

DOI: 10.31319/2709-2879.2024iss2(9).318854pp58-65
УДК 339.137

Воздвиженський В.В., аспірант кафедри економіки
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Дніпро
ORCID: 0009-0006-8901-2543
e-mail: vozdvizhenskyi.v.v@dsau.dp.ua
Тітова М.С., здобувач другого (магістерського) рівня
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Дніпро
ORCID: 0009-0004-8126-2578
e-mail: 11367262@student.dsau.dp.ua

Vozdvizhenskyi Valerii, Postgraduate student of the Department of Economics
Dnipro State Agrarian and Economic University, Dnipro
Titova Mariia, Master's degree student
Dnipro State Agrarian and Economic University, Dnipro

Науковий керівник: Гончаренко О.В., доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, академік АЕНУ, Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Дніпро

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ПРАКТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ РЕАЛІЗАЦІЇ

COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE: THEORETICAL ASPECTS OF FORMATION AND PRACTICAL TOOLS OF IMPLEMENTATION

У статті досліджено теоретичні аспекти формування конкурентних переваг підприємства, сучасні концепції та практичні підходи до їх реалізації. Визначено ключову роль конкурентних переваг для стійкості підприємства в умовах глобальної конкуренції, технологічного розвитку та нестабільності зовнішнього середовища. Охарактеризовано теорію конкурентних стратегій, що базується на диференціації, лідерстві у витратах й фокусуванні на певних сегментах ринку та концепцію динамічних здібностей, яка пояснює здатність підприємства швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Висвітлено значення інновацій, цифрових технологій, автоматизації процесів і роботизації як важливих елементів конкурентоспроможності, що сприяють створенню довгострокових конкурентних переваг і підвищенню продуктивності.

Ключові слова: конкурентні переваги, інновації, динамічні здібності, стратегія, ресурсний підхід, людський капітал, технологічний розвиток.

The article examines the theoretical foundations of building competitive advantages for enterprises, with a particular focus on modern concepts and practical approaches to their implementation. Competitive advantages are essential for ensuring the sustainability of companies, especially in the context of global competition, rapid technological developments, and constant changes in the external environment. A key factor in achieving these advantages is the ability to create unique resources and competencies that enable an enterprise to achieve sustained differentiation from competitors. Both tangible and intangible assets play a crucial role in this process. Among the most significant intangible resources are brand equity, corporate reputation, innovation potential, intellectual property, and know-how, all of which contribute to a unique market position.

The article explores various strategic approaches for enhancing customer loyalty, increasing their commitment, and creating added value through improved product offerings. Theoretical models of competitive strategies—such as differentiation, cost leadership, and focus on specific market segments—are analyzed in terms of their practical application. In addition, the concept of dynamic

capabilities is discussed, highlighting an enterprise's ability to rapidly adapt to external changes, enhance operational flexibility, and refresh its resource base to remain competitive. Innovation, digital technologies, automation, and robotics are also identified as critical elements for sustaining long-term competitive advantages and driving productivity growth.

Furthermore, the role of human capital is emphasized, particularly the importance of skilled labor, ongoing professional development, and effective employee motivation programs. To maintain leadership positions in a rapidly evolving market, enterprises must invest consistently in innovation, enhance their dynamic capabilities, and respond flexibly to emerging challenges while optimizing resource use and internal management processes. This comprehensive approach enables firms to maintain and strengthen their competitive edge over time.

Key words: *competitive advantages, innovation, dynamic capabilities, strategy, resource-based approach, human capital, technological development.*

