**А.Є. Спіцина, Б.Ю. Галицький**

**(Київ, Україна)**

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

Сучасні тенден­ції розвитку економіки держави переконливо доводять, що вирішальним чинником виходу з економічної кризи стають перетворення на мікрорівні саме-реорганізація транспортних підприємств, що пристосовуються до нових умов господарювання.

Автомобільний транспорт, який завжди виступав невід’ємним і стратегічно важливим елементом транспортної інфраструктури, забезпечуючи до 90% переміщень вантажів і перевезень пасажирів [5], змінив свою роль в Україні з позаминулого року. Так до цілком традиційних функцій із переміщення вантажів і перевезення пасажирів регулярними рейсами додалися кардинально нові функції, обумовлені воєнним станом у країні, зокрема функція екстреної евакуації бійців із передової та населення з прифронтових районів, функція своєчасного забезпечення збройних сил всіма необхідними ресурсами, функція термінової зміни логістики у зв’язку з ворожими обстрілами (як наслідок ‒ пошкодження дорожнього полотна) та/або блекаутами (як наслідок ‒ необхідності заміни електротранспорту на маршрутах) тощо. Умови, в яких функціонують підприємства автомобільного транспорту в Україні, суттєво змінилися, що потребує належного закріплення на законодавчому рівні у вигляді вдосконалення нормативно-правової бази. Починаючи з лютого 2022 року транспортний сектор України зазнав непередбачуваних руйнівних змін.

Сьогодні чинне законодавство України надало суб’єктам господарювання більше прав і свобод. Водночас багато підприємств неефективно використовують наявні кошти та не налагоджують прибуткову діяльність через відсутність якісної конкурентоспроможної продукції та відсутність стратегічного мислення. В останні роки спостерігається значне зростання конкуренції в усіх сферах економічної діяльності. Поява великої кількості нових підприємств, лібералізація імпорту, проникнення іноземних компаній на внутрішній ринок, розвиток ринку капіталу та акціонерних підприємств – усе це істотно змінило ринкову ситуацію. Зменшення платоспроможного попиту, з одного боку, і збільшення пропозиції товарів і послуг, з іншого, створили умови, коли такі поняття, як «потенціал» і «конкурентоспроможність», стали невід'ємною частиною діяльності будь-якого підприємства. У такій ситуації кожному виробнику стає необхідно аналізувати конкурентоспроможність і розробляти ефективні засоби її підвищення. Іншими словами, проблема досягнення конкурентного потенціалу підприємства є дуже важливою умовою успішного функціонування транспортного підприємства [5].

Сьогодні завдяки конкуренції, з усією її тонкістю та динамічністю, перемагає той, хто аналізує та бореться за свою конкурентну позицію. Щоб вистояти в цій боротьбі, кожне підприємство має поставити перед собою завдання підвищення рівня конкурентоспроможності не тільки послуг та робіт, але й самого підприємства в цілому та його потенціалу.

Потенціал підприємства – це абстрактна економічна категорія, з одного боку, яка є результатом взаємодії всіх елементів економічних відносин, причому не тільки існуючих, а й прихованих. А з іншого боку, це економічна основа, реальна сила розвитку організації, що характеризується системою показників, які відображають не тільки наявні ресурси, а й їх резерви, які можуть бути використані за певних умов [1].

Ефективне використання потенціалу автопідприємства означає здатність одночасно і раціонально використовувати всі наявні ресурси для досягнення високих кінцевих результатів і задоволення потреб споживачів. Формування потенціалу підприємства – це процес виявлення та створення спектру підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм для сталого розвитку та ефективного відтворення [2].

Потенціал підприємства відіграє важливу роль як у довгостроковому, так і в короткостроковому розвитку підприємства. Потенціал характеризує поточний стан підприємства і є передумовою формування його майбутніх результатів і майбутнього стану, а розвиток – це шлях переходу від поточного стану до майбутнього.

