

DOI: 10.31319/2709-2879.2024iss2(9).319076pp95-103
УДК 339.137

Чегорка В.О., аспірант кафедри економіки

Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Дніпро

ORCID ID: 0009-0002-9797-310X

e-mail: chv444@gmail.com

Гордійчук О.Є., здобувач другого (магістерського) рівня

Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Дніпро

ORCID ID: 0009-0007-3336-4723

e-mail: taur1978@gmail.com

Chehorka Vitalii, Postgraduate student of the Department of Economics

Dnipro State Agrarian and Economic University, Dnipro

Hordiichuk Oleksii, 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

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

THEORETICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE

У статті досліджено теоретичні аспекти формування конкурентних переваг підприємства. Проаналізовано основні підходи до визначення конкурентних переваг, серед яких важливе місце займає ресурсна теорія, яка орієнтована на ефективне використання матеріальних і нематеріальних активів підприємства. Розглянуто теорію конкурентних стратегій, яка фокусується на розробці й реалізації стратегій диференціації та лідерства у витратах. Обґрунтовано значущість стійкості підприємства до зовнішніх впливів, таких як економічні кризи, зміни в законодавстві чи коливання попиту, що є необхідною умовою для довгострокового збереження конкурентних позицій на ринку. У результаті дослідження зроблено висновок про те, що для досягнення довгострокових конкурентних переваг підприємства повинні активно використовувати інновації, розвивати динамічні здібності та ефективно управляти своїми ресурсами.

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

The article provides a comprehensive analysis of the theoretical aspects of forming competitive advantages in a company, emphasizing various concepts and approaches. It highlights that competitive advantages play a crucial role in ensuring the company's stability in the market amid global competition and rapid changes in the external environment. Key approaches to defining competitive advantages are examined, including the resource-based theory, which focuses on the effective use of material and intangible assets to create a unique market position. The competitive strategy theory, which emphasizes the development and implementation of differentiation and cost leadership strategies that allow companies to achieve sustainable competitive positions, is also discussed. Special attention is given to the dynamic capabilities theory, explaining how companies can adapt to ever-changing external conditions by enhancing their internal capabilities, innovations, and technologies. In particular, the significance of innovation and technological development as key factors in creating competitive advantages is explored, since new technologies and products enable

companies to not only maintain but also strengthen their market positions. The article also highlights the role of human capital, as effective personnel management, skills development, and motivation for innovation are essential elements of a successful competitive strategy. Additionally, the importance of a company's resilience to external factors, such as economic crises, regulatory changes, or demand fluctuations, is justified as a necessary condition for long-term retention of competitive positions in the market. This resilience ensures that a company can adapt and respond to changes swiftly, thereby protecting its market share and reputation. The research concludes that to achieve long-lasting competitive advantages, companies must actively employ innovations, develop dynamic capabilities, and effectively manage their resources, emphasizing the importance of agile leadership and strategic foresight in anticipating market trends and potential disruptions.