JEL Classification: *L10, L20, L21*

Постановка проблеми. В умовах цифровізації та зростання конкуренції на ринку, підприємства зіштовхуються з необхідністю запровадження нових методів та технологій, які б сприяли підвищенню їхньої конкурентоспроможності та стійкості. Важливим завданням постає дослідження механізмів, які сприяють формуванню та підтримці конкурентних переваг, оскільки саме вони дають підприємству змогу швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та досягати високих показників ефективності. У цьому контексті особливої актуальності набуває вивчення теоретичних та практичних підходів до забезпечення конкурентоспроможності, що є важливим як для науковців, так і для практиків у бізнес-середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Узагальнення теоретичного загалу досліджень з проблематики конкурентоспроможності свідчить про значний інтерес до питань конкурентоспроможності підприємств в умовах цифровізації та глобальних трансформацій. Так, Антонюк А. акцентує на сучасних викликах цифрової трансформації економіки України, вказуючи на необхідність інтеграції цифрових технологій для посилення конкурентних позицій підприємств. На мікрорівні питання цифровізації в аграрному секторі досліджують Петренко О. та його співавтори [2], розглядаючи адаптацію технологій для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності аграрних підприємств. За визначенням Г. Азоєва [3], конкурентоспроможність підприємства є здатністю ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, це є результатом його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством. На думку Зав'ялова П.С. [4], конкурентоспроможність фірми – це можливість ефективної господарської діяльності та її прибутковості в умовах конкурентного ринку. Реалізація забезпечується всім комплексом наявних у фірми засобів. Аналіз економічної літератури свідчить про наявність багатоаспектного трактування терміну «конкурентоспроможність». Дослідження теоретичних та практичних основ вивчення конкурентоспроможності підприємства на ринку знайшли своє відображення в численних працях закордонних та вітчизняних учених Г. Асселя, Г. Азоєва, І. Ансоффа, Ф. Котлера, Г. Минцберга, М. Портера, Ф. Тейлора, А. Сміта, А. Файоля та інших. Узагальнення наукових напрацювань дозволяє виділити кілька основних підходів до забезпечення конкурентоспроможності: технологічний, стратегічний, аналітичний та адаптаційний, з акцентом на необхідність системного впровадження цифрових інновацій для стабільного розвитку в умовах глобальної конкуренції.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є узагальнення теоретичних підходів до підвищення конкурентоспроможності підприємства, а також аналіз основних факторів, що впливають на її формування та підтримку.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах глобалізації та швидкого розвитку технологій конкурентоспроможність підприємств є однією з найважливіших умов їхнього успіху та стабільності на ринку. У цьому контексті важливо уточнити сутність конкурентоспроможності, а також фактори, що на неї впливають.

Конкурентоспроможність підприємства, в узагальненому викладенні, можна визначити як здатність підприємства успішно конкурувати на ринку, забезпечуючи якість своїх товарів і послуг, а також відповідати вимогам споживачів. Вона включає в себе не лише економічні показники, а й інші аспекти, такі як інноваційність, імідж компанії та рівень обслуговування клієнтів. Розглянемо аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність (табл. 1 і табл. 2).

Таблиця 1. Внутрішні фактори конкурентоспроможності підприємства

Фактор	Характеристика
Управлінські фактори	<p><i>Стратегічне планування:</i> є процесом формулювання, реалізації та оцінки стратегій, які визначають напрямок розвитку підприємства. Якісне стратегічне планування дозволяє підприємству адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, а також ефективно використовувати свої ресурси. Стратегічні цілі мають бути чіткими та досяжними, а також виходити із специфіки ринку і потреб споживачів.</p> <p><i>Ефективність управлінської команди:</i> кваліфікаційні характеристики та досвід управлінського персоналу суттєво впливають на потенційну конкурентоспроможність підприємства, що потребує навичок в управлінні, організації процесів, веденні переговорів і прийнятті рішень. Здатність управлінців до адаптації та інноваційності відіграє ключову роль у досягненні успіху.</p> <p><i>Організаційна структура:</i> сприяє ефективній роботі підприємства, має бути гнучкою, щоб забезпечити швидкість реакції на зміни ринку. Розподіл обов'язків, чітка ієрархія й комунікаційні канали впливають на здатність підприємства реалізовувати свою стратегію.</p>
Фінансові фактори	<p><i>Стан фінансів підприємства:</i> фінансова стабільність є основою для здійснення інвестицій та розвитку підприємства. Стабільний фінансовий стан дозволяє підприємству розвиватися, впроваджувати нові проекти та технології.</p> <p><i>Інвестиційна діяльність:</i> активне залучення інвестицій сприяє модернізації виробництва, впровадженню нових технологій та підвищенню ефективності. Інвестиції можуть бути внутрішніми (реінвестиції прибутку) або зовнішніми (залучення кредитів, венчурних капіталів).</p> <p><i>Ліквідність:</i> високий рівень ліквідності забезпечує підприємству можливість швидко реагувати на фінансові виклики, як раптові витрати так і зміни в ринкових умовах.</p>
Виробничі фактори	<p><i>Технологічні процеси:</i> Використання сучасних технологій та оптимізація виробничих процесів є ключовими чинниками для підвищення конкурентоспроможності. Автоматизація, комп'ютеризація та впровадження нових методів у виробництво дозволяють знижувати витрати та підвищувати продуктивність.</p> <p><i>Якість продукції:</i> Висока якість товарів чи послуг безпосередньо впливає на задоволеність споживачів і їхню прихильність до бренду. Підприємства повинні впроваджувати системи контролю якості та постійно вдосконалювати свої продукти, щоб відповідати змінам ринку.</p> <p><i>Використання нових технологій:</i> Інновації у виробництві, включаючи нові матеріали та сучасні технології, сприяють покращенню конкурентоспроможності. Компанії, які інвестують у R&D отримують можливість пропонувати унікальні продукти і послуги.</p>