Якщо говорити про зв'язок між потенціалом підприємства та його розвитком, то слід навести такі аргументи:

- розвиток підприємства в довгостроковій перспективі є причинно-наслідковою основою формування її нового потенціалу, а створений потенціал підприємства є причинно-ресурсною основою її подальшого розвитку;

- розвиток підприємства спрямований на забезпечення аутопоезису, а потенціал створює для цього необхідні умови та містить необхідні ресурси;

- кількісне накопичення потенціалу підприємства (у вигляді збільшення виробничих, фінансових, інтелектуальних і трудових можливостей) сприяє появі якісно нових шляхів і можливостей розвитку підприємства;

- розвиток підприємства в довгостроковій перспективі з використанням наявного потенціалу підприємства створює умови для руйнування його попереднього потенціалу та створення нового.

Потенціал будь-якого підприємства тісно пов'язаний з його конкурентоспроможністю. У загальному вигляді конкурентоспроможність - це здатність об'єкта конкурувати в порівнянні з подібними об'єктами в конкурентному середовищі. Конкурентоспроможність визначає потенціал виживання підприємства за умови стійкої конкуренції на даному ринку та відтворює ефективність використання його ресурсів. Щоб підприємство було конкурентоспроможним, необхідно завжди дбати про якомога глибше та ефективніше використання ресурсів [3].

Потенціал підприємства забезпечує конкурентні переваги в майбутньому, тобто може посилити або зменшити існуючі на даний момент. Тому доцільно говорити про конкурентоспроможність потенціалу підприємства, яке в свою чергу відіграє важливу роль у подальшому розвитку підприємства. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства розглядається як комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваги сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають успіх на конкретному ринку за визначений період часу, по відношенню до сукупності аналогічних показників конкуруючих підприємств [4].

Можна виділити декілька особливостей та рівнів конкурентоспроможності потенціалу підприємства, які наведені в табл.1.

*Таблиця 1*

Особливості та рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства

|  |  |
| --- | --- |
| Особливості | Рівні |
| Конкурентоспроможність не є властивою якістю підприємства. Це можна лише виявити та оцінити наявність конкурентів | Підприємства першого рівня прагнуть розглядати організацію апарату управління як внутрішній нейтральний елемент потенціалу, керівник лише коригує надання послуг, не враховуючи питання конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів |
| Інтерпретація конкурентоспроможності потенціалу відносний, тобто має різні рівні відносно різних конкурентів | Підприємства другого рівня конкурентоспромож-ності прагнуть створити «зовні нейтральний» виробничий елемент потенціалу.Тому потенціал підприємства повинен повністю відповідати стандартам, визначеним її основними конкурентами |
| Конкурентоспроможність потенціалу підприємства визначається шляхом розрахунку продуктивності ресурсів, що використовуються у процесі виробництва. | Виробнича складова потенціалу підприємств третього рівня зазнає сильного впливу управлінської складової та сприяє його розвитку та вдосконаленню |
| На рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства впливає рівень конкурентоспроможності його складових (насамперед продукції), а також загалом | Підприємство четвертого рівня: коли успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки. функцію управління і стає залежним |
| Конкурентоспроможність галузі та держави | За якістю, ефективністю управління, організацією виробництва підприємства виходять на четвертий рівень конкурентоспроможності свого потенціалу і надовго обганяють конкурентів. |

Основною характеристикою конкурентного потенціалу автотранспортного підприємства є здатність адаптуватися до умов мінливого зовнішнього середовища. Швидку адаптацію потенціалу має забезпечувати комплекс інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних складових, які визначають успішну діяльність на ринку. Відповідно до цього, якщо підприємство має широкий спектр компетенцій з відповідним рівнем якості, то передумови для перемоги в конкурентній боротьбі кращі, а значення конкурентного потенціалу досить високе.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства як об'єкта управління - це система взаємопов'язаних елементів, що складається з внутрішнього середовища підприємства, його споживачів і конкурентів, об'єднаних в єдине ціле для виконання завдання забезпечення міцних конкурентних позицій, збереження існуючих та збільшення нових конкурентних переваг [3].

Система конкурентоспроможності потенціалу підприємства, заснована на виявленні проблемно-орієнтованого контуру управління, має цільовий циклічний характер. Це дозволяє своєчасно враховувати і реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, і тим самим забезпечувати високий рівень його адаптивності до динамічних умов середовища;систематизувати вхідні та вихідні інформаційні потоки за циклами та контурами керування, оперативно використовувати отриману інформацію в системі управління.

