{lopt})}. \quad (6)$$

З формули (4) випливає, що незалежно від значення Q_l , тобто натуральних обсягів виготовлення продукції певним підприємством, надприбуток буде найбільшим у випадку, коли значення виразу $c_l + i_l H$ буде найменшим. Нехай у підприємств, що конкурують між собою на ринку певної продукції, будуть відрізнятися показники собівартості її одиниці та питомої капіталомісткості. Тоді найбільший рівень потенціалу конкурентоспроможності буде мати те підприємство, для якого значення виразу $c_l + i_l H$ буде найменшим.

Використовуючи вираз (4), можна оцінити відносний рівень конкурентного потенціалу двох підприємств, що виготовляють однакову продукцію, але за допомогою різних технологій. З цією метою можна застосувати таку формулу:

$$R_{12} = \frac{Q_{1opt}}{Q_{2opt}} = \frac{p_e - c_1 - i_1 \cdot H}{p_e - c_2 - i_2 \cdot H}, \quad (7)$$

де R_{12} – відносний рівень конкурентного потенціалу першого підприємства відносно другого підприємства за показником натуральних обсягів виготовлення певної продукції; p_e – рівноважна ціна одиниці цієї

продукції, що являє собою значення функції $F_1(Q_{sr})$, де Q_{sr} – сумарний обсяг виготовлення цієї продукції усіма підприємствами-конкурентами, за умови що на ринку встановилася рівновага; 1 та 2 – індекси, що відносять відповідний показник до першого та другого підприємств.

Відзначимо, що ціна p_e у формулі (7) відповідає стану локальної рівноваги на ринку. Локальним будемо називати стан рівноваги, за якого будь-якому підприємству не вигідно змінювати обсяги виробництва і реалізації своєї продукції. На відміну від локальної рівноваги, стан загальної рівноваги на ринку характеризується відсутністю у будь-якого підприємства додатної величини надприбутку.

Відносний рівень конкурентного потенціалу двох підприємств, що виготовляють однакову продукцію за різними технологіями, можна оцінити і за показником надприбутку. Для цього слід скористатися формулою (6). Тоді отримуємо:

$$R'_{12} = \frac{P_{1s \max}}{P_{2s \max}} = \frac{(p_e - c_1 - i_1 \cdot H)^2}{(p_e - c_2 - i_2 \cdot H)^2}, \quad (8)$$

де R'_{12} – відносний рівень конкурентного потенціалу першого підприємства відносно другого підприємства за показником надприбутку.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Під потенціалом підвищення конкурентоспроможності підприємства варто розуміти його здатність досягти підвищення рівня своєї конкурентоспроможності у майбутньому, тим самим забезпечивши позитивні фінансово-економічні результати своєї діяльності, за певного стану зовнішнього середовища. При цьому існують три основні види цього потенціалу, а саме: короткостроковий внутрішній потенціал зростання конкурентоспроможності; сукупний короткостроковий потенціал підвищення конкурентоспроможності; сукупний перспективний потенціал підвищення конкурентоспроможності. Кожен з них має певні відмінності у процедурі оцінювання. Зокрема, стосовно оцінювання сукупного

перспективного потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємства, то послідовність його здійснення є такою ж, як і при оцінювання сукупного короткострокового потенціалу. Проте, при цьому повинна розглядатись можливість реалізації довгострокових заходів з підвищення конкурентоспроможності як досліджуваного підприємства, так і його конкурентів. Також слід враховувати можливі зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі конкурентів, що не пов'язані із результатами їх конкурентної боротьби. При цьому потенціал конкурентоспроможності підприємства за певним видом його продукції визначається рівнем її якості, питомими поточними витратами на її виробництво і збут, а також питомою капіталомісткістю цієї продукції. Перелічені показники пов'язані між собою та значною мірою зумовлені тією технологією, яку використовує підприємство. Тому рівень технологічного розвитку підприємства в багатьох випадках є вирішальним чинником, що формує потенціал його конкурентоспроможності. Подальші дослідження слід приділити розробленню методів прогнозування змін у часі величини потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Література

1. Аренков И. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития // Проблемы современной экономики. 2011. № 4. С. 40–43.
2. Ахматова М. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг. 2003. № 4(71). С. 25–38.
3. Близнюк С. В., Остапенко, А. В. Конкурентный потенциал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень // Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 7. С. 40–42.
4. Карачина Н. П. Конкурентный потенциал та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства // Економічний простір. 2014.

