

УДК 338.43

Михайлик Ольга Михайлівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки і права

Національний університет харчових технологій

Mykhailyk Olha

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Economic and Law

National University of Food Technologies

ORCID: 0000-0003-0526-1130

Давидчук Марія Станіславівна

здобувачка

Національного університету харчових технологій

Davydchuk Mariia

Student of the

National University of Food Technologies

ORCID: 0009-0004-0958-0221

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ

ПІДВИЩЕННЯ

COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AND WAYS TO

IMPROVE IT

Анотація. Вступ. Статтю присвячено важливим аспектам формування конкурентоспроможності підприємства у сучасних економічних умовах. На сьогодні, економічна конкуренція є одним із головних чинників розвитку господарської діяльності. Підприємства у всіх секторах економіки змушені підвищувати свою конкурентоспроможність,

аби успішно функціонувати та утримувати стабільні позиції на ринку. У цьому контексті процес забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває великого значення, що вимагає детального вивчення та розробки ефективних стратегій і механізмів.

Мета статті - дослідження змістовного наповнення дефініції «конкурентоспроможність підприємства» та розробки заходів її підвищення за умов вивчення внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на конкурентоспроможність.

Матеріали і методи. Теоретичну та методичну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи. Для досягнення поставленої мети були використані методи: систематизації (для визначення та подання теоретико-методичних засад формування конкурентоспроможності підприємства, факторів впливу, функцій та заходів); порівняння і групування (для зіставлення різних наукових підходів до поняття «конкурентоспроможність підприємства»); теоретичного узагальнення (для формування висновків).

Результати. У дослідженні проаналізовано погляди науковців щодо економічної сутності поняття «конкурентоспроможність», а також вивчено інноваційні стратегії для її підвищення. Управління конкурентоспроможністю підприємства повинно бути спрямоване на: нейтралізацію або обмеження негативного впливу на конкурентоспроможність шляхом формування захисту від чинників зовнішнього середовища; використання позитивних зовнішніх факторів для збільшення та реалізації конкурентних переваг; забезпечення гнучкості управлінських рішень, щоб вони були синхронізовані з динамікою негативних і позитивних чинників конкуренції на ринку.

Розглянуто роль конкуренції та конкурентної боротьби в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємства, визначено основні проблеми та перспективи в цьому напрямі.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, підприємство, шляхи підвищення, функції.

Summary. *Introduction. The article is devoted to important aspects of determining the competitiveness of an enterprise in modern economic conditions. Today, economic competition is one of the main factors in the development of economic activity. Enterprises in all sectors of the economy are forced to increase their competitiveness in order to successfully operate and maintain stable positions in the market. In this context, economic and legal support for increasing the competitiveness of enterprises is of great importance, which requires a detailed study and development of effective strategies and mechanisms.*

The purpose of the article is to study the content of the definition of "enterprise competitiveness" and developing measures to increase it by studying internal and external factors that affect competitiveness.

Materials and methods. The theoretical and methodological basis of the study is general scientific and special methods. To achieve this goal, the following methods were used: systematization (to determine and present the theoretical and methodological foundations of the formation of the competitiveness of the enterprise, its factors, functions, methods and measures); comparison and grouping (to compare different scientific approaches to the concept of "competitiveness of enterprise"); theoretical generalization (for the formation of conclusions).

Results. The study analyzes the views of scientists on the economic essence of the concept of "competitiveness", as well as studies innovative strategies to increase it. Management of the competitiveness of the enterprise should be aimed at: neutralizing or limiting the negative impact on competitiveness by forming

protection against environmental factors; the use of positive external factors to increase and realize competitive advantages; ensuring the flexibility of management decisions so that they are synchronized with the dynamics of negative and positive factors of competition in the market.

The role of competition and competition in the context of ensuring the competitiveness of the enterprise is considered, the main problems and prospects in this direction are identified.

