

**Лугова О. І.**

*канд. екон. наук, асистент кафедри обліку і оподаткування*

*Миколаївський національний аграрний університет*

*м. Миколаїв, Україна*

*olha-luhova@ukr.net*

## **РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК УМОВА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

*Анотація: Ефективність управління ресурсним потенціалом безпосередньо пов'язана з конкурентоспроможністю підприємства. Сучасна економіка передбачає чотирьохрівневу градацію для оцінки конкурентоспроможності підприємства з точки зору його потенціалу. Визначальним критерієм ринкової конкурентоспроможності в сучасних умовах є якість пропонованого продукту, яка формується в тому числі і за рахунок якості ресурсного потенціалу.*

*Ключові слова: потенціал, конкурентоспроможність, управління, попит*

Ефективність управління ресурсним потенціалом безпосередньо пов'язана з конкурентоспроможністю підприємства, яку можна визначити як комплексну характеристику, що відображає порівняльну ефективність використання ресурсного потенціалу та переваги, що виникають при раціональному залученні і використанні, як самих ресурсів, так і ефектів їх взаємодії в певний проміжок часу.

Говорячи про конкурентоспроможність підприємства, необхідно враховувати її залежність від мінливих зовнішніх умов, які постійно формують виклики технологічного, організаційного, дослідницького, економічного характеру та відображають стан ресурсного потенціалу, комплексу залучених для реалізації цінностей і закладених в них взаємодій. Розширення набору компетенцій підприємства та використання ресурсного потенціалу підвищує конкурентоспроможність - можливість розвитку в оточенні аналогічних підприємств, готових застосувати ті ж інструменти для залучення і задоволення попиту.

Сучасна економіка в уявленні дослідників і авторів численної літератури

передбачає чотириохривневу градацію для оцінки конкурентоспроможності підприємства з точки зору його потенціалу.

На першому рівні управління практично займається питаннями організації виробництва і реалізації виробничого потенціалу, забезпечує виробничі потужності навантаженням і розподіляє ресурси відповідно до поточних завдань. Споживчий попит і конкурентоспроможність залишаються в кращому випадку на другому плані - так може тривати досить довго в умовах монопольного становища на ринку, низької конкурентоспроможності аналогічних підприємств, високого рівня незадоволеного попиту і необмеженості набору ресурсів для виконання стандартних завдань. Питання виявлення і розкриття потенціалу практично не викликають інтересу до того часу, коли зміни у зовнішньому середовищі не приведуть до помітного зниження завантаженості з причини переходу попиту до конкурентів.

На другому рівні зовнішня конкуренція враховується управлінням з точки зору відповідності стандартам, прийнятим в цьому конкурентному середовищі, що дозволяє використовувати рівномірно розподілений і все ще достатній або надлишковий попит для підтримки рентабельності і отримання прибутків. Основні зусилля в підтримці конкурентоспроможності спрямовані на збереження статус-кво в конкурентній позиції.

На третьому рівні конкурентна ідеологія управління формується на основі наявності переваг, які могли б підвищити попит і привести до більш ефективної діяльності при наявності стимулу до поліпшення конкурентної і економічної позиції. Реалізація потенціалу такого роду латентних переваг починається при зниженні попиту на продукт прийнятого стандарту, але не пов'язана з ініціативою внутрішнього походження. Можливість впливати на внутрішні процеси з метою підвищення ефективності діяльності реалізується в міру необхідності. Управління підприємством вже готове до змін, оскільки усвідомлює наявність потенціалу і, так чи інакше, обмірковує способи його розкриття.

На четвертому рівні керівництво здійснює активну діяльність по

реалізації потенціалу, підвищуючи конкурентоспроможність і забезпечуючи успіх в конкурентній боротьбі. Постіндустріальна економіка формує нові вимоги до конкурентоспроможності: існуючий попит не є стабільним ринковим середовищем, тому конкурентна боротьба переходить з фази «продано більше» в фазу «продавати більше стабільно», а це вимагає нового підходу до попиту, який стає частиною ресурсного потенціалу підприємства.

Потенційний попит, який може бути викликаний використанням власних переваг слід сформувати, стимулювати, розкрити і реалізувати, при цьому постійно рухаючись на крок попереду конкурентів у формуванні нового попиту. Тут ми фактично описуємо новий, п'ятий рівень конкурентоспроможності, найбільш придатний до сучасної економіки, яка сформувала суспільство споживання і стимулює його розвиток, оскільки на ньому ж і базується. Сучасні технології створення споживчого продукту настільки розвинені, що людина вже забезпечена всім необхідним, і конкуренція вимагає сформувати у споживача нові потреби, причому такі, задоволення яких може істотно поліпшити якість життя, перейти на новий рівень попиту і його задоволення [1].

З вищевикладеного випливає, що визначальним критерієм ринкової конкурентоспроможності в умовах розвинутого задоволення попиту є якість пропонованого продукту, яке формується, в тому числі і за рахунок якості залучених ресурсів, сукупної якості ресурсного потенціалу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кузьмич Н.П. Потенціал конкурентоспроможності будівельних організацій у сучасних умовах / Н.П. Кузьмич // Перспективи науки. - 2012. - № 7 (34). - С. 90–94.

### ***O. LUHOVA. RESOURCE POTENTIAL OF THE COMPANY AS A CONDITION OF ITS COMPETITIVENESS***

*Efficiency of management of resource potential is directly related to the competitiveness of the company. The modern economy involves a four-level graduation to assess the competitiveness of the company in terms of its potential. The decisive criterion for market competitiveness in modern conditions is the quality of the proposed product, which is also formed at the expense of the quality of the resource potential.*

*Key words: potential, competitiveness, management, demand*