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

JEL Classification: L10, L20, L21

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобальних трансформацій та посилення конкуренції на ринку, підприємства стикаються з необхідністю запровадження нових підходів до створення й підтримки конкурентних переваг, які забезпечуватимуть їхню стійкість та успішність. В даному контексті, важливо з'ясувати механізми формування конкурентних переваг, адже саме вони визначають можливості підприємства адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та досягати високих фінансових результатів. Тому вивчення теоретичних засад формування конкурентних переваг є актуальним завданням як для науковців, так і для практиків у сфері бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про значний інтерес до тематики конкурентних переваг підприємств та їх стратегічного управління. Так Антонюк Л. Л. і Анапріюк К. А. [1] акцентують на стратегічних пріоритетах конкурентного розвитку України в умовах глобальних економічних викликів, що актуалізує потребу в пошуку інноваційних рішень для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Досліджуючи дану проблему на мікрорівні, О. Ареф'єва та її співавтори [2] розглядають формування конкурентної стратегії підприємства з позицій антикризового управління, акцентуючи увагу на необхідності швидкої адаптації до змін зовнішнього середовища. Водночас Бреус С. В. і Бойко Д. А. [3] зосереджуються на сутності та методах оцінки конкурентних переваг, що є важливим підґрунтям для прийняття управлінських рішень щодо їх підсилення. У своїх дослідженнях, О. В. Вараксіна [4] підкреслює значення управління конкурентоспроможністю як частини менеджменту підприємства, наголошуючи на необхідності системного підходу до управління ресурсами для досягнення стабільних конкурентних переваг, а Волошин А.В. [6] пропонує нові підходи до розуміння конкурентоспроможності, особливо в умовах швидкозмінного ринкового середовища. Загалом, в дослідженні конкурентних переваг підприємств в Україні можна виділити декілька підходів, зокрема маркетинговий підхід [8], аналітичний (будується на методології оцінки конкурентоспроможності аграрних підприємств [11] та стратегічний [16]. В дослідженнях переважної більшості науковців підкреслюється важливість системного та комплексного підходу до управління конкурентоспроможністю з урахуванням специфіки галузі та викликів глобальної економіки.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є узагальнення теоретичних підходів до формування конкурентних переваг підприємства та аналіз основних чинників, які сприяють їх стійкості та адаптивності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування конкурентних переваг підприємства є ключовим фактором його довгострокового успіху на ринку. У сучасній економічній науці виділяють кілька основних теорій, які пояснюють процес формування та підтримки конкурентних переваг, серед яких варто особливо звернути увагу на ресурсну теорію, теорію конкурентних стратегій і теорію динамічних здібностей.

Ресурсна теорія, запропонована П. Вернерфельтом, акцентує увагу на важливості внутрішніх ресурсів підприємства як основних джерел його конкурентних переваг. Вона

передбачає, що саме унікальні ресурси підприємства – як матеріальні (технології, фінансові ресурси), так і нематеріальні (знання, бренд, людський капітал) – є ключовими чинниками його успіху. Важливою умовою формування стійких конкурентних переваг є наявність рідкісних, цінних, важко відтворюваних і незамінних ресурсів, які дають підприємству змогу вирізнятися на ринку та підтримувати конкурентну позицію в довгостроковій перспективі [10, с. 35].

Теорія конкурентних стратегій, розроблена М. Портером, пропонує інший підхід до формування конкурентних переваг. Вона зосереджується на виборі підприємством стратегії для забезпечення своєї ринкової позиції. Автор виділяє три основні стратегії: лідерство за витратами, диференціація та фокусування. Лідерство за витратами передбачає досягнення підприємством найнижчих витрат у галузі, що дозволяє пропонувати товари чи послуги за нижчою ціною, ніж конкуренти. Стратегія диференціації полягає у створенні унікальної пропозиції для споживачів, яка дає можливість встановлювати вищі ціни за рахунок додаткової цінності товару або послуги. Фокусування ж полягає у виборі вузького сегмента ринку та задоволенні потреб споживачів у ньому кращим способом, ніж конкуренти [4, с. 71].

Розвиток ресурсної теорії продовжили Д. Тіс та Г. Пізано, які запропонували концепт динамічних здібностей. Він передбачав, що в сучасному світі недостатньо лише володіти унікальними ресурсами, – підприємства повинні мати здатність до їх постійного оновлення та адаптувати до змін у зовнішньому середовищі. Динамічні здібності означають вміння підприємства швидко реагувати на зміни, ефективно переорієнтовувати свої ресурси та змінювати свою стратегію в умовах невизначеності. Таким чином, підприємства, які здатні не лише накопичувати ресурси, але й оперативно їх використовувати та адаптувати, отримують стійкіші конкурентні переваги [9, с. 252].

Інновації та технологічний розвиток також відіграють важливу роль у створенні конкурентних переваг. Впровадження нових технологій дозволяє підприємствам оптимізувати виробничі процеси, знижувати витрати та підвищувати якість продукції. Інноваційні рішення сприяють диференціації товарів та послуг, забезпечуючи підприємству унікальність на ринку та створюючи додаткову цінність для споживачів [11, с. 65].

Людський капітал є одним із найважливіших ресурсів підприємства, здатним генерувати конкурентні переваги. Висококваліфіковані працівники, їхні знання, навички та досвід сприяють підвищенню ефективності виробництва та інноваційності підприємства. Системи управління персоналом, спрямовані на розвиток і мотивацію працівників, забезпечують стабільність конкурентних переваг та стійкість підприємства до змін [1]. Стійкість підприємства до змін у зовнішньому середовищі є ще одним важливим фактором формування конкурентних переваг. У сучасних умовах нестабільної економіки, швидкої зміни технологій та впливу глобалізаційних процесів підприємства повинні вміти адаптуватися до нових викликів. Підприємства, які здатні швидко реагувати на зміни, впроваджувати нові стратегії та оновлювати свої ресурси, мають вищі шанси зберегти та зміцнити свої конкурентні позиції.

Формування та підтримка конкурентних переваг є одним із ключових чинників успішної діяльності підприємства на ринку. У науковій літературі існує багато підходів до визначення сутності конкурентних переваг, які ґрунтуються на різних теоріях та підходах до управління підприємством. Для ефективної побудови стратегії підприємства необхідно глибоко розуміти природу конкурентних переваг, що дозволяє підприємству займати стійкі позиції на ринку. У табл. 1 узагальнено підходи різних авторів до визначення сутності поняття конкурентних переваг підприємства.

Наведена в табл. 1 інформація дозволяє констатувати, що конкурентні переваги є ключовим чинником успіху в діяльності сучасного підприємства. Узагальнення поглядів провідних українських дослідників на сутність конкурентних переваг підприємства дозволяє виокремити характерні ознаки та особливості їх формування.

Так Величко Є.І. [5, с. 221] акцентує увагу на пріоритетності забезпечення стійкої ринкової позиції через ефективне використання ресурсів; Дудар В.Т. [8, с. 131] визначив додаткові характеристики, що дозволяють підприємству не лише отримати лідируючі позиції, але й досягати довгострокової прибутковості; Легімонова С.В. [9] акцентує на оптимальному

поєднанні власних ресурсів, які дають змогу підприємству отримувати перевагу над конкурентами; Лопатинський Ю.М. [10, с. 35] доводив, що конкурентні переваги формуються завдяки здатності забезпечувати вищу цінність для споживача за рахунок унікальних продуктів чи послуг. Інноваційний погляд на формування конкурентних переваг відстоювали Малік М.Й. і Нужна О.А. [11, с. 67], Меліхов А.А. [14], а Мельничук Л.С. та Хізніченко О.О. [13, с. 103] доводили, що досягнення низьких витрат або унікальність продукту забезпечують суттєві конкурентні переваги для підприємства.

Таблиця 1. Підходи авторів щодо термінологічного змісту «конкурентних переваг» підприємства

Автор	Сутність конкурентних переваг
Величко Є. І. [5, с. 221]	Конкурентні переваги підприємства визначаються як здатність забезпечувати стійку ринкову позицію через ефективне використання ресурсів.
Дудар В. Т. [8, с. 131]	Конкурентні переваги – це сукупність характеристик, що дозволяють підприємству займати лідируючі позиції на ринку та забезпечувати тривалу прибутковість.
Легімонова С. В. [9]	Під конкурентними перевагами розуміється можливість підприємства отримувати перевагу над конкурентами за допомогою оптимального поєднання власних ресурсів.
Лопатинський Ю. М. [10, с. 35]	Конкурентні переваги – це здатність підприємства забезпечувати більшу цінність для споживача, ніж конкуренти, через унікальні продукти або послуги.
Малік М. Й., Нужна О.А. [11, с. 67]	Конкурентні переваги формуються завдяки інноваціям, новим технологіям та ефективній організації управління, що дозволяє зберігати стабільність.
Мельничук Л. С., Хізніченко О. О. [13, с. 103]	Конкурентні переваги визначаються через здатність підприємства досягати низьких витрат або забезпечувати унікальність продукту для споживачів.
Меліхов А. А. [14]	Переваги на конкурентному ринку досягаються завдяки високій продуктивності та інноваційному підходу до розвитку підприємства.
Прокопишин О. С. [15, с. 27]	Конкурентні переваги – це ті фактори, що дозволяють підприємству не лише забезпечувати стійке місце на ринку, але й стимулювати зростання в умовах конкуренції.
Савченко М. В., Іванов В. М. [16, с. 51]	Конкурентні переваги виникають завдяки оптимізації виробничих процесів та ефективній мотивації персоналу, що підвищує ефективність діяльності.
Вараксіна О. В. [4, с. 71]	Основою конкурентних переваг є здатність підприємства швидко адаптуватися до змін на ринку та підтримувати високий рівень якості продукції.

