

М. С. Кравченко,
кандидат економічних наук, доцент,
ORCID 0000-0003-2185-178X,
e-mail: kravchenko.maryna@gmail.com,

А. С. Будагян,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
ORCID 0009-0005-2899-0071,
e-mail: arsenbudagyan@gmail.com,

О. О. Ревякін,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
ORCID 0009-0009-3145-6653,
e-mail: reviakn_o_o@aspirants.pstu.edu,
ДВНЗ «Приазовський державний
технічний університет», м. Дніпро

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПОТЕНЦІАЛОМ ТА СТРАТЕГІЄЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. Успіх у будь-якій діяльності в основному визначається правильною стратегією підприємства. Управління його розвитком передбачає необхідність розроблення та впровадження інтегрованої системи стратегічного управління (далі СУ), основою якої на нашу думку, має виступати процес розробки та реалізації стратегії підприємства.

Динамічність, відмітність природи та різноманітність впливу багаточисельних чинників, що впливають на діяльність підприємств, значно ускладнюють формування ними достатнього стратегічного потенціалу для досягнення встановленої загальної стратегії. Цілком очевидно, що така багатопланова проблема постійно знаходиться у полі зору багатьох науковців і практиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження методик стратегічного управління підприємством та переліку основних етапів останнього знайшло своє відображення в роботах багатьох не тільки закордонних, але й вітчизняних економістів. Найбільш вагомий внесок у розвиток теоретичних і практичних аспектів стратегічного управління підприємством з урахуванням такої складової, як стратегічний потенціал підприємства, зробили такі вітчизняні та закордонні вчені та економісти, як: О. Виханський, Т. Йеннер, О. Колесніков, Б. Мізюк, І. Отенко, О. Ревенко, О. Таран, Н. Шелегеда, Г. Шульга.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз інформаційних джерел [1-4; 8; 10] засвідчує, що в науковій літературі досить докладно викладено методичні підходи до

стратегічного управління підприємством, однак питання врахування в останніх оцінювання та управління стратегічним потенціалом (далі СПП), як одних з етапів процесу розроблення та реалізації стратегії підприємства, опрацьовано лише частково, а надбані результати мають несистематизований, іноді суперечливий характер. Зазначене окреслило сферу дослідження, часткові результати якого представлено в даній статті, метою якої є удосконалення процесу розроблення та реалізації стратегії підприємства.

Постановка задачі. Для досягнення поставленої мети автором поставлено і вирішено наступні завдання: виділено основні складові СУ; систематизовано його принципи та функції; встановлено предмет та об'єкти СУ; розроблено удосконалену систему розроблення та реалізації стратегії.

Результати. Для того, щоб підприємство в умовах непередбачуваних змін зовнішнього середовища було спроможне дотримуватися визначеної цілі та при цьому бути гнучким, його система управління повинна забезпечувати:

- 1) визначеність загальних напрямків розвитку;
- 2) правильність вибору стратегій розвитку;
- 3) чіткість відбору напрямків використання та відповідного розподілу ресурсів;
- 4) правильність оцінювання ступеня відповідності СПП встановленої стратегії;
- 5) ефективність системи управління СПП;
- 6) наявність системи стратегічного контролю.

Провідне місце в такому забезпеченні надається саме стратегічному менеджменту.



Аналіз інформації [1-4; 8; 10] показав, що загалом СУ розглядається як процес розроблення та реалізації стратегії підприємства, що функціонує в умовах зовнішнього середовища [10, с. 19].

Характерні риси стратегічного управління певної організації, на нашу думку, залежать від взаємодії таких чинників: галузевої приналежності; розмірів організації (залежно від галузевих особливостей); типу виробництва, рівня спеціалізації, концентрації та кооперації; характерних рис СПП; обраної стратегії підприємства; ефективності менеджменту тощо.

Ефективність реалізації стратегії підприємства, на нашу думку, залежить від:

- 1) використання СПП як основного фактора стратегічного розвитку організації;
- 2) гнучкої орієнтації до змін зовнішнього середовища;
- 3) своєчасних змін в організації з метою збереження та розвитку конкурентних переваг;
- 4) обґрунтованості обраної стратегії та ін.

