

УДК 338.48

JEL Classification: D11, L81

DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2025.13\(46\).1.211-218](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2025.13(46).1.211-218)**М.С. Кравченко**, доц., канд. екон. наук**Р.С. Романчук**, здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти**А.С. Будагян** здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти*ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Дніпро, Україна*

Вплив факторів зовнішнього середовища підприємства на концепцію управління конкурентним потенціалом підприємства

Стаття присвячена проблемі впливу факторів зовнішнього середовища на управління конкурентним потенціалом підприємства. Фактори зовнішнього середовища мають значний вплив на управління конкурентним потенціалом підприємства через те, що зміни в економічних умовах, політичній ситуації, технологіях, соціальних тенденціях та конкурентному середовищі змушують підприємства адаптувати свої стратегії та концепції управління для підтримки конкурентоспроможності.

У статті розглянуто ключові аспекти конкурентного потенціалу підприємства, який є важливою складовою стратегічного управління. Проаналізовано теоретичні засади формування цього потенціалу, його основні структурні елементи та фактори, що визначають здатність підприємства адаптуватися до ринкових змін. Акцентовано на різних підходах до управління конкурентним потенціалом - ресурсному, компетентнісному, інноваційному, стратегічному, ринковому та інформаційному – та їхній ролі в підвищенні конкурентоспроможності.

Підкреслено важливість взаємозв'язку складових конкурентного потенціалу (виробничого, інноваційного, інформаційного, маркетингового, трудового, управлінського, фінансового), їх гармонійного розвитку та інтеграції задля створення довгострокової конкурентної переваги. Особливу увагу приділено раціональному управлінню ресурсами, впровадженню інновацій та стратегічному плануванню. Окреслено фактори функціонального середовища підприємства. Розроблено етапи управління конкурентним потенціалом - від аналізу й планування до постійного моніторингу та коригування дій відповідно до ринкових умов і змін в зовнішньому середовищі.

підприємство, зовнішнє середовище, потенціал, конкуренція, фактори

Постановка проблеми. Конкурентний потенціал підприємств має критичне значення, особливо перед викликами економічної нестабільності, різного роду криз та інших чинників. Для стабільного розвитку необхідно системно оцінювати й управляти цим потенціалом, поєднуючи класичні підходи з інноваційними стратегіями. Конкурентоспроможність є визначальним чинником успіху підприємства в умовах ринкової економіки. Вона вказує на здатність компанії ефективно діяти та досягати своїх цілей у конкурентному середовищі. Для підтримки високого рівня конкурентоспроможності бізнеси мають постійно досліджувати тенденції ринку, адаптуватись до змін попиту, оптимізувати використання ресурсів і вдосконалювати якість своєї продукції чи послуг.

Необхідно розуміти, що конкурентоспроможність – це динамічна величина, яку неможливо оцінити за однією універсальною формулою. Це багатогранне поняття, яке охоплює різні аспекти функціонування підприємства, зокрема економічний, організаційний, технологічний і соціальний. Вона демонструється через низку параметрів, як-от рівень задоволення клієнтів, ефективність внутрішніх процесів, здатність до інновацій та пристосування до умов ринку.

Для досягнення конкурентних переваг компанії важливо застосовувати сучасні маркетингові підходи, розвивати кадровий потенціал, вдосконалювати виробничі технології й активно співпрацювати з партнерами. Постійний моніторинг конкурентного середовища сприяє прийняттю виважених управлінських рішень, які посилюють позиції підприємства на ринку й забезпечують фінансову стабільність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентоспроможності та конкурентних переваг є об'єктами досліджень як українських, так і закордонних науковців, серед яких: І.Бабій [1] вивчав теоретичні аспекти розвитку конкурентного потенціалу, В. Закусило [3], що досліджував управління конкурентним потенціалом підприємства в умовах дестабілізації зовнішнього середовища, І. Дашко [2], що докладно проаналізував загальні риси та відмінності при дослідженні конкурентоспроможності підприємства, В. Карпенко [4], що окреслив основні теоретичні засади формування системи управління конкурентоспроможністю підприємств, І.Ладунка [5] який проводив дослідження факторів впливу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, М. Портер [8], який досліджував стратегії конкуренції. Результати робіт науковців спрямовані на застосування системного підходу до аналізу конкурентоспроможності підприємств, що є основою для створення практичних рекомендацій стосовно підвищення ефективності їх функціонування в умовах сучасних економічних викликів. Ці наукові дослідження, пропонують ефективні інструменти для таких завдань.