№ 86. С. 164–172.

5. Козик В. В., Ємельянов О. Ю., Петрушка Т. О. Інвестиційно-інноваційний механізм забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств // Проблеми економіки. 2014. № 1. С. 52–58.
6. Лужицький А. І. Ідентифікація поняття конкурентний потенціал підприємства та підходи до його управління // Інноваційна економіка. 2013. №8. С. 125–128.
7. Матвеев В. В. Сутність стратегічного управління конкурентним потенціалом підприємства // Молодий вчений. 2015. № 2 (17). С. 179–184.
8. Сімонова В. С. Підходи до визначення поняття «конкурентний потенціал» та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства // Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 6. С. 194–195.
9. Стахова М. В., Малик О. В. Кокурентний потеціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства // Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 16. С. 468–473.
10. Emelyanov A., Kurylo O., Vysotskij A. Structuring expenses of industrial enterprises in the evaluation process of its production and sales potential // Ekontechmod. An international quarterly journal. 2013. № 4. P. 11–17.
11. Yemelyanov O., Kurylo O., Petrushka T. Methodological principles of evaluating economic potential of industrial enterprise sustainable development // Scientific Bulletin of Polissia. 2018. № 2 (14). P. 141–149.
12. Yemelyanov O., Symak A., Zarytska O. Modelling the process of forming the potential of economic development of an industrial enterprise // *Periodyk naukowy Akademii Polonijnej, Czestochowa, Akademia Polonijna w Czestochowie*. 2016. № 3. P. 128–137.

References

1. Arenkov I. A. Konkurentnyy potentsial predpriyatiya: model i strategii razvitiya // Problemy sovremennoy ekonomiki. 2011. # 4. S. 40–43.
2. Akhmatova M. Teoreticheskie modeli konkurentosposobnosti // Marketing. 2003. # 4(71). S. 25–38.
3. Blyznjuk S. V., Ostapenko, A. V. Konkurentnyj potencial pidpryjemnytva jak kateghorija suchasnykh ekonomichnykh doslidzhenj // Investyciji: praktyka ta dosvid. 2011. # 7. S. 40–42.
4. Karachyna N. P. Konkurentnyj potencial ta jogho rolj u formuvanni konkurentospromozhnosti pidpryjemstva // Ekonomichnyj prostir. 2014. # 86. S. 164–172.
5. Kozyk V. V., Jemeljanov O. Ju., Petrushka T. O. Investycijno-innovacijnyj mekhanizm zabezpechennja konkurentospromozhnosti promyslovykh pidpryjemstv // Problemy ekonomiky. 2014. # 1. S. 52–58.
6. Luzhycykj A. I. Identyfikacija ponjattja konkurentnyj potencial pidpryjemstva ta pidkhody do jogho upravlinnja // Innovacijna ekonomika. 2013. #8. S. 125–128.
7. Matvejev V. V. Sutnistj strategichnogho upravlinnja konkurentnym potencialom pidpryjemstva // Molodyj vchenyj. 2015. # 2 (17). S. 179–184.
8. Simonova V. S. Pidkhody do vyznachennja ponjattja «konkurentnyj potencial» ta jogho rolj u formuvanni konkurentospromozhnosti pidpryjemstva // Formuvannja rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2011. # 6. S. 194–195.
9. Stakhova M. V., Malyk O. V. Konkurentnyj potecial jak osnova formuvannja konkurentospromozhnosti pidpryjemstva // Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky. 2017. Vyp. 16. S. 468–473.
10. Emelyanov A., Kurylo O., Vysotskij A. Structuring expenses of industrial enterprises in the evaluation process of its production and sales potential // Ekontechmod. An international quarterly journal. 2013. № 4. P. 11–17.

11. Yemelyanov O., Kurylo O., Petrushka T. Methodological principles of evaluating economic potential of industrial enterprise sustainable development // *Scientific Bulletin of Polissia*. 2018. № 2 (14). P. 141-149.
12. Yemelyanov O., Symak A., Zarytska O. Modelling the process of forming the potential of economic development of an industrial enterprise // *Periodyk naukowy Akademii Polonijnej, Czestochowa, Akademia Polonijna w Czestochowie*. 2016. № 3. P. 128-137.