



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**77-ї НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ПРОФЕСОРІВ,
ВИКЛАДАЧІВ, НАУКОВИХ ПРАЦІВНИКІВ,
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ**

16 травня – 22 травня 2025 р.

3. *Смарт-спеціалізація в Україні: чому не так, як в Європі? Industry4Ukraine*. 17 серпня 2020. URL: <https://www.industry4ukraine.net/bez-kategoriyi-uk/smart-speczializacziya-v-ukrayini-chomu-ne-tak-yak-v-yevropi/>

4. Олешко А. А., Шацька З. Я., Ровнягін О. В. *Смарт-спеціалізація України в перспективі післявоєнного відновлення економіки. Ефективна економіка*. 2022. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10286>

5. Сорока М. А. *Особливості впровадження СМАРТ-спеціалізації у країнах Європейського Союзу: досвід для України. В матеріалах IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Формування ефективної системи управління та публічного адміністрування в умовах транзитивної економіки»*. Харків. 2022. С. 186-188. URL: https://mmgh.kname.edu.ua/images/NAUKA/2022/Zbirnik_tez_konf_2022.pdf.

УДК 369.013

*М.Б. Чижевська, к.е.н., доцент
Д.В. Ляшенко, студент
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

СУТНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність є одним із ключових чинників забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки. Це інтегральна характеристика, що відображає здатність підприємства ефективно функціонувати в конкурентному середовищі, задовольняти потреби споживачів та забезпечувати стабільне зростання ринкової частки. Потенціал конкурентоспроможності визначається як сукупність ресурсних, організаційних, технологічних та інших можливостей, що дозволяють підприємству досягати та підтримувати конкурентні переваги [1].

Оцінка потенціалу конкурентоспроможності є важливою складовою стратегічного управління. Вона дає змогу ідентифікувати сильні та слабкі сторони підприємства, оцінити рівень його готовності до конкурентної боротьби та сформулювати рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування. У процесі такої оцінки розглядаються інноваційна здатність, адаптивність до змін ринкового середовища, фінансова стабільність, якість управління тощо.

У контексті сучасних викликів, пов'язаних із військовими діями на території України, значення оцінки конкурентоспроможного потенціалу суттєво зростає. Повномасштабна війна спричинила серйозні

трансформації у функціонуванні національної економіки, зокрема дестабілізацію логістичних ланцюгів, зниження платоспроможності споживачів, порушення виробничих процесів. У таких умовах системна діагностика потенціалу конкурентоспроможності набуває пріоритетного значення.

Формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства обумовлюється дією комплексу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів [2]. Внутрішні фактори включають: ефективність використання наявних виробничих ресурсів; якість управлінських процесів; кадровий потенціал та рівень професіоналізму персоналу; інноваційна активність підприємства; фінансова забезпеченість та ліквідність активів.

До зовнішніх факторів належать: кон'юнктура цільових ринків; інтенсивність конкурентної боротьби в галузі; регуляторна політика держави (податкове, митне, антикризове регулювання); рівень розвитку інфраструктури та наявність зовнішньоекономічних зв'язків; геополітична стабільність та безпекові ризики [3].

В умовах війни особливої актуальності набувають такі фактори, як адаптивність підприємства до кризових ситуацій, здатність до релокації виробництва, наявність стратегічних запасів сировини, взаємодія з державними та міжнародними органами підтримки.

Для оцінки потенціалу конкурентоспроможності використовуються різноманітні методи, які можна класифікувати на якісні, кількісні та комплексні. До якісних методів належать [4]:

SWOT-аналіз (визначення сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз);

PEST-аналіз (оцінювання впливу політичних, економічних, соціальних і технологічних чинників);

експертне оцінювання (застосування анкетування та інтерв'ювання фахівців галузі).

Кількісні методи включають: аналіз фінансово-економічних коефіцієнтів (рентабельність, ліквідність, оборотність активів); інтегральне оцінювання з використанням вагових коефіцієнтів та формуванням агрегованого показника конкурентоспроможного потенціалу

Комплексні моделі базуються на поєднанні різних підходів і дозволяють отримати всебічну картину конкурентоспроможності. Прикладами таких моделей є матриця VCG, модель п'яти сил Портера, модель конкурентного профілю (Competitive Profile Matrix).

У практиці оцінювання можуть застосовуватись і спеціалізовані таблиці з баловими оцінками параметрів, які забезпечують візуалізацію результатів та спрощують процес прийняття управлінських рішень.

В умовах війни до класичних методів додаються адаптовані підходи, що враховують фактори ризиків, стійкості до кризових явищ, ефективності антикризового управління. Особливу увагу приділяють динаміці

відновлення підприємств, інноваційній гнучкості та залученню альтернативних джерел фінансування.

Отже, застосування системного підходу до оцінювання потенціалу конкурентоспроможності дає змогу підвищити ефективність стратегічного управління, забезпечити своєчасне реагування на зовнішні виклики та сформувані умови для сталого розвитку підприємства.

Література:

1. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
2. Леськів Г. З., Франчук В. І., Левків Г. Я., Гобела В. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.
3. Хомяк О. Вплив воєнного стану на конкурентоспроможність українських підприємств. Бізнес Інформ. 2022. №11. С. 22–28.
4. Швець І.Г. Конкурентоспроможність підприємства: сучасний стан і перспективи. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2024. №3. С. 108–117.

UDC 339: 138

*K. Chichulina, PhD in Technical Sciences, Associate Professor,
National University
«Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»
B. Bauchadze, PhD, Academic Doctor of Business Management,
Shota Rustaveli Batumi State University, Georgia*

SMM STRATEGY: GOALS AND SUCCESS METRICS

Social media has become an integral part of marketing. Developing an effective SMM strategy requires clear planning. It is important to define goals and metrics to measure success. This document will help you in this process. Audience and competitor analysis presented in the figure 1. The role of marketing metrics in social media is presented in [1].

Target audience	Analysis of competitors
Define your target audience. Who are your potential customers? What are their needs and interests? Understand their demographics.	Research your competitors. What strategies do they use? What works well for them? What weaknesses can you exploit?

Fig.1. Audience and competitor analysis

SMART goals for an SMM campaign are:

- 1) Specificity. Goals should be clear. What do you want to achieve?
- 2) Dimensionality. How will you measure success?
- 3) Attainability. Goals must be realistic.