Конкурентний потенціал підприємства – це взаємозв’язок чотирьох аспектів діяльності підприємства: маркетингу, фінансів, внутрішніх процесів, розвитку. Для оцінки конкурентного потенціалу підприємства були виявлені та згруповані показники, які мають між собою причинно-наслідкові зв’язки, які комплексно висвітлюють діяльність підприємства незалежно від розміру та напряму діяльності[1].

Для оцінки конкурентного потенціалу підприємства в зарубіжній практиці використовуються різні методи:

- за напрямом формування інформаційної бази можна виділити критеріальний та експертний методи оцінки;

- за способом відображення кінцевих результатів виділяють графічний, математичний та логістичний методи оцінки;

-за можливості розробки управлінських рішень існують методи негайної та стратегічної оцінки;

-за способом оцінки виділяють індикаторний та матричний методи.

Використання різноманітних методів виявлення та оцінки конкурентних переваг підприємства дозволяє найбільш повно та ґрунтовно розглянути можливості підприємства у формуванні та реалізації його конкурентного потенціалу.

Процеси трансформації економічних відносин і розвиток ринкових відносин, що характеризуються суттєвими змінами зовнішнього економічного середовища, загостренням і посиленням конкуренції, вимагають від керівників пошуку і застосування нових, найбільш ефективних підходів і форм управління автотранспортними підприємствами.

Тенденції розвитку науки управління визначили еволюцію управління конкурентоспроможністю підприємства від поточної діяльності до визнання необхідності сталості цього процесу. Кожне з вітчизняних підприємств, що працює стабільно або має ознаки кризи, повинно враховувати неминучість виникнення ризикових ситуацій, які можуть призвести до збоїв у його роботі чи серйозної дестабілізації та постійно оновлювати окремі функціональні елементи управління потенціалом конкурентоспроможності [4].

Вимоги конкурентного середовища ставлять перед суб’єктами господарювання завдання зміцнення власного потенціалу та розробки конкурентоспроможних стратегій.

Конкурентоспроможність окремих елементів конкурентного потенціалу при збалансованій організаційній взаємодії має забезпечувати їх синергію.Тому забезпечення конкурентних переваг та можливість їх створення має базуватися на адекватній системі управління ними та нарощення конкурентного потенціалу.

Пріоритетамив Україні мають стати формування ефективного конкурентоспроможного ринку транспортних послуг і побудова збалансованої за видами транспорту національної транспортної системи, здатної задовольнити в повному обсязі потреби економіки та населення у перевезеннях, забезпечити належну якість і безпеку перевізного процесу, зменшити негативнии вплив транспорту на довкілля, а також повною мірою реалізувати транзитний потенціал України [5].

Транспортна система завжди була, є і буде основним об’єднуючим елементом без якого неможливе функціонування економіки держави. Недарма транспорт порівнюють з нервовою системою і кровоносними судинами живого організму. Без відповідного розвитку транспорту неможливе зростання економіки і культури країни, забезпечення обороноздатності держави.

**Література:**

1. Балабанова І.В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентних переваг [Електронний ресурс] / І.В. Балабанова. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3\_ANRR\_2009/Economics/38882.doc.htm.

2. Дикань В.Л.Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Збірник наук. Prats. Харків, УкрДАЗТ, 2011. No 36. С. 100-105.

3.Матвєєв В.В. Система понять, які характеризують конкурентний стан підприємства / В.В. Матвєєв *// Науковий журнал «Інтелект ХХІ*». – 2014 – №2 . – С. 55-62.

4.Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспро-можності підприємств: монографія / за загальною редакцією професора О.Г. Янкового. – Одеса, Атлантю. 2017. – 514 с.

5.Шевченко І.Ю. Місце автомобільного транспорту в транспортному комплексі України. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної конференції*, присвяченої 85-річчю ХНАДУ, 27.11.2015 р. Х.: ФОП Крамаренко Ю.М., 2015. С. 105‒109.