Виділяють три групи об'єктів СУ, що відповідають трьом структуроутворюючим рівнями підприємства:

– функціональна сфера діяльності – це структурні підрозділи підприємства, орієнтовані на виконання певних функцій і забезпечення успішної діяльності стратегічних одиниць бізнесу та підприємства в цілому (НДР, виробництво, фінанси тощо) [10, с. 62];

– підприємство в цілому;
– СПП, який включає внутрішній та зовнішній потенціали, залучені в господарську діяльність підприємства і які здатні визначати конкурентоспроможність підприємства в довгостроковому періоді.

Отже, предметом стратегічного управління є такі складові: генеральні цілі організації; стратегії підприємства; елементи СПП, якщо ці елементи є необхідними для досягнення цілей, але в даний момент відсутні або наявні в недостатньому обсязі.

Наш інформаційний пошук [4-8; 10-11] показав, що незважаючи на деякі відмінності в поглядах на етапи СУ, в цілому можна виділити такі:

- 1) встановлення місії та цілей організації;
- 2) аналіз зовнішнього середовища підприємства;
- 3) розробка стратегії та формування «стратегічного набору підприємства»;
- 4) система реалізації стратегії;
- 5) стратегічний контроль.

Хоча більшість дослідників визнає значущість СПП та необхідність оцінювання та управління ним, зазвичай не включають їх до процесу стратегічного управління підприємством. Врахування останніх у процесі стратегічного управління досліджуваної категорії дозволяє більш повно оцінити ресурси та можливості підприємства їх відносно відповідності обраній стратегії та прийняти зважене стратегічне рішення.

Тому, ми пропонуємо до етапів стратегічного управління включити етапи аналізу поточного рівня СПП оцінювання та управління останнім. Таким чином, запропонований нами вдосконалений загальний алгоритм розробки та реалізації стратегії включає такі етапи:

1. Визначення місії підприємства. Місія – це головна загальна ціль організації, яка визначає причину її існування. Вона деталізує статус підприємства й забезпечує напрям та орієнтири для встановлення цілей і стратегій на різних його рівнях. Отже, формування місії повинно передбачати:

- цілі та завдання підприємства з точки зору його основних послуг і виробів, ринків та основних технологій, тобто відповідно до характеру своєї підприємницької діяльності;
- робочі принципи підприємства стосовно зовнішнього середовища, цінності, на яких базується його діяльність;
- культуру організації, робочий клімат на підприємстві, людей, яких приваблює даний клімат, правила та взірці поведінки [9, с. 44].

2. Визначення цілей підприємства. Встановлення конкретних цілей допомагає перейти від загального формування місії до окремих планів роботи, за допомогою яких можна досягти конкурентних переваг [8, с. 28]. Цей процес складається з послідовності чотирьох взаємопов'язаних дій [5, с. 207]:

- визначення закономірних та необхідних характеристик об'єкта управління, відображення їх у меті;
- встановлення можливих, але небажаних характеристик і стану об'єкта, передбачення заходів, що дають змогу відокремити вплив цих обставин на мету;
- виявлення можливих та бажаних обставин і характеристик та включення їх до мети;
- розроблення заходів щодо обмеження мети від бажаних, але об'єктивно неможливих обставин та стану об'єкта управління.

3. Аналіз середовища підприємства припускає дослідження трьох його складових: макросередовища, мікросередовища та внутрішнього середовища.

Аналіз макросередовища включає вивчення таких компонентів: стан економіки, правове регулювання та управління, політичні процеси, природне середовище й ресурси, соціальна та культурна складові суспільства, його науково-технічний й технологічний розвиток, інфраструктура тощо.

Аналіз мікросередовища проводиться за такими компонентами: споживачі, постачальники, конкуренти, ринок робочої сили.