Key words: *competitiveness, competition, enterprise, ways of improvement, functions.*

Постановка проблеми. Конкуренція є невід'ємною частиною функціонування ринкових відносин. Важливість конкуренції в економіці не може бути недооціненою. По-перше, у сучасному бізнес-середовищі конкуренція стає все більш загостреною, зокрема через зростання кількості підприємств і виробників. Це ставить перед компаніями завдання забезпечення своєї конкурентоспроможності, необхідності здатності конкурувати на ринку із збереженням своєї позиції та досягненням успіху. По-друге, зростання глобальних зв'язків призводить до збільшення конкуренції, оскільки підприємства змушені конкурувати не лише з місцевими, але й з міжнародними гравцями. По-третє, швидкі технологічні та соціальні зміни перетворюють бізнес-середовище, вимагаючи від підприємств швидкої адаптації та впровадження інновацій для збереження конкурентних переваг. Окрім того, обмеження фінансових ресурсів можуть ускладнювати реалізацію стратегій підвищення конкурентоспроможності, особливо в порівнянні з великими конкурентами з більшими бюджетами. Також, у кожній галузі та регіоні існують власні умови, які впливають на конкурентоспроможність підприємств, і вирішення цих проблем може вимагати індивідуального підходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблематики економічної сутності конкурентоспроможності підприємства та розроблення ефективних заходів її підвищення присвячені праці багатьох науковців. Дослідники О.Ю. Бочко, П.І. Кожушко [1] розглядають конкурентоспроможність, як комплексне системне поняття, яке включає конкурентні переваги конкретного підприємства над іншими за сукупністю усіх визначальних параметрів, що сприяють закріпленню позицій підприємства, вигідніших в порівнянні з конкурентами. Тоді як, О.Є. Кузьмін описує концепцію «конкурентоспроможність» як комплексний набір ресурсів та методів, які впливають на процеси створення та продажу товарів [2]. Н.М. Ушакова розглядає конкурентоспроможність підприємства як загальну оцінку його конкурентних переваг у формуванні ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та ефективності функціонування господарської системи, що виявляються як на момент, так і протягом періоду оцінки [3]. Ресурсного підходу до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» дотримується група українських дослідників: Н. О. Євтушенко, Н. І. Дрокіна, Н. В. Савенко [4].

У свою чергу, колектив авторів З.Є. Шершньова та С.В. Оборська [5] розуміють конкурентоспроможність підприємства як його здатність перевершувати інших конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу у певних напрямках. Науковці Р.Л. Лупак та Т.Г. Васильців [6] вважають конкурентоспроможність підприємства механізмом для ефективного використання конкурентних переваг з метою реалізації стратегічних цілей господарсько-фінансової діяльності та забезпечення соціально-економічних потреб споживачів. Поза тим, В.В. Бойко та М.Я. Зарічний [7] зазначають, що конкурентоспроможне підприємство має властивість підтримувати динамічні конкурентні позиції на ринку й задовольняти потреби цільових споживачів в умовах

дестабілізуючого впливу факторів, як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Омельченко Т. [8] характеризує конкурентоспроможність фірми як здатність досягати основної мети при наявності безлічі конкурентів, які мають схожі цілі та реалізують схожі бізнес-процеси для їх досягнення.

Таким чином, дослідження теоретико-прикладних аспектів конкурентоспроможності підприємств є актуальною проблемою в економічній науці та практиці. Незважаючи на велику кількість досліджень у цій галузі, деякі аспекти залишаються недостатньо проаналізованими. Зокрема, важливо розглянути взаємозв'язок між конкурентоспроможністю підприємств та сучасними економічними викликами, такими як швидкі зміни у технологічному середовищі, зростання конкуренції на ринках, глобалізація процесів та, безсумнівно, умови воєнного стану.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження змістовного наповнення дефініції «конкурентоспроможність підприємства» та розробки заходів її підвищення за умов вивчення внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на конкурентоспроможність.

Матеріали і методи. Теоретичну та методичну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи. Для досягнення поставленої мети були використані методи: систематизації (для визначення та подання теоретико-методичних засад формування конкурентоспроможності підприємства, факторів впливу, функцій та заходів); порівняння і групування (для зіставлення різних наукових підходів до поняття «конкурентоспроможність підприємства»); теоретичного узагальнення (для формування висновків).

Виклад основного матеріалу дослідження. Сутність конкуренції у сучасній економіці полягає в постійному змаганні між суб'єктами ринку за

ресурси, вплив і підтримку клієнтів. Еволюція конкуренції простежується від ранніх досліджень до сучасних підходів.

Термін «конкуренція» походить від латинського слова «concurrentia» та означає збіг, узгодженість. Тобто, конкуренція - це економічний процес взаємодії та боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків. Відповідно до Закону України «Про захист економічної конкуренції» економічною конкуренцією є змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [9].