Джерело: узагальнено за [2-8]

Таблиця 2. Зовнішні фактори конкурентоспроможності підприємства

Фактори	Характеристика
Економічні фактори	<p><i>Загальний стан економіки:</i> стан національної і глобальної економіки безпосередньо впливає на формування споживчого попиту і, відповідно, на конкурентоспроможність підприємства. Економічні кризи призводять до зниження попиту на товари і послуги, що впливає на динаміку обсягів продажів.</p> <p><i>Інфляція:</i> рівень інфляції впливає на формування цінової політики підприємств. Висока інфляція призводить до підвищення витрат на сировину та виробництво, що, в свою чергу, впливає на ціни товарів. Підприємствам важливо адаптуватися до динаміки цін, щоб не втратити конкурентоспроможність.</p> <p><i>Рівень доходів населення:</i> вищий рівень доходів сприяє зростанню споживчого попиту, що стимулює діяльність підприємств, які пропонують товари і послуги середнього й високого цінового сегменту. Водночас, низькі доходи споживачів обмежують можливості споживачів та змушують підприємства переглядати свої стратегії.</p>
Політичні фактори	<p><i>Регулювання з боку держави:</i> державні управлінські інструменти можуть суттєво впливати на діяльність підприємства. Ліцензування, квотування, та інші форми регулюючого впливу можуть як підтримувати, так і обмежувати конкурентоспроможність компанії.</p> <p><i>Податкові ставки:</i> рівень оподаткування впливає на ту частку прибутку, яка залишається підприємству для реінвестицій або виплати дивідендів. Зниження податкових ставок може стимулювати інвестиції та зростання підприємств.</p> <p><i>Законодавчі зміни:</i> нормативні акти, які регулюють бізнес-середовище впливають на конкурентоспроможність підприємства. Зміни у трудовому законодавстві, охороні навколишнього середовища, безпеці продуктів можуть вимагати від підприємства додаткових витрат або змін у стратегії.</p>
Соціальні фактори	<p><i>Зміни в поведінці споживачів:</i> сучасні споживачі стають все більш вимогливими у своїх перевагах, і їх переваги можуть достатньо швидко змінюватися. Підприємства повинні постійно досліджувати динаміку споживчих трендів та адаптувати свої продукти відповідно до нових реалій.</p> <p><i>Соціальні тренди:</i> сучасні тенденції, такі як екологічність, здоровий спосіб життя, технологічні інновації стають все більш важливими для споживачів. Підприємства, які можуть інтегрувати сучасні тренди у свої стратегії, отримують конкурентні переваги.</p> <p><i>Культурні особливості:</i> різний культурний контекст може впливати на споживчі вподобання та поведінку. Підприємства, які прагнуть поширити свою діяльність на нові ринки мають враховувати ментальні і культурні особливості та адаптувати свої продукти та маркетингові стратегії.</p>

Джерело: узагальнено за [6-9]

Аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, підтверджує, що цей процес є багатограним і складним. Конкурентоспроможність підприємства залежить як від внутрішніх, так і зовнішніх умов, що вимагає системного підходу до її оцінки та управління.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства є елементом стратегічного управління, оскільки вона дозволяє визначити сильні і слабкі сторони, можливості для зростання, а також виявити ризики, які можуть загрожувати позиціям підприємства на ринку.

Серед методів оцінки конкурентоспроможності найбільш поширеними стали:

1. *SWOT-аналіз* (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) – інструмент, що допомагає виявити внутрішні та зовнішні чинники, які впливають на конкурентоспроможність

підприємства. Сильні сторони (Strengths): Включають ресурси та можливості, які дозволяють підприємству конкурувати (висококваліфікований персонал, унікальні продукти, сучасні технології, міцна репутація). Слабкі сторони (Weaknesses): визначаються як обмеження або недоліки, що можуть перешкоджати успішному функціонуванню (застаріле обладнання, низька продуктивність, недостатнє фінансування). Можливості (Opportunities): включають зовнішні фактори, які можуть бути використані для покращення конкурентної позиції (нові ринкові ніші, зміни в споживчих вподобаннях або технологічні інновації). Загрози (Threats): оцінка зовнішніх ризиків, таких як зростання конкуренції, зміни в законодавстві, економічні кризи, вони можуть негативно вплинути на підприємство.

2. *Бенчмаркінг* є процесом порівняння бізнес-процесів і показників діяльності підприємства з кращими практиками конкурентів або виробників-лідерів галузі. Внутрішній бенчмаркінг є порівнянням різних підрозділів або процесів усередині підприємства. Конкурентний бенчмаркінг є порівнянням процесів з прямими конкурентами, які пропонують аналогічні товари чи послуги. Функціональний – порівняння з підприємствами різних галузей, які мають схожі процеси або функції. Перевагами процесу є виявлення прогалин у власних процесах, вдосконалення управлінських практик та підвищення ефективності.

3. *Фінансові коефіцієнти* як метод оцінки конкурентоспроможності дозволяють оцінити фінансовий стан підприємства та його здатність до конкурентної діяльності. Основу методики складають такі показники як рентабельність; ліквідність; оборотність активів. Зазначені коефіцієнти допомагають виявити фінансові сильні та слабкі сторони підприємства, а також порівняти їх з показниками конкурентів.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства через застосування зазначених методів дозволяє сформуванню цілісного уявлення про його позиції на ринку. SWOT-аналіз надає можливість виявити внутрішні і зовнішні фактори; бенчмаркінг допомагає виявити кращі практики; фінансові коефіцієнти слугують основою для аналізу фінансової стабільності та ефективності. Впровадження результатів оцінки в управлінські рішення може суттєво покращити конкурентоспроможність підприємства та забезпечити йому стійке зростання в умовах постійно змінюваного ринкового середовища.

На основі проведеного аналізу конкурентоспроможності підприємства можна виділити кілька ключових напрямів, які можуть сприяти покращенню його позицій на ринку. Ці рекомендації охоплюють різні аспекти діяльності підприємства, зокрема технологічні, управлінські та комунікаційні. Впровадження інноваційних технологій у виробництво, аналіз сучасних технологій: проведення детального аналізу нових технологічних рішень, які можуть бути інтегровані у виробничі процеси. Подібні заходи можуть включати автоматизацію виробництва, використання робототехніки, систем управління виробництвом (ERP), 3D-друк, технології IoT (інтернет речей) тощо. У сфері застосування методичного інструментарію оцінки ефективності важливо визначити потенційний вплив нових технологій на зниження витрат, підвищення якості продукції й динаміки виробництва. В кадровій політиці доцільним є постійне навчання персоналу: організація навчання для працівників, щоб вони могли ефективно використовувати нові технології. Це сприятиме підвищенню продуктивності праці і зменшенню ймовірності помилок, пов'язаних із новими процесами.

У сфері підвищення ефективності управлінських процесів та кваліфікації персоналу доцільним є розробка й реалізація стратегічного плану з визначенням чітких цілей і стратегій, які підприємство прагне досягти в коротко- та середньостроковій перспективі. Оптимізація організаційної структури передбачає проведення аналізу існуючої організаційної структури, щоб виявити її сильні і слабкі сторони. Оптимізація може включати спрощення процесів, делегування повноважень та усунення зайвих ланок у управлінні. Підвищення кваліфікації працівників обумовлює інвестиції в програми навчання та професійного розвитку персоналу, що підвищить їхню продуктивність і мотивацію. Впровадження системи оцінки ефективності – має на меті розробку системи, яка дозволяє оцінювати ефективність роботи управлінської команди та співробітників, що допоможе виявляти проблемні зони та забезпечити їхнє вирішення.

Зміцнення зв'язків з постачальниками та споживачами, створення партнерських відносин орієнтовані на розвиток стратегічних альянсів та партнерства з постачальниками, що можуть забезпечити підприємство якісними сировиною та компонентами за вигідними умовами; взаємовигідні стосунки можуть включати спільні проекти, програми лояльності та ексклюзивні угоди. Аналіз потреб споживачів орієнтований на регулярне проведення дослідження ринку, щоб зрозуміти потреби та вподобання споживачів. Забезпечення зворотного зв'язку потребує створення механізмів для отримання зворотного зв'язку від споживачів, що дозволить швидко реагувати на їхні побажання та пропозиції, а також виправляти недоліки у продукції чи обслуговуванні.

Впровадження вказаних рекомендацій дозволить підприємству зміцнити свої конкурентні позиції на ринку, підвищити ефективність виробничих процесів, поліпшити управлінські практики та забезпечити стійкість у відносинах з постачальниками і споживачами. У довгостроковій перспективі це сприятиме зростанню прибутковості та розвитку бізнесу в умовах конкурентного середовища.

У сучасному бізнес-середовищі стратегічне управління, інвестиції в нові технології та адаптація до змін у споживчому попиті є ключовими факторами, які дозволяють підприємствам підвищувати свою конкурентоспроможність.

Аналіз успішних кейсів компаній, таких, наприклад як Nestlй, Coca-Cola свідчить про те, що стратегічне управління, інвестиції в нові технології та здатність адаптуватися до змін у споживчому попиті є критично важливими для підвищення конкурентоспроможності. Завдяки впровадженню інноваційних підходів, ці компанії змогли знизити витрати, поліпшити якість продукції та зміцнити свої позиції на ринку, що робить їх успішними прикладами для наслідування.

Висновки. Дослідження категоріального змісту й факторів, які обумовлюють конкурентоспроможність підприємства дозволяє констатувати, що конкурентоспроможність є динамічною та багатогранною категорією, що безпосередньо впливає на здатність товаровиробника бути успішним у мінливому середовищі.

Конкурентоспроможність не є статичним поняттям, вона формується під впливом безлічі внутрішніх і зовнішніх чинників, які можуть змінюватись залежно від ринкових умов, дій конкурентів, регуляторних змін та змін у поведінці споживачів. Це доводить необхідність постійного й комплексного моніторингу цих факторів для підтримки або підвищення конкурентних позицій.

Внутрішні фактори, такі як ефективність управлінської команди, фінансова стабільність, технологічні можливості та якість продукції, є критично важливими для формування конкурентоспроможності. Сильна управлінська команда, здатна стратегічно планувати та адаптуватися до змін, може значно підвищити шанси підприємства на успіх. Фінансова стабільність забезпечує можливість інвестувати в нові технології та інновації, що, у свою чергу, покращує якість продукції та підвищує рівень обслуговування клієнтів.

Зовнішні фактори, включаючи економічні, політичні та соціальні умови, також відіграють важливу роль. Економічні коливання, зміни в податковій політиці, а також соціальні тренди можуть суттєво впливати на попит на продукцію, тому підприємствам необхідно бути чутливими до цих змін і швидко реагувати на них, що може включати зміни у маркетингових стратегіях або корекцію асортименту продукції.

Основним методичним інструментарієм оцінки конкурентоспроможності є SWOT-аналіз, бенчмаркінг та фінансові коефіцієнти. Кожен з цих методів надає цінну інформацію, що допомагає виявити сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози, з якими воно стикається. Це дозволяє формувати обґрунтовані рішення для стратегічного розвитку підприємства.

В умовах сьогодення ключовими напрямками підвищення конкурентоспроможності, визначені: впровадження інноваційних технологій, покращення управлінських процесів та підвищення кваліфікації персоналу. Ці заходи можуть суттєво вплинути на позиції підприємства на ринку, покращуючи його ефективність та адаптивність до змін.

Аналіз успішних кейсів підприємств, які змогли підвищити свою конкурентоспроможність завдяки стратегічному управлінню, інвестиціям в нові технології та адаптації до змін у споживчому попиті доводить, що впровадження нових методів виробництва, зниження витрат, підвищення якості продукції забезпечило зміцнення конкурентних позицій на ринку. Приклади лідерів ринку демонструють, що успішна адаптація та інновації є основними складовими досягнення конкурентних переваг.

Відтак для забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства необхідно враховувати всі аспекти його діяльності, постійно вдосконалювати управлінські процеси, інвестувати в новітні технології, а також бути готовими до змін у зовнішньому середовищі. Успіх у сучасних умовах ринку залежить від здатності підприємства адаптуватися, прогнозувати зміни та реалізовувати інноваційні стратегії, що в кінцевому підсумку веде до стабільного зростання та розвитку.