Аналіз внутрішнього середовища показує ті внутрішні можливості та ресурси, на які може розраховувати організація у конкурентній боротьбі в процесі досягнення своїх цілей, а також дозволяє

більш вірно сформулювати місію та краще з'ясувати цілі підприємства.

Для аналізу середовища використовується метод SWOT – аналізу, який є досить поширеним підходом, що дозволяє провести одночасне вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища.

4. Розробка стратегії підприємства. Стратегія – це довгостроковий курс розвитку фірми, спосіб досягнення цілей, який вона визначає для себе, та альтернативних варіантів керування власними міркуваннями в межах своєї політики [8, с. 36]. На цьому етапі підприємство визначає як воно буде досягати свої цілі та реалізувати місію.

5. Оцінювання стратегічного потенціалу підприємства, що базується на визначенні ступеня відповідності СПП встановленій загальній стратегії підприємства [5, с. 33]. Якщо оцінка показує, що останній відповідає встановленій загальній стратегії підприємства, то переходимо до етапу управління стратегічним потенціалом підприємства. Якщо виявляється невідповідність СПП встановленій загальній стратегії підприємства, то необхідним є перегляд цієї стратегії, тобто переходимо до 2 етапу, а саме, до перегляду цілей підприємства на їх ефективність з урахуванням змін у зовнішньому середовищі та рівня існуючого СПП.

6. Управління стратегічним потенціалом підприємства. Стратегічною метою підприємства є досягнення стійких конкурентних переваг на ринку у довгостроковому періоді. Засобом та джерелом досягнення цього є стратегічний потенціал підприємства, що включає ресурси та компетенції, якими володіє або може володіти організація.

Управління даними процесами передбачає розробку, вибір та обґрунтування пріоритетів розвитку підприємства, формування оптимальної структури цілей та розробку й реалізацію загальної стратегії підприємства, а також формування відповідної їм структури СПП, проведення контролю за реалізацією стратегії та завчасною її корегуванням.

Процеси управління, використання, формування та розвитку СПП мають як поточний, так і стратегічний характер. При управлінні останнім ми зацикаємося з управлінням як поточним станом підприємства, так й перспективами його розвитку.

Процес розвитку підприємства відбувається в умовах невпевненості у майбутньому й припускає вплив випадковостей, тому управління СПП носить довгостроковий стратегічний характер. Цей процес включає постійний пошук та реалізацію нових можливостей та шляхів використання ресурсів, форм і видів діяльності підприємства.

Метою управління процесом функціонування підприємства є отримання прибутку в короткостроковому періоді часу та збереження його поточного рівня за рахунок використання поточних можливостей та компетенцій, тобто за рахунок використання поточного потенціалу. Оскільки СПП включає не тільки можливості та ресурси, які підприємство

може отримати в перспективі, а й ті, що воно вже має, то процес управління СПП має деякою мірою поточний характер.

Задля супроводження процесів управління СПП є необхідним створення оціночно-аналітичної системи на підприємстві. Ми пропонуємо використовувати методичний підхід до управління досліджуваною категорією, який включає загальний алгоритм, що складається з таких етапів.

1. Визначення поточного рівня СПП, за допомогою його узагальнюючої структури [6] та використовуючи експертний метод, результати розрахунку якого заносяться до зведеної таблиці [6].

2. Оцінювання рівня використання СПП, за допомогою узагальнюючого коефіцієнту СПП за критерієм відповідності загальній стратегії підприємства. Методика даного оцінювання більш детально описана у [11].

3. Прийняття рішення з управління СПП. На цьому етапі приймаються такі рішення: підвищення ефективності використання всього СПП, а також окремих його елементів; спрямування ресурсів на підвищення рівня найбільш вагомих складових СПП для досягнення встановленої стратегії підприємства; спрямування ресурсів на підвищення рівня найбільш вагомих складових СПП для досягнення встановленої стратегії підприємства; перерозподіл ресурсів у структурі СПП тощо.