Проте недостатньо дослідженими залишаються механізми адаптації підприємств до умов, що швидко змінюються у зовнішньому середовищі, а також системи чинників, які впливають на їх конкурентоспроможність. Вивчення конкурентного потенціалу і впливу на нього факторів зовнішнього середовища є основою для успішного адаптування й зростання підприємств навіть в умовах складної економіки. У контексті дослідження потрібно провести аналіз класифікаційних ознак факторів конкурентоспроможності та здійснити оцінку впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на діяльність підприємств.

Постановка завдання. Мета написання статті полягає у дослідженні взаємозв'язку між компонентами конкурентного потенціалу підприємства та впливом зовнішнього середовища, що дозволить усунути прогалини в теорії та практиці управління, підвищити ефективність роботи та забезпечити стабільність підприємства в умовах конкуренції на основі маркетингових алгоритмів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальновідомо, що вплив факторів зовнішнього середовища на управління конкурентним потенціалом підприємства відбувається через такі складові:

- економічні умови: економічна стабільність або криза, інфляція, процентні ставки, рівень безробіття, платоспроможний попит – все це впливає на стратегії підприємств. Наприклад, під час кризи підприємства можуть переглядати ціни, змінювати асортимент продукції або скорочувати витрати.

- політична та правова стабільність: законодавство, податкова політика, політичні ризики - все це впливає на операційну діяльність та інвестиційні рішення підприємств.

- технологічний розвиток: швидкий технологічний прогрес вимагає від підприємств інновацій та адаптації до нових технологій, підприємства, які не встигають за технологічним розвитком, ризикують втратити конкурентні переваги.

- соціальні, освітні та культурні зміни: зміни у споживчих уподобаннях, демографічна ситуація, освіта, культурні цінності впливають на попит на продукцію та послуги, а також на стратегії маркетингу.

Важливе значення при дослідженні впливу факторів зовнішнього середовища на управління конкурентним потенціалом підприємства має конкурентне середовище: кількість конкурентів, їх сила та стратегії, поява нових продуктів та послуг, цінова конкуренція – все це вимагає від підприємств постійного аналізу конкурентного середовища та розробки ефективних конкурентних стратегій.

Вплив на управління конкурентним потенціалом відбувається через:

-стратегічне планування: підприємства повинні враховувати зовнішні фактори при розробці стратегій, визначаючи цілі, задачі та дії для досягнення конкурентних переваг.

-управління ризиками: необхідно аналізувати та оцінювати ризики, пов'язані із зовнішнім середовищем, та розробляти плани дій для їх мінімізації.

-інновації та адаптація: підприємства повинні інвестувати в інновації та розвиток, щоб адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та підтримувати конкурентоспроможність.

-аналіз конкурентного середовища: постійний моніторинг та аналіз конкурентного середовища дозволяє підприємствам своєчасно реагувати на зміни та приймати обґрунтовані рішення.

-формування конкурентних переваг: використання сильних сторін підприємства та нейтралізація слабких, а також адаптація до зовнішніх факторів, допомагає формувати та підтримувати конкурентні переваги [2].

Таким чином, успішне управління конкурентним потенціалом підприємства неможливе без глибокого розуміння та врахування факторів зовнішнього середовища.

Конкурентний потенціал підприємства є ключовим чинником його успіху в умовах нестабільного ринкового середовища. Для стійкості та ефективності в довгостроковій перспективі необхідно враховувати взаємозв'язок усіх його компонентів: виробничого, інноваційного, фінансового тощо. Розробка управлінських рішень має базуватися на глибокому аналізі внутрішніх ресурсів та зовнішніх чинників. Це забезпечить синергію складових потенціалу і підвищить конкурентоспроможність підприємства навіть за несприятливих умов. Особливу увагу слід приділити впливу зовнішніх змін, таких як ринкові тренди або глобальні виклики, що допоможе вдосконалити управлінські підходи та підвищити ефективність діяльності компанії в сучасних реаліях.

Конкурентний потенціал підприємства являє собою багатогранну характеристику, яка охоплює широкий спектр ресурсів та здібностей. До ключових його складових належать такі елементи, як виробничий, інноваційний, інформаційний, маркетинговий, кадровий, управлінський і фінансовий потенціали. Кожен із цих аспектів відіграє важливу роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства.

Формування конкурентного потенціалу відбувається під впливом середовища функціонування, яке поділяється на внутрішню та зовнішню складові. До середовища завдань і рішень належать учасники, такі як постачальники, партнери, конкуренти, споживачі, контролюючі органи та альтернативні продукти. Взаємодія підприємства з цими компонентами сприяє стабільному функціонуванню, удосконаленню якості продукції, розширенню каналів збуту та швидкій адаптації до змін ринкового середовища. Отже, максимально ефективне управління складовими конкурентного потенціалу в поєднанні з урахуванням впливу бізнес-середовища дає змогу компанії створювати міцні ринкові позиції та забезпечувати конкурентоздатність на тривалий час.

Зовнішнє середовище є ключовим чинником у формуванні стратегій підприємства, його конкурентоздатності та поступу. Воно охоплює політико-правові, екологічні, соціальні та науково-технологічні аспекти, котрі безпосередньо впливають на прийняття стратегічних рішень. Політико-правові фактори визначають стабільність політики, законодавства, фіскальної та трудової політики, а також регулюють екологічну відповідальність і міжнародну співпрацю. Важливість екологічних аспектів зростає у контексті енергоефективності, управління ресурсами та відходами. Соціальні зміни проявляються у демографічних трендах, поведінці споживачів та їхніх запитах. Науково-технологічний прогрес сприяє автоматизації, інноваціям і цифровізації, що

підвищує продуктивність компаній. Щоб утримувати конкурентні позиції, важливо оперативно адаптуватися до зовнішніх змін, а розвиток конкурентоспроможності, що поєднує внутрішні ресурси й можливості, стає ключовим фактором. Гнучкість і адаптивність компанії лежать в основі її успіху в динамічному макросередовищі.

Існує кілька методологій управління конкурентним потенціалом підприємства, кожна з яких зосереджена на своїх спеціалізованих аспектах та має унікальні переваги [3]. Головними підходами є такі (табл.1):

Таблиця 1 – Підходи до управління конкурентним потенціалом

Назва підходу	Сутність підходу
Ресурсний	акцентує увагу на раціональному використанні фінансових, матеріальних, людських та інформаційних ресурсів підприємства. Застосування цього підходу допомагає досягти стратегічних цілей і забезпечує довготривалу конкурентоспроможність
Компетентісний	передбачає концентрацію на ключових компетенціях компанії. Основний акцент робиться на ті напрямки діяльності, де підприємство демонструє найбільшу перевагу
Інноваційний	передбачає впровадження сучасних технологій, створення інноваційної продукції або послуг, а також вдосконалення бізнес-процесів. Інновації відкривають нові можливості для отримання конкурентних переваг
Стратегічний	зосереджений на довготривалому плануванні й адаптації компанії до мінливих умов на ринку через розробку продуманих стратегій
Системний підхід	розглядає діяльність підприємства як злагоджену систему взаємодії всіх процесів і структурних елементів, які спрямовані на досягнення визначених цілей
Інформаційний	робить акцент на аналізі й грамотному використанні даних для прийняття рішень. Інформаційні технології стають важливим інструментом збору ринкових даних і оптимізації рішень підприємства
Маркетинговий	базується на постійному дослідженні ринку, врахуванні змін у споживчих уподобаннях і швидкому реагуванні на виклики кон'юнктури. Тут пріоритетом є створення дієвої маркетингової стратегії та формування сильного бренду