Список використаної літератури

1. Антонюк Л.Л., Анапріюк К.А. Стратегічні пріоритети конкурентного розвитку України в умовах глобальних економічних викликів. *Економіка та держава*. 2023. № 1. С. 15-20.
2. Ансофф І. Стратегічне управління. К.: Основи, 2002. 519 с.
3. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. К.: ДАКККіМ, 2006. 160 с.
4. Гриньова В.М., Гайдай Т.В. Конкурентоспроможність та інноваційний розвиток підприємств: теоретичні та практичні аспекти. К.: Вид-во КНЕУ, 2018. 212 с.
5. Волошин А.В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2023. № 4 (68). С. 83-88.
6. Писаревський М., Тищенко О.М., Покоłodна М.М., Петрова Н.Б. Стратегічний менеджмент: підручник. Х.: ХНАМГ, 2009. 287 с.
7. SWOT-аналіз. Інструменти стратегічного управління. *Управління підприємством*. 2019. № 2(12). С. 44-50.
8. Портер М. Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей і конкурентів К.: Видавничий дім «КМ Академія», 2005. 390 с.
9. Мануйлович Ю.М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 274-282.
10. Кравченко Р.О. Економічні методи та моделі оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Економіка розвитку*. 2022. № 1. С. 95–102.
11. Кузьмін О.Є., Гриньова В.В. Стратегічний менеджмент. Харків: Видавництво ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2016. 384 с.
12. Чорна Н.М. Конкурентоспроможність підприємства: підходи до визначення та оцінки. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2019. Т. 29. № 3. С. 145–150.
13. Євдокимов Ф.І. Конкурентоспроможність підприємств: фактори впливу та механізми підвищення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2021. № 2. С. 25–33.

References

- [1] Antoniuk L.L., Anapriuk K.A. (2023) Stratehichni priorytety konkurentnoho rozvytku Ukrainy v umovakh hlobalnykh ekonomichnykh vyklyki [Strategic Priorities for the Competitive Development of Ukraine in the Context of Global Economic Challenges]. *Economy and State*, no. 1, pp. 15-20.
- [2] Ansoff, I. (2002) *Stratehichne upravlinnia* [Strategic Management]. K.: Osnovy. (in Ukrainian)
- [3] Dragan, O.I. (2006) *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoretychni aspekty* [Management of Enterprise Competitiveness: Theoretical Aspects]. K.: DAKKKiM. (in Ukrainian)

- [4] Grinova, V. M., Gaidai, T. V. (2018) *Konkurentospromozhnist ta innovatsiyni rozvytok pidpryemstv: teoretychni ta praktychni aspekty* [Competitiveness and Innovative Development of Enterprises: Theoretical and Practical Aspects]. K.: Publishing House of KNEU. (in Ukrainian)
- [5] Voloshyn, A. V. (2023) Kharakterystyka konkurentospromozhnosti ta vyznachennia yii sutnosti [Characteristics of Competitiveness and Defining Its Essence]. *Economics: Realities of Time*, no. 4 (68), pp. 83-88.
- [6] Pysarevskiy I.M., Tishchenko O.M., Pokolodna M.M., Petrova N.B. (2009) *Stratehichnyi menedzhment* [Strategic Management]. Kh.: KhNAME. (in Ukrainian)
- [7] SWOT Analysis. (2019). Instrumenty stratehichnoho upravlinnia [Strategic Management Tools]. *Enterprise Management*, no. 2(12), pp. 44-50.
- [8] Porter M. (2005) *Konkurentna stratehiia: metodyka analizu haluzei i konkurentiv* [Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors]. K.: KM Academy Publishing House. (in Ukrainian)
- [9] Manuilovych Yu. M. (2013) Doslidzhennia sutnosti ta traktuvannia poniattia konkurentospromozhnosti pidpryemstva [Research of the Essence and Interpretation of the Concept of Enterprise Competitiveness]. *Marketing and Management of Innovations*, no. 4, pp. 274-282.
- [10] Kravchenko R. O. (2022) Ekonomichni metody ta modeli otsinky konkurentospromozhnosti pidpryemstv [Economic Methods and Models for Assessing Enterprise Competitiveness]. *Economic Development*, no.1, pp. 95–102.
- [11] Kuzmin, O. Ye. (2016) *Stratehichnyi menedzhment* [Strategic Management]. Kharkiv: Publishing House of Karazin KhNU. (in Ukrainian)
- [12] Chorna, N. M. (2019) Konkurentospromozhnist pidpryemstva: pidkhody do vyznachennia ta otsinky [Competitiveness of the Enterprise: Approaches to Definition and Assessment]. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, vol. 29, no. 3, pp. 145–150.
- [13] Yevdokimov, F. I. (2021) Konkurentospromozhnist pidpryemstv: faktory vplyvu ta mekhanizmy pidvyshchennia [Competitiveness of Enterprises: Factors of Influence and Mechanisms for Improvement]. *Bulletin of Transport and Industry Economics*, no. 2, pp. 25–33.

Надійшла до редколегії 02.11.2024