Наприкінці цього етапу обирається один з чотирьох шляхів використання СПП [2]:

– *Орієнтація на існуючий СПП на освоєних ринках.* При цьому основну увагу підприємство концентрує на своїх сильних сторонах. Очевидно, що подібна орієнтація може призвести до послаблення конкурентних позицій, особливо на динамічних ринках.

– *Створення нового СПП на вже освоєних ринках.* Це головний напрям розвитку підприємства у разі, коли оброблені ринки володіють достатнім потенціалом зростання або коли у підприємства немає засобів для експансії на інших ринках. З формуванням нового потенціалу підприємство прагне поліпшити або зберегти свої конкурентні позиції.

– *Освоєння нових ринків за допомогою існуючого СПП.* Підприємство на базі своїх ресурсів і компетенцій шукає нові можливості або ринки, де вони мають можливість прибутково використовуватися. Головною проблемою при такій орієнтації в багатьох випадках є відсутність ринкових "ноу-хау", що ускладнює профілізація товарів та послуг у споживачів і формування ефективної збутової мережі.

– *Створення нового СПП для освоєння нових ринків.* Це найважчий шлях, оскільки підприємство не знайоме із специфікою нового ринку, крім того вимушене розвивати компетенції, які повинні забезпечити йому довгострокові переваги перед конкурентами. Через великі ризики подібна ситуація виправдана лише в тих випадках, коли ринок обіцяє дуже високий прибуток. Це, як правило, типово для

ринків, що зароджуються та на яких новий поставальник товарів і послуг не відчуває звичайний тиск з боку існуючих на цих ринках конкурентів. Подібна орієнтація не виправдана, коли ринок не володіє високим потенціалом зростання, що може призвести до великих ризиків, а наявні ресурси підприємства не гарантують експансії.

4. Контроль за використанням СПП. Рішення щодо його створення орієнтовані на майбутнє. Йдеться в першу чергу про те, щоб завчасно знайти деградацію задіяного СПП і появу нового. Особливе значення мають передумови, обумовлені потребами клієнтів. Вельми важливі передумови, пов'язані з конкурентами, оскільки ресурси підприємства втрачають свою цінність саме під впливом їх активності. Нарешті, необхідна перевірка на спроможність і внутрішньо фірмових передумов. На підприємствах з широко диверсифікованими програмами особливо увагою користуються стратегічні установки загального фірмового масштабу, які знову ж таки залежать від шансів на різних ринках.

Цей вид контролю може бути орієнтований як на перевірку ефективності задіяного СПП, так і на результати робіт із створення нових ресурсів і компетенцій підприємства. В рамках даного етапу необхідно відповісти на наступні питання [6]: чи дотримуються плани по створенню нового виробничого потенціалу; чи досягається за допомогою діючого потенціалу адекватна конкурентна позиція на ринку; чи забезпечує завойована позиція задовільний рівень прибутку.

При цьому завчасно повинні виявлятися події, які несуть загрозу для СПП. На практиці разом з виявленням загроз, з'являється можливість знайти нові шанси і забезпечити підприємству розвиток відповідно до динаміки зовнішнього середовища.

Таким чином, через визначальний вплив СПП на можливість підтримки стійкості підприємства, отримання додаткових конкурентних переваг та забезпечення здійсненності встановленої загальної стратегії у довгостроковому періоді, управління останнім є одним з основних етапів стратегічного управління підприємством.

5. Реалізація стратегії – стосується всіх сфер управлінської діяльності, які пов'язані з впровадженням розроблених стратегій, наглядом за їх здійсненням та досягненням визначених результатів. Механізм, що дозволяє досягти такого результату повинен підсилюватися тактичними та оперативними заходами, що оформлюються відповідними організаційними планами, сітковими графіками, технологічними картами, тощо, за участю самих виконавців [4, с. 466].

Література

1. Шершньова З. Є., Оборонська С. В. Стратегічне управління: підручник. Київ: КНЕУ, 1999. 384 с.
2. Шульга Г. О. Стратегічне управління розвитком підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук зі спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами». Харків, 2001. 19 с.

6. Контроль за реалізацією стратегії забезпечує стійкий зворотній зв'язок між тим, як йде процес досягнення цілей та власне цілями організації.

7. Перегляд стратегії підприємства щодо її актуальності забезпечує критичну оцінку діючої стратегії підприємства. Щоб завчасно виявити ринкові небезпеки і пов'язані з ними зміни, необхідна постійна перевірка придатності стратегічних планів. Важливо правильно оцінити, наскільки ухвалені у минулому рішення ще придатні на фоні поточного і очікуваного розвитку ринкової ситуації [6]. Якщо оцінка обраної стратегії дає позитивний результат, тобто стратегія відповідає встановленим цілям організації, враховуючи зміни у зовнішньому середовищі, то вона продовжує реалізовуватися.

Якщо ж оцінка виявиться негативною, тобто стратегія потребує зміни або корегування, то відбувається перехід до другого етапу СУ, а саме, до перегляду цілей підприємства на їх ефективність з урахуванням змін у зовнішньому середовищі.

У зв'язку з цим особливе значення набуває стратегічний контроль. Оскільки упущення і помилки в області стратегії виявляються через значний час, то він націлений не стільки на виявлення зроблених у минулому помилок, скільки на ідентифікацію необхідних поправок курсу в майбутньому. До складу стратегічного контролю входять такі етапи СУ: контроль за реалізацією та оцінювання обраної стратегії.

Стратегічний контроль спрямований на з'ясування того, в якій мірі реалізація стратегії призводить до досягнення цілей підприємства, що принципово відрізняє його від управлінського або оперативного контролю, оскільки він не зосереджений на правильності виконання стратегічного плану, окремих робіт, функцій й операцій, здійсненні стратегії. Він фокусується на можливості в подальшому реалізувати обрану загальну стратегію та встановити чи призведе її реалізація до досягнення встановлених цілей. Корегування за його результатами може стосуватися як стратегії, так і цілей організації.

Висновок. Таким чином, врахування оцінювання та управління СПП як складових системи СУ та їх аналіз дозволяє прийняти більш зважені стратегічні рішення, надати рекомендації щодо шляхів підвищення: ефективності використання СПП, адаптивності підприємства до змін у зовнішньому середовищі.

На завершення можна констатувати, що питання розробки загального алгоритму управління СПП та інші поки що лишаються відкритими і являють собою проблемне поле для подальших досліджень як безпосередньо автором цієї статті, так і чисельних науковців та практиків, що спеціалізуються у цій предметній галузі.

3. Мізюк Б. М. Стратегічне управління підприємством: підручник. Львів: Коопосвіта ЛКА, 1999. 388 с.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник [2-ге вид., перероб. і доп.]. Київ: КНЕУ, 2004. 699 с.
5. Ареф'єва О. В., Коренков О. В. Управління потенціалом розвитку промислових підприємств: монографія. Київ: ГРОТ, 2004. 200 с.
6. Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Знання України, 2005. 250 с.
7. Гончарова С. Ю., Отенко І. П. Стратегічне управління: навч. посіб. Харків: Вид. ХНЕУ, 2004. 164 с.
8. Дребот Н. П. Стратегічне управління: навч. посіб. Львів: ЛБІ НБУ, 2005. 150 с.
9. Таран О. М. Стратегічне управління: навч. посіб. Харків: Харк. нац. аграрний ун-т, 2004. 145 с.
10. Шелегеда Б. І. Стратегічне управління потенціалом підприємства: монографія. Донецьк: Інститут економіки промисловості; ДонУЕП, 2006. 219 с.
11. Кібук Т. М. Методика оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2008. № 12 (91). С. 31-37.
12. Бондар Ю. А., Легінькова Н. І., Фабрика І. В. Стратегічне управління експортним потенціалом підприємств. *Інституціоналізація як фактор забезпечення розвитку системи інвестиційно-інноваційної безпеки України: колективна монографія*. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2019. С. 335-350.
13. Бондар Ю. А., Жовновач Р. І., Метіль Т. К., Бондаренко І. В. Економічне стратегування реалізації сценаріїв корпоративної інтеграції акціонерних товариств України. *Вісник економічної науки України*. 2022. № 2 (43). С. 101-107. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.2\(43\).101-107](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.2(43).101-107).
14. Гуцалюк О. М. Інтеграційні аспекти стратегічного планування розвитку акціонерного товариства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 11. С. 322-327.
15. Гуцалюк О. М. Інтеграційний базис управління конкурентним позиціонуванням корпоративних підприємств. *Бізнес-навігатор*. 2017. № 4-1 (43). С. 136-142.
16. Гуцалюк О. М. Динамічне обґрунтування інтеграційної стратегії корпоративного розвитку. *Економіка розвитку*. 2017. № 4 (84). С. 67-74.
17. Жовновач Р. І., Романчук С. А., Шевчук М. О. Управління ризиками в інвестиційному маркетингу диверсифікованих підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.17>.

References

1. Shershnova, Z. E., Oboronska, S. V. (1999). *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management]. Kyiv, KNEU, 384 p. [in Ukrainian].
2. Shulga, H. O. (2001). *Stratehichne upravlinnia rozvytkom pidpriumstva* [Strategic management of enterprise development]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kharkiv. 19 p. [in Ukrainian].
3. Miziuk, B. M. (1999). *Stratehichne upravlinnia pidpriumstvom* [Strategic management of the enterprise]. Lviv, Kooposvita LKA. 388 p. [in Ukrainian].
4. Shershnova, Z. E. (2004). *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management]. 2nd ed., revision. and additional. Kyiv, KNEU. 699 p. [in Ukrainian].
5. Arefieva, O. V., Korenkov, O. V. (2004). *Upravlinnia potentsialom rozvytku promyslovykh pidpriumstv* [Management of the development potential of industrial enterprises]. Kyiv, Hrot. 200 p. [in Ukrainian].
6. Ihnatieva, I. A. (2005). *Stratehichnyi menedzhment: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Strategic management: theory, methodology, practice]. Kyiv, Znannya Ukrainy. 250 p. [in Ukrainian].
7. Honcharova, S. Yu., Otenko, I. P. (2004). *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management]. Kharkiv, KhNEU. 164 p. [in Ukrainian].
8. Drebot, N. P. (2005). *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management]. Lviv, LBI NBU. 150 p. [in Ukrainian].
9. Taran, O. M. (2004). *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management] Kharkiv, Kharkiv National Agrarian University. 145 p. [in Ukrainian].
10. Sheleheda, B. I. (2006). *Stratehichne upravlinnia potentsialom pidpriumstva* [Strategic management of enterprise potential]. Donetsk, IIE of NAS of Ukraine; DonUEP. 219 p. [in Ukrainian].
11. Kibuk, T. M. (2008). *Metodyka otsiniuvannia stratehichnoho potentsialu pidpriumstva* [Methodology for assessing the strategic potential of an enterprise]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini – Formation of market relations in Ukraine*, 12 (91), pp. 31-37 [in Ukrainian].
12. Bondar, Iu. A., Leginkova, N. I., Fabrika, I. V. (2019). *Stratehichne upravlinnia eksportnym potentsialom pidpriumstv* [Strategic management of the export potential of enterprises]. *Instytutsializatsiia yak faktor zabezpechennia rozvytku systemy investytsiino-innovatsiinoi bezpeky Ukrainy* [Institutionalization as a factor in ensuring the development of the system of investment and innovation security of Ukraine]. (pp. 335-350). Zaporizhzhia, Helvetica Publishing House [in Ukrainian].
13. Bondar, Iu. A., Zhovnovach, R. I., Metil, T. K., Bondarenko, I. V. (2022). *Ekonomichne stratehuvannya realizatsiyi stsenariyiv korporatyvnoyi intehtratsiyi aktsionermykh tovarystv Ukrayiny* [Economic strategizing of the implementation of corporate integration scenarios of joint-stock companies of Ukraine]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, 2 (43), pp. 101-107. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.2\(43\).101-107](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.2(43).101-107) [in Ukrainian].
14. Hutsaliuk, O. M. (2016). *Intehratsiini aspekty stratehichnoho planuvannia rozvytku aktsionermykh tovarystva* [Integrative aspects of strategic planning of joint-stock company development]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and national economic problems*, 11, pp. 322-327 [in Ukrainian].
15. Hutsaliuk, O. M. (2017). *Intehratsiyni bazys upravlinnia konkurentnym pozytsionuvanniam korporatyvnykh pidpriumstv* [Integration basis of management of competitive positioning of corporate enterprises]. *Biznes-navihator – Business navigator*, 4-1 (43), pp. 136-142 [in Ukrainian].
16. Hutsaliuk, O. M. (2017). *Dynamichne obgruntuвання intehtratsiinoi stratehii korporatyvnoho rozvytku* [Dynamic substantiation of the integration strategy of corporate development]. *Ekonomika rozvytku – Development economics*, 4 (84), pp. 67-74 [in Ukrainian].

17. Zhovnovach, R. I., Romanchuk, S. A., Shevchuk, M. O. (2019). Upravlinnia ryzykamy v investytsiinomu marketynhu dyversyfikovanykh pidpriemstv [Risk management in investment marketing of diversified enterprises]. *Efektivna ekonomika*, 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.17> [in Ukrainian].

Кравченко М. С., Будагян А. С., Ревякін О. О. Управління конкурентними потенціалом та стратегією промислових підприємств

У статті узагальнено погляди сучасних науковців та представлено комплексне бачення процесу розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства. Визначено чинники та умови, необхідність врахування та дотримання яких на конкретних етапах процесу формування конкурентної стратегії є край важливим і сприяє оптимальному використанню наявного стратегічного потенціалу підприємства.

Визначено, що управління стратегічним потенціалом – це складний та інтегрований динамічний процес, правильність вибору якого залежить від того, яким чином будь-яке підприємство прагне використовувати власні ресурси та можливості для досягнення власної загальної стратегії. У статті виділено основні складові, об'єкт та предмет стратегічного управління підприємством.

Проведена систематизація сучасних принципів та функцій стратегічного управління підприємством. Визначено основні етапи процесу розробки та реалізації загальної стратегії підприємства. Запропоновано методичний підхід до вдосконалення процесу розробки та реалізації загальної стратегії підприємства, реалізація якого ґрунтується на впровадженні в його систему управління та оцінки стратегічного потенціалу підприємства.

Викладено авторську модель управління стратегічним потенціалом підприємства, як одного з основних складових процесу розробки та реалізації загальної стратегії.

Ключові слова: конкурентна стратегія підприємства, конкурентний потенціал, стратегічний потенціал, конкурентний розвиток, промислові підприємства.

Kravchenko M., Budagyan A., Reviakin O. Management of Competitive Potential and Strategy of Industrial Enterprises

The article summarizes the views of modern scientists and presents a comprehensive vision of the process of developing and implementing a company's competitive strategy. Factors and conditions are determined, the need to take into account and comply with them at specific stages of the process of forming a competitive strategy is extremely important and contributes to the optimal use of the existing strategic potential of the enterprise.

It was determined that the management of strategic potential is a complex and integrated dynamic process, the correct choice of which depends on how any enterprise seeks to use its own resources and opportunities to achieve its own overall strategy.

The article highlights the main components, object and subject of strategic enterprise management. Systematization of modern principles and functions of strategic enterprise management was carried out.

The main stages of the process of development and implementation of the general strategy of the enterprise are defined. A methodical approach to improving the process of development and implementation of the general strategy of the enterprise is proposed, the implementation of which is based on the introduction into its management system and assessment of the strategic potential of the enterprise.

The author's model of managing the company's strategic potential is outlined as one of the main components of the process of developing and implementing a general strategy.

Keywords: competitive strategy of the enterprise, competitive potential, strategic potential, competitive development, industrial enterprises.

Стаття надійшла до редакції 25.04.2024