Джерело: сформовано авторами

Щоб досягти найвищої ефективності, підприємство має зосереджуватися на інтеграції декількох підходів, створюючи універсальну стратегію, що дає змогу гнучко адаптуватися до динамічних умов ринку.

Процес управління конкурентним потенціалом підприємства охоплює кілька важливих етапів, кожен із яких відіграє свою роль у досягненні основної мети – підвищенні рівня конкурентоспроможності організації [1]:

1. Дослідження зовнішніх і внутрішніх чинників: виконується аналіз типу SWOT для виявлення сильних і слабких сторін підприємства, а також оцінки можливостей і ризиків зі сторони зовнішнього середовища. Як додатковий інструмент використовується PEST-аналіз, що розглядає політичні, економічні, соціальні й технологічні впливи. Цей етап забезпечує ширше розуміння факторів, що формують конкурентоспроможність.

2. Визначення стратегічних напрямів розвитку: за підсумками аналізів формуються цілі підприємства та розробляються стратегії, покликані оптимально використовувати конкурентний потенціал. Встановлюються ключові показники ефективності (KPI), часові рамки для досягнення результатів, а також визначається команда, відповідальна за реалізацію планів.

3. Забезпечення ресурсами і організація діяльності: передбачається раціональне розподілення та використання наявних ресурсів для впровадження стратегічних рішень і досягнення запланованих цілей.

4. Реалізація стратегічних рішень: проводяться необхідні заходи, орієнтовані на досягнення визначених результатів. У цьому важливу роль відіграє ефективне й ощадливе використання всіх ресурсів підприємства.

5. Оцінка ефективності через моніторинг і контроль: в процесі цього етапу порівнюються досягнуті результати із встановленими KPI, щоб відслідкувати відхилення та виявити слабкі сторони виконаного плану.

6. Адаптація та корегування стратегій: при врахуванні змін зовнішнього середовища або виникненні нових поточних викликів вносяться потрібні корективи до стратегій і тактичних дій, спрямованих на досягнення кращої результативності.

Конкурентний потенціал підприємства формується під впливом зовнішнього середовища, зокрема середовища завдань, яке визначають ключові ринкові суб'єкти. Основні його елементи включають (табл.2):

Таблиця 2 – Ключові суб'єкти для формування конкурентного потенціалу

Суб'єкти	Значення для конкурентного потенціалу
Постачальники	їх надійність і вартість матеріалів впливають на витрати та якість продукції
Партнери	співпраця дає змогу розширювати ринки збуту, покращувати логістику та запроваджувати інновації
Конкуренти	моніторинг їх діяльності допомагає враховувати ринкові зміни й підтримувати актуальність пропозицій
Споживачі	знання їх потреб зміцнює лояльність та позиції на ринку
Регуляторні органи	дотримання вимог законодавства сприяє стабільності й покращує імідж
Замінники	аналіз альтернатив дозволяє залишатися конкурентоздатним

Джерело: сформовано авторами

Робота з цими факторами та швидка адаптація до змін є ключем до зміцнення конкурентних переваг. Успіх у конкурентному середовищі вимагає динамічного підходу, завжди враховуючи зміни, оптимального керування ресурсами і впровадження новацій. Це надає можливість домагатися кращих позицій на ринку та забезпечує майбутнє розвитку підприємства на довготривалій основі.

Результати досліджень демонструють, що конкурентний потенціал підприємства виступає критичним чинником його успішності на ринку. Він складається із системи ресурсів, можливостей, компетенцій та здібностей, які підприємство може застосувати для здобуття конкурентних переваг. Головною умовою досягнення стратегічних цілей є збалансоване поєднання цих елементів.

Ключові складові конкурентного потенціалу включають виробничий, інноваційний, інформаційний, маркетинговий, трудовий, управлінський та фінансовий аспекти. Їх взаємодія забезпечує підприємству здатність ефективно адаптуватися до умов ринку, які постійно змінюються.

Різноманітні підходи до управління конкурентним потенціалом здебільшого зосереджуються на певних аспектах функціонування підприємства. Так, ресурсний підхід робить акцент на раціональному використанні доступних матеріальних і нематеріальних ресурсів, у той час як компетентнісний спрямований на розвиток видатних можливостей і знань. Інноваційний передбачає впровадження новітніх технологій, системний розглядає компанію як інтегровану структуру, а стратегічний концентрується на вирішенні довготривалих завдань. Ринковий і інформаційний підходи сфокусовані на адаптації до змін ринку й ефективному опрацюванні інформаційних даних для управлінських рішень.

Зовнішнє середовище підприємства включає різні фактори, на які бізнес не може напряму впливати, проте вони формують його функціонування.

Політико-правові чинники визначаються законами, регулюванням, міжнародними угодами та політичною стабільністю. Екологія охоплює управління

ресурсами, викидами та енергоспоживанням. Соціальні змінні включають демографію, урбанізацію і споживчі потреби, які формують динаміку ринку, а науково-технічний розвиток – автоматизацію й інновації, що змінюють бізнес-процеси.

Для збереження конкурентоспроможності підприємству потрібна гнучкість і оперативна реакція на зовнішні зміни. Боротьба за ринкові переваги вимагає оптимального використання ресурсів, задля досягнення стабільних позицій.

Управління конкурентним потенціалом підприємства є складним процесом, що спирається на різні методичні підходи зі своїми перевагами. Ресурсно-орієнтований підхід фокусується на ефективному використанні внутрішніх ресурсів – фінансів, матеріальної бази, кадрів, інформаційних можливостей, що сприяє досягненню стратегічних цілей і конкурентоспроможності. Компетенційний підхід виділяє розвиток ключових компетенцій: технологічного досвіду, інноваційності та професійності персоналу, які є базою для створення конкурентних переваг та унікальних продуктів. Оптимальне поєднання цих підходів забезпечує стабільний розвиток і успіх у конкурентному середовищі.

Оцінювання конкурентного потенціалу підприємства може базуватись на різних підходах із унікальними акцентами [5]:

- інноваційний підхід: акцент на впровадженні сучасних технологій, створенні унікальних продуктів і вдосконаленні процесів через інвестиції в наукові дослідження;
- стратегічний підхід: орієнтація на довгострокові планування, ринкові прогнози й адаптацію до змін для збереження сталих конкурентних переваг;
- системний підхід: конкурентний потенціал розглядається як взаємозв'язана система елементів, що гармонійно працюють для реалізації стратегічних завдань;
- ринковий підхід: фокус на аналізі ринку, споживчих потреб і швидкій реакції на зміни шляхом побудови маркетингових стратегій і брендингу;
- інформаційний підхід: ключову роль відіграє збір і використання даних, що, завдяки сучасним технологіям, спрощує управлінські рішення й реакцію на виклики.

Вибір оптимального підходу залежить від умов роботи підприємства, його цілей та пріоритетів.

Управління конкурентним потенціалом підприємства охоплює розвиток ключових компетенцій, впровадження інновацій, гармонізацію внутрішніх процесів, стратегічне планування та орієнтацію на клієнтів. Важливою складовою є ефективний управлінський процес, що включає аналіз, планування, контроль і коригування дій. Це дозволяє підприємству зберігати стійку конкурентоспроможність.

Управління конкурентним потенціалом підприємства в умовах перемінливого зовнішнього середовища включає ключові етапи (табл.3), спрямовані на раціональне використання ресурсів та досягнення стратегічних цілей [4].

Таблиця 3 – Етапи управління конкурентним потенціалом підприємства

Етап	Сутність етапу
1	Маркетингові дослідження, аналіз зовнішніх фактори і внутрішніх ресурсів підприємства за допомогою інструментів SWOT і PEST, що дозволяє визначити сильні та слабкі сторони, загрози й можливості
2	Стратегічне планування: визначення цілей, розробка стратегій, встановлення KPI та розподіл відповідальності
3	Організація і мобілізація ресурсів для впровадження обраних стратегій
4	Реалізація розроблених стратегій із активним використанням ресурсів з використанням комплексу маркетингу
5	Моніторинг і контроль ефективності виконання завдань на основі KPI, що сприяє виявленню відхилень або недоліків
6	Адаптація стратегій і тактик до змін зовнішнього середовища для збереження конкурентоспроможності

Джерело: сформовано авторами

Таким чином, цей процес є багатоетапним, динамічним та орієнтованим на постійну оптимізацію діяльності підприємства.

Успішне управління залежить від здатності підприємства адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, ефективно використовувати свої ресурси та впроваджувати інновації для підтримання та підвищення конкурентоспроможності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведені дослідження засвідчують вагомість взаємодії між складовими конкурентного потенціалу підприємства та характеристиками зовнішнього середовища, що впливають на його формування та управління. Це дає змогу усунути прогалини як у теоретичних знаннях, так і в практичних аспектах, сприяючи забезпеченню стабільності та підвищенню ефективності функціонування підприємств в умовах конкурентної боротьби і стрімких змін ринкового середовища. В роботі виділено найважливіші елементи зовнішнього середовища, що впливають на управління конкурентним потенціалом, а саме: екологія, політика, технологія, економіка, соціальна сфера, культура, освіта і правова система, та розроблено пропозиції щодо методик його ефективного менеджменту, сутність яких полягає у тому, що кожна з них зосереджена на своїх спеціалізованих аспектах та має унікальні переваги. Розроблено алгоритм управлінського процесу із застосуванням маркетингових інструментів, з метою підвищення рівня конкурентоспроможності організації, який передбачає постійне дослідження ринку, врахування змін у споживчих уподобаннях і швидке реагування на виклики кон'юнктури. Тут пріоритетом є створення дієвої маркетингової стратегії та формування сильного бренду. Конкурентний потенціал залежить від специфіки середовища, яке формується під впливом ключових ринкових гравців.

У майбутньому роботи в цьому напрямку можуть бути орієнтовані на розроблення інтегрованих моделей управління, які врахують актуальні ринкові виклики, еволюцію технологій та необхідність гнучкого реагування на нові вимоги ринку.

Список літератури

1. Бабій І. Теоретичні аспекти розвитку конкурентного потенціалу кластерів в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. №2. С. 130-135
2. Дашко І. Конкурентоспроможність підприємства: загальні риси та відмінності. *Сталий розвиток економіки*. 2016. № 1(30). С. 103-110.
3. Закусило В., Гавловська Н., Крук С., Дзиговський Б. Управління конкурентним потенціалом підприємства в умовах дестабілізації зовнішнього середовища. *Modeling the development of the economic systems*, 2024 (4), 223–231. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-14-30>.
4. Карпенко В. Теоретичні засади формування системи управління конкурентоспроможністю підприємств. *Сталий розвиток економіки*. 2016. № 1(30). С. 84-90.
5. Ладунка І., Братанов М. Дослідження факторів впливу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. *Економіка і суспільство*. 2016. № 5. С. 189-194.
6. Назарчук Т. В. Модель розвитку внутрішнього потенціалу та конкурентного статусу підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 3. С. 121-125.
7. Чумак Л. Ф. Теоретичні підходи до визначення та управління конкурентоспроможністю потенціалу підприємства. *Бізнес Інформ*. 2013. № 1. С. 215–219.
8. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер; пер. з англ. А. Олійник, Р. Спільський. Київ: Основа, 1997. 392 с.