Поняття конкурентоспроможності в сучасній економіці є вирішальним для успіху підприємств у глобальному ринковому середовищі. Уміння ефективно конкурувати із суперниками стає дорогоцінним активом для будь-якої компанії, особливо в умовах швидкої зміни технологій та зростаючої конкуренції. Відсутність чіткого розуміння та стратегій підвищення конкурентоспроможності може призвести до втрати ринкової позиції та зниження прибутковості бізнесу. Тому вивчення цієї проблеми та розробка ефективних заходів для підвищення конкурентоспроможності є актуальним та важливим завданням для сучасних бізнес-лідерів.

Провівши аналіз більшості існуючих трактувань змісту поняття «конкурентоспроможність підприємства» та дотримуючись принципу узагальнення, нами виділено ресурсний, системний та ринковий підходи (табл. 1).

Основні підходи до визначення дефініції «конкурентоспроможність підприємства»

Автори, джерело	Характеристика
<i>Ресурсний підхід</i>	
О.Є. Кузьмін [2]	Конкурентоспроможність - це комплексний набір ресурсів та методів, які впливають на процеси створення та продажу товарів, а також визначають цілі та відповідальність суб'єктів господарювання. Ці фактори досягаються через розгляд і застосування різноманітних управлінських інструментів.
А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова [3]	Конкурентоспроможність підприємства розглядається як загальна оцінка його конкурентних переваг у формуванні ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та ефективності функціонування господарської системи, що виявляються як на момент, так і протягом періоду оцінки.
Н.О. Євтушенко, Н.І. Дрокіна, Н.В. Савенко [4, с. 131]	Конкурентоспроможність підприємства - сукупність можливостей підприємства ефективно використовувати свій ресурсний потенціал для виробництва та реалізації конкурентоспроможної продукції (послуг) з метою отримання бажаних результатів.
В.В. Бойко, М.Я. Зарічний [7]	Конкурентоспроможність підприємства - ресурсно-функціональна властивість підтримувати динамічні конкурентні позиції на ринку й задовольняти потреби цільових споживачів в умовах дестабілізуючого впливу факторів, як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.
О.Г. Янковий [10, с. 7]	Конкурентоспроможність підприємства - здатність виробляти й реалізовувати свою продукцію швидко, дешево, якісно, продавати її в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування. Конкурентоспроможність підприємства - це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.
<i>Системний підхід</i>	
М.М. Салун, Є.М. Паляничка [11, с. 61]	Конкурентоспроможність підприємства – це спроможність підприємства у діалектичному розвитку під час використання універсальних принципів управління за умов регламентації елементів системи менеджменту в нормативних актах, нагромадження та використання виробничого потенціалу певної спрямованості (матеріально-технічної, трудової, фінансової, інформаційної) з метою займати лідируючі позиції на ринку, яка може бути виражена узагальнюючим показником у конкретній ситуації.
О.Ю. Бочко, П.І. Кожушко [1]	Конкурентоспроможність підприємства - комплексне системне поняття, яке уособлює в собі конкурентні переваги конкретного підприємства над іншими за сукупністю усіх визначальних параметрів, що сприяють закріпленню позицій підприємства, вигідніших в порівнянні з конкурентами, на певному ринку у конкретний проміжок часу при визначеному впливі середовища функціонування.

Продовження таблиці 1

Автори, джерело	Характеристика
<i>Ринковий підхід</i>	
Т.Г. Васильців, Р.Л. Лупак [6, с. 305]	Конкурентоспроможність підприємства - це механізм для ефективного використання конкурентних переваг з метою реалізації стратегічних цілей господарсько-фінансової діяльності та забезпечення соціально-економічних потреб споживачів.
Н.М. Богацька, С.Г. Христич [12, с. 456]	Конкурентоспроможність підприємства є сукупністю взаємопов'язаних елементів, спрямованих на забезпечення його сильних конкурентних позицій, підтримання і розвиток існуючих та створення нових конкурентних переваг.
С.В. Оборська, З.Є. Шершньова [5]	Конкурентоспроможність підприємства - здатність перевершувати інших конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу у певних напрямках. Ця здатність виражається через різні аспекти, такі як технології, ресурси, менеджмент (зокрема, стратегічне поточне планування), навички та знання персоналу, що впливають на результативність підприємства, такі як якість продукції, рентабельність, продуктивність тощо.
О.О. Масляєва [13]	Конкурентоспроможність підприємства - здатність підприємства ефективно використовувати свій конкурентний потенціал, зберігаючи при цьому своє становище на конкурентному ринку або ж розширювати займаний сектор ринку, постійно вести пошук та раціонально реалізовувати виявлені резерви конкурентного потенціалу в умовах обмеженості ресурсів.
І.А. Дмитрієв, І. М. Кирчата, О. М. Шершенюк [14, с. 222]	Конкурентоспроможність підприємства - властивість витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на конкретному ринку.