Джерело: сформовано за [4-5;8-11;13-16]

Дослідник Прокопишин О.С. [15, с. 27] відзначив важливість факторів, які не лише забезпечують стійку позицію на ринку, але й стимулюють розвиток в умовах конкуренції; Савченко М.В. та Іванов В.М. [4, с. 71] вбачають конкурентні переваги в оптимізації процесів та мотивації персоналу, що підвищує ефективність діяльності підприємства та акцентують увагу на швидкій адаптації до ринкових змін і високому рівні якості продукції як основних факторах конкурентних переваг.

Проведений аналіз підходів до визначення сутності конкурентних переваг підприємства свідчить про багатогранність цього поняття. Автори наголошують на різних аспектах: від

ефективного використання ресурсів до інновацій та технологій, що дозволяють підприємствам утримувати стійкі позиції на ринку. Загалом, для успішного функціонування підприємство повинно розробляти й підтримувати конкурентні переваги шляхом реалізації інновацій, оптимізації витрат, ефективного використання ресурсів та забезпечення унікальної пропозиції для споживачів.

Конкурентні переваги підприємства є ключовим елементом його стратегії для досягнення успіху на ринку. Вони визначають здатність підприємства виділитися серед конкурентів і забезпечувати довгострокову ринкову стійкість. Для формування ефективної стратегії важливо розуміти різні види конкурентних переваг та їхні характеристики, що допомагають підприємству задовольняти потреби споживачів та утримувати позиції на ринку. У табл. 2 систематизовано основні види конкурентних переваг підприємств та їхні характеристики.

Таблиця 2. Види конкурентних переваг підприємств

Вид	Характеристика
Цінові переваги	Досягаються через зниження витрат на виробництво або зниження собівартості продукції, що дозволяє знизити ціну.
Якісні переваги	Полягають у здатності підприємства забезпечувати продукцію або послуги вищої якості, ніж конкуренти.
Інноваційні переваги	Забезпечуються завдяки впровадженню нових технологій, процесів або продуктів, що дозволяють підприємству лідирувати на ринку.
Технологічні переваги	Включають використання передових виробничих потужностей або процесів, що підвищують продуктивність та ефективність.
Репутаційні переваги	Виникають завдяки довірі споживачів до бренду підприємства, його стабільній репутації на ринку.
Логістичні переваги	Полягають у швидкості та ефективності доставки продукції споживачам, що забезпечує перевагу в обслуговуванні.
Маркетингові переваги	Залежать від здатності підприємства ефективно просувати свою продукцію, використовувати ефективні рекламні кампанії.
Переваги за рахунок персоналу	Досягаються завдяки висококваліфікованому персоналу, що забезпечує кращу якість продукції або послуг.
Переваги від географічного розташування	Забезпечуються завдяки вигідному розташуванню підприємства, що дозволяє знижувати логістичні витрати.

Джерело: узагальнено за [11, с. 65]

Наведена інформація в табл. 2, дозволила систематизувати види конкурентних переваг, які можуть мати сучасні підприємства для досягнення кращої ринкової позиції. Цінові переваги досягаються шляхом зниження витрат виробництва, що дозволяє підприємству пропонувати продукцію за конкурентними цінами. Якісні переваги забезпечують вищу цінність продукту для споживача через його кращі характеристики. Інноваційні переваги сприяють випередженню конкурентів за рахунок нових технологій, тоді як технологічні переваги підвищують продуктивність виробничих процесів. Репутаційні переваги базуються на довірі споживачів до бренду, що створюється через тривалу стабільну діяльність підприємства. Логістичні переваги полягають у швидкості та якості обслуговування, що впливає на задоволеність споживачів. Маркетингові переваги досягаються завдяки ефективним стратегіям просування продукції на ринку, а переваги за рахунок персоналу визначаються рівнем кваліфікації та мотивації співробітників. Підприємства також можуть мати географічні переваги, якщо їх розташування дозволяє економити на логістиці або мати швидший доступ до ринків збуту [9].

Конкурентні переваги підприємства можуть мати різні форми та забезпечуватися різними факторами – від ефективної цінової політики до інновацій та високої якості продукції. Для досягнення стійкого успіху на ринку підприємству важливо поєднувати кілька видів конкурентних переваг, адаптуючись до умов ринку та потреб споживачів. Кожен вид переваг має свої унікальні характеристики, що дозволяють підприємству бути конкурентоспроможним та зберігати провідні позиції на ринку [5, с. 223].

Таким чином, формування конкурентних переваг підприємства є багатограним процесом, що базується на використанні внутрішніх ресурсів, виборі ефективної стратегії та здатності до адаптації й інновацій. Лише комплексний підхід до управління підприємством дозволяє створити стійкі конкурентні переваги та забезпечити його успіх на ринку.

Конкурентні переваги можемо визначити як сукупність унікальних властивостей і ресурсів підприємства, що дозволяють йому перевершувати конкурентів та займати стабільну позицію на ринку. Згідно з ресурсною теорією, конкурентні переваги виникають в результаті ефективного використання унікальних та важко відтворюваних ресурсів. М. Портер пропонує три основні стратегії, які підприємства можуть використовувати для формування конкурентних переваг: лідерство за витратами, диференціація продукції та фокусування на окремих сегментах ринку. Водночас, динамічна теорія здатностей підкреслює необхідність постійного розвитку і адаптації ресурсів та управлінських практик до змін ринку.

У сучасному світі інновації відіграють ключову роль у створенні конкурентних переваг. Інноваційні рішення дозволяють підприємствам створювати унікальні продукти, скорочувати витрати виробництва та підвищувати ефективність бізнес-процесів. Наприклад, компанії, які активно впроваджують новітні технології у виробничі процеси, часто мають змогу запропонувати ринку продукцію з вищою якістю або нижчою ціною, що є потужним інструментом конкуренції [10, с. 778].

Ефективне управління людськими ресурсами також є важливим чинником формування конкурентних переваг. Висококваліфіковані працівники можуть ініціювати організаційні інновації, а також сприяти підвищенню продуктивності праці, що безпосередньо впливає на успішність підприємства. Система управління персоналом повинна забезпечувати розвиток навичок, що сприяють адаптації до нових умов та швидкому реагуванню на зміни в ринковому середовищі.

Стратегічне управління передбачає довгострокове планування та оцінку зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. Одним із основних завдань менеджменту є не лише створення конкурентних переваг, але й їхнє довгострокове збереження. Це потребує постійного моніторингу ринку, аналізу конкурентів та адаптації стратегії підприємства відповідно до змін у зовнішньому середовищі.

Формування конкурентних переваг підприємства можна визнати є комплексним процесом, який базується на взаємодії різних факторів, таких як інновації, ефективне використання ресурсів, стратегічне управління та розвиток людського капіталу. В сучасних умовах успішність підприємства залежить від його здатності швидко адаптуватися до змін ринкової ситуації та ефективно використовувати свої ресурси для створення унікальних пропозицій для споживачів.

Висновки. Відтак формування й реалізація конкурентних переваг підприємства є багатограним процесом, який базується на внутрішньому ресурсному потенціалі, виборі та реалізації ефективної стратегії й здатності товаровиробника до адаптації й інновацій. Лише комплексний підхід до управління сучасним підприємством дозволяє створити стійкі конкурентні переваги та забезпечити його успіх на ринку.

Дослідження теоретичного загалу з проблематики формування конкурентних переваг підприємства дозволило виокремити в ньому декілька ключових підходів, що відображають еволюційний досвід та сучасні тенденції в управлінні підприємствами. Основними серед них є ресурсна теорія, теорія конкурентних стратегій та теорія динамічних здібностей. Ресурсна теорія доводить вагомість унікальних матеріальних і нематеріальних ресурсів для створення стійких конкурентних переваг, в той час як теорія конкурентних стратегій віддає перевагу для підприємств оптимальному вибору ефективної стратегії для досягнення лідерства на ринку.

Теорія динамічних здібностей додає аспект адаптивності, що дозволяє підприємствам залишатися конкурентоспроможними в умовах швидких змін зовнішнього середовища.

Ключовими факторами формування конкурентних переваг є інновації, технологічний розвиток і людський капітал, які сприяють підвищенню гнучкості та адаптивності підприємств. Також важливою є стійкість підприємства до зовнішніх загроз, таких як економічні кризи, що є необхідною умовою для довгострокового збереження конкурентних позицій. Загалом, для досягнення тривалих конкурентних переваг підприємства мають не лише володіти унікальними ресурсами, але й активно розвивати свої динамічні здібності та інвестувати у інновації. Це дозволить їм не лише зберігати свої позиції на ринку, але й посилювати їх в умовах глобальної конкуренції.

Список використаної літератури

1. Антонюк Л.Л., Анапріюк К.А. Стратегічні пріоритети та ключові напрями конкурентного розвитку України в умовах глобальних економічних викликів. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2023. № 8. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-02-0> (дата звернення: 19.10.2024)
2. Ареф'єва О., Пілецька С., Лістрова М. Формування конкурентної стратегії підприємства в системі антикризового управління. *Економіка та суспільство.* 2022. № 43. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-35> (дата звернення: 19.10.2024)
3. Бреус С.В., Бойко Д.А. Сутність та методи оцінювання конкурентних переваг підприємства у контексті управління ними. *Інфраструктура ринку.* 2019. Випуск 36. С. 93–97.
4. Вараксіна О.В. Управління конкурентоспроможністю як світогляд менеджменту підприємства. *Економіка та управління підприємствами.* 2023. Вип. 79. С. 70-74.
5. Величко Є.І. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки.* 2015. № 2. С. 221–227.
6. Волошин А.В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал.* 2023. № 4 (68). С. 83-88.
7. Гринько Т., Гвініашвілі Т., Котловська Н. Управління конкурентоспроможністю підприємств оптової торгівлі. *Економічний простір.* 2023. № 185. С. 49-53.
8. Дудар В.Т. Конкурентні переваги властивостей органічної агропродовольчої продукції з позицій маркетингу. *Наук. журнал «Вісник ТНЕУ».* Випуск 1. Тернопіль, Економічна думка. 2019. С. 131-140.
9. Легімонова С.В. Концептуальні засади стратегічного управління конкурентними перевагами підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2017. Вип. 18. С. 250-255 URL: <http://global-national.in.ua/archive/18-2017/48.pdf> (дата звернення: 19.10.2024)
10. Лопатинський Ю.М. Концепція сталого розвитку як фактор конкурентоспроможності національної економіки. *Науковий вісник Чернівецького університету.* 2016. Вип. 777–778 (Економіка). С. 35–40.
11. Малік М.Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми : монографія. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2017. 207 с.
12. Мартинюк М.А., Новаківська А.Г. Формування конкурентоспроможності підприємства. *Економіка підприємництва: організаційні, управлінські та фінансові пріоритети розвитку: колективна монографія; за ред. Н. В. Валінкевич.* Житомир: Поліський національний університет, 2023. С. 144–164.
13. Мельничук Л.С., Хізніченко О.О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія».* Серія: Економіка. 2016. Т. 275. Вип. 263. С. 102–105.
14. Меліхов А.А. Стратегічна спрямованість конкурентного розвитку підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності.* 2013. Вип. 2(1). С. 231-237. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/72006417.pdf> (дата звернення: 19.10.2024)

15. Прокопишин О.С. Забезпечення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств птахівництва. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2019. Вип. 1. С. 26–30.
16. Савченко М.В., Іванов В.М. Конкурентний аналіз як інструментарій формування стратегії виходу вітчизняних підприємств на світовий ринок. *Економіка і організація управління*. 2022. № 1 (45). С. 47-58.

References

- [1] Antoniuk L.L., Anapriuk K.A. (2023) Stratehichni priorityety ta kluchovi napriamy konkurentnoho rozvytku Ukrainy v umovakh hlobalnykh ekonomichnykh vyklykiv [Strategic priorities and key directions of competitive development of Ukraine in the conditions of global economic challenges]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Serii: ekonomika ta upravlinnia*, no. 8. Available at: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-02-0> (accessed 19 October 2024).
- [2] Arefieva O., Piletska S., Listrova M. (2022) Formuvannia konkurentnoi stratehii pidpriemstva v systemi antykrizovoho upravlinnia [Formation of the competitive strategy of the enterprise in the anti-crisis management system]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no.43. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-35> (accessed 19 October 2024).
- [3] Breus S.V., Boiko D.A. (2019) Sutnist ta metody otsiniuvannia konkurentnykh perevah pidpriemstva u konteksti upravlinnia nymy [The essence and methods of evaluating the company's competitive advantages in the context of their management]. *Infrastruktura rynku*, issue 36, pp. 93–97.
- [4] Varaksina O.V. (2023) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu yak svitohliad menedzhmentu pidpriemstva [Competitiveness management as a worldview of enterprise management]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*, issue 79, pp. 70-74.
- [5] Velychko Ye.I. (2015) Suchasni pidkhody do rozuminnia sutnosti poniattia «konkurentospromozhnist pidpriemstva» [Modern approaches to understanding the essence of the concept of "enterprise competitiveness"]. *Visnyk KhNAU. Serii: Ekonomichni nauky*, no. 2, pp. 221–227.
- [6] Voloshyn A.V. (2023) Kharakterystyka konkurentospromozhnosti ta vyznachennia yii sutnosti [Characteristics of competitiveness and definition of its essence]. *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal*, no. 4 (68), pp. 83-88.
- [7] Hryenko T., Hvinashvili T., Kotlovska N. Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv optovoi torhivli [Management of the competitiveness of wholesale trade enterprises]. *Ekonomichniy prostir*, no. 85, pp. 49-53.
- [8] Dudar V.T. (2019) Konkurentni perevahy vlastyvoitei orhanichnoi ahroprodovolehoi produktsii z pozytsii marketynhu [Competitive advantages of the properties of organic agro-food products from the point of view of marketing]. *Nauk. zhurnal «Visnyk TNEU»*, vol. 1, pp 131-140.
- [9] Lehimonova S.V. (2017) Kontseptualni zasady stratehichnoho upravlinnia konkurentnymy perevahamy pidpriemstv [Conceptual principles of strategic management of competitive advantages of enterprises]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 18, pp. 250-255. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/18-2017/48.pdf> (accessed 19 October 2024).
- [10] Lopatynskiy Yu.M. (2016) Kontseptsiia staloho rozvytku yak faktor konkurentospromozhnosti natsionalnoi ekonomiky [The concept of sustainable development as a factor of competitiveness of the national economy]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu*, vol. 777–778, pp. 35–40.
- [11] Malik M.Y., Nuzhna O.A. (2017) *Konkurentospromozhnist ahrarnykh pidpriemstv: metodolohiia i mekhanizmy* [Competitiveness of agricultural enterprises: methodology and mechanisms]. Kyiv : NNTs «IAE». (in Ukrainian)
- [12] Martyniuk M.A., Novakivska A.H. (2023) Formuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Formation of enterprise competitiveness]. *Ekonomika pidpriemnytstva: orhanizatsiini, upravlinnski ta finansovi priorityety rozvytku*. Zhytomyr: Poliskiy natsionalnyi universytet, pp. 144–164.

- [13] Melnychuk L.S., Khiznichenko O.O. (2016) Shliakhy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ukrainskykh pidpriemstv [Ways to increase the competitiveness of Ukrainian enterprises]. *Naukovi pratsi Chornomorskoho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly kompleksu «Kyievo-Mohylianska akademiia»*. Serii: *Ekonomika*, vol. 16, issue 263, pp. 102–105.
- [14] Melikhov A.A. (2013) Stratehichna spriamovanist konkurentnoho rozvytku pidpriemstva [Strategic direction of competitive development of the enterprise]. *Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property*, issue 2(1), pp. 231-237. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/72006417.pdf> (accessed 19 October 2024).
- [15] Prokopyshyn OS. (2019) Zabezpechennia konkurentospromozhnosti produktsii vitchyznianskykh pidpriemstv ptakhivnytstva [Ensuring the competitiveness of products of domestic poultry enterprises]. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu*. Serii: *Ekonomika i menedzhment*, issue 1, pp. 26–30.
- [16] Savchenko M.V., Ivanov V.M. (2022) Konkurentnyi analiz yak instrumentarii formuvannia stratehii vykhodu vitchyznianskykh pidpriemstv na svitovy rynok [Competitive analysis as a tool for forming the strategy of domestic enterprises entering the world market]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, no.1 (45), pp. 47-58.

Надійшла до редакції 29.10.2024