References

1. Babii, I. (2017). Theoretical aspects of the development of the competitive potential of clusters in Ukraine. *Visnyk Khmelnytskoho Natsionalnoho Universytetu*, (2), 130–135 [in Ukrainian].
2. Dashko, I. (2016). Competitiveness of the enterprise: General features and differences. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, 1(30), 103–110 [in Ukrainian].
3. Zakusylo, V., Havlovska, N., Kruk, S., Dzyhovskyyi, B. (2024). Management of the competitive potential of the enterprise in the conditions of destabilization of the external environment. *Modeling the*

- Development of the Economic Systems*, 14(4), 223–231. [in Ukrainian].
<https://doi.org/10.31891/mdes/2024-14-30>.
4. Karpenko, V. (2016). Theoretical principles of the formation of a system of management of the competitiveness of enterprises. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, 1(30), 84–90 [in Ukrainian].
 5. Ladunka, I., & Bratanov, M. (2016). Research of factors influencing the competitiveness of domestic enterprises. *Ekonomika i suspilstvo*, 5, 189–194 [in Ukrainian].
 6. Nazarchuk, T. (2014). Research of factors influencing the competitiveness of domestic enterprises. *Visnyk Khmelnytskoho Natsionalnoho Universytetu*, 3, 121–125 [in Ukrainian].
 7. Chumak, L. F. (2013). Theoretical approaches to determining and managing the competitiveness of an enterprise. *Biznes Inform*, 1, 215–219 [in Ukrainian].
 8. Porter, M. (1997). *Competition strategy* (A. Oliynyk & R. Spilsky, Trans.). Kyiv: Osnova [in Ukrainian].

Maryna Kravchenko, Associate Professor, PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences)

Roman Romanchuk, Postgraduate (student of the third (educational and scientific) level of higher education)

Arsen Budahian, Postgraduate (student of the third (educational and scientific) level of higher education)

Pryazov State Technical University, Dnipro, Ukraine

The Influence of the Factors of the Enterprise's External Environment on the Concept of Management of the Enterprise's Competitive Potential

The article is devoted to the problem of the influence of external environmental factors on the management of the competitive potential of an enterprise. External environmental factors have a significant impact on the management of the competitive potential of an enterprise due to the fact that changes in economic conditions, political situation, technologies, social trends and the competitive environment force enterprises to adapt their strategies and management concepts to maintain competitiveness.

The article considers key aspects of the competitive potential of an enterprise which is one of the most important components of strategic management. The theoretical foundations of the formation of this potential, its main structural components and factors that determine the ability of an enterprise to adapt to market changes have been analyzed. The emphasis is put on various approaches to managing competitive potential, including resource, competency, innovation-oriented, strategic, market-oriented and information-oriented approaches, with the importance of their role in increasing competitiveness.

The significance of the relationship between the components of competitive potential (production, innovation, information, marketing, labor, management and financial) has been pointed out, with an emphasis on their harmonious development and integration as the basis of long-term competitive advantage. Special attention is paid to the rational use of resources, the introduction of innovations and the development of strategic planning. Factors of the functional environment of the enterprise have also been outlined. The article proposes the stages of competitive potential management - from analysis and planning to constant monitoring and adjustment of actions in response to market dynamics and changes in the external environment.

enterprise, external environment, competitive potential, competition, factors

Одержано (Received) 02.02.2025

Прорецензовано (Reviewed) 10.02.2025

Прийнято до друку (Approved) 26.05.2025