Джерело: складено авторами на основі [1-7; 10-14]

Аналіз зазначених підходів до трактування сутності поняття «конкурентоспроможність» дозволяє узагальнити його та визначити як властивість за якої підприємство чи його продукт може успішно конкурувати на ринку, має здатність привертати клієнтів і зберігати свою позицію в умовах конкурентної боротьби. Властивості конкурентоспроможності включають технічні, економічні, споживчі та вартісні характеристики продукту, а також ефективність управління, доступ до ресурсів та технологій, якість обслуговування, репутацію підприємства тощо.

Етапи формування конкурентоспроможності можуть включати аналіз ринку та конкурентів, розробку стратегій маркетингу та позиціонування, покращення якості продукції та обслуговування, впровадження інновацій та

технологій, оптимізацію виробничих процесів, розвиток персоналу та багато іншого.

Варто відмітити, що конкурентоспроможність - це не статичний показник, а динамічний процес, який вимагає постійного аналізу, оновлення та адаптації до змін у ринкових умовах та зростаючих вимог споживачів.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є важливою складовою менеджменту, спрямованою на створення, розвиток і реалізацію конкурентних переваг, а також забезпечення життєздатності підприємства в умовах економічної конкуренції.

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на основних принципах науки управління, де ключовими елементами є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, а також процес та функції управління.

Мета управління конкурентоспроможністю підприємства полягає у забезпеченні його життєздатності та сталого функціонування незалежно від змін у його зовнішньому середовищі, таких як економічні, політичні та соціальні фактори. Управління конкурентоспроможністю підприємства повинно бути спрямоване на:

- 1) нейтралізацію або обмеження негативного впливу на конкурентоспроможність шляхом формування захисту від цих чинників;
- 2) використання позитивних зовнішніх факторів для збільшення та реалізації конкурентних переваг;
- 3) забезпечення гнучкості управлінських рішень, щоб вони були синхронізовані з динамікою негативних і позитивних чинників конкуренції на ринку.

Основні характеристики, які визначають конкурентоспроможність підприємства, та кінцеву мету конкурентної боротьби наведені у табл. 2. Зазначені характеристики включають порівняльний характер, зв'язок із конкурентоспроможністю продукції, короткострокові та довгострокові

складові, а також залежність від ефективності діяльності суб'єкта господарювання. Кінцева мета конкурентної боротьби полягає в тому, щоб підприємство було здатне виробляти та продавати товари і послуги з найкращими ціновими та неціновими характеристиками, забезпечуючи при цьому кращі умови для споживачів у порівнянні з аналогічною продукцією конкурентів у галузі.

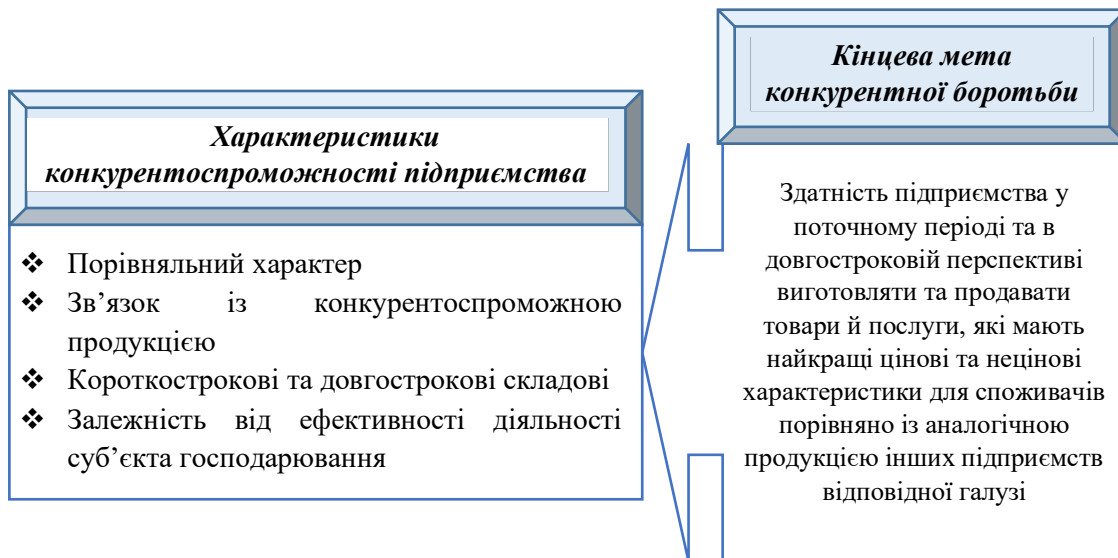


Рис. 1. Характеристики поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Джерело: складено автором на основі джерел [3-6]

Одним з основних принципів управління конкурентоспроможністю є врахування єдності теорії та практики управління, що передбачає відповідність управлінських рішень логіці та методам управління. Інший важливий принцип – системність управління, який враховує всі взаємозв'язки та взаємодії в системі управління, зокрема, при постановці цілей. Науково обґрунтований підхід управління передбачає використання економічних законів та наукових методів, що сприяють стабільності функціонування системи. Принцип ранжування об'єктів за їх важливістю вимагає визначення пріоритетів у вирішенні проблем підвищення конкурентоспроможності. Важливим є також принцип багатоваріантності та співставлення альтернативних варіантів управлінських рішень, які

спрямовані на досягнення максимально ефективного варіанту. Збереження та розвиток конкурентних переваг підприємства, ринкова орієнтованість, цільова спрямованість, комплексність, гнучкість та етапність – інші важливі принципи управління конкурентоспроможністю.

При цьому основні функції, які покладено на систему управління конкурентоспроможністю підприємства наступні:

- формування системи показників, параметрів та критеріїв управління конкурентоспроможністю;
- оцінка ступеня достатності конкурентного потенціалу для утримання конкурентоспроможності на досягнутому рівні;
- оцінка ступеня гнучкості конкурентного потенціалу;
- аналіз і оцінювання реалізації заходів щодо підвищення конкурентоспроможності з метою подальшої їх координації та контролю;
- пошук нових перспективних можливостей та аналітичний супровід прийняття стратегічних рішень, щодо їх реалізації [14].

Фактори конкурентоспроможності підприємства можна розділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів належить політична обстановка в державі, економічні зв'язки, наявність конкурентів, розміщення виробничих сил, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки та технологій, система управління промисловістю, концентрація виробництва та законодавча база. Щодо внутрішніх факторів, вони включають систему та методи управління, рівень відповідності технологій процесу виробництва, рівень організації процесу виробництва, систему довгострокового планування, орієнтацію на маркетингову концепцію, інноваційний характер виробництва, ступінь задоволення додаткових потреб конкретного споживача та якість розробки нових товарів з точки зору оптимальності показників [10].

Основні заходи та їх детальна характеристика, які можуть бути застосовані для підвищення конкурентоспроможності підприємства, наведені на рис. 2.

Ретельне вивчення потреб споживачів та аналіз конкурентів	• проведення досліджень, опитувань та аналізу ринку для з'ясування потреб цільової аудиторії та вивчення стратегій конкурентів
Розробка обґрунтованої рекламної стратегії та впровадження нових продуктів на ринку	• створення ефективної рекламної стратегії, яка максимально приверне увагу цільової аудиторії, та впровадження на ринку нових товарів або послуг
Покращення якості продукції та її характеристик	• удосконалення технологій виробництва, впровадження нових матеріалів та процесів, а також вдосконалення контролю якості продукції
Модернізація технічного обладнання та виробничих процесів	• оновлення технічного устаткування, впровадження новітніх технологій та методів виробництва для підвищення продуктивності та якості
Систематичне зниження витрат на виробництво та управління	• раціоналізація виробничих процесів, оптимізація витрат на ресурси та впровадження ефективних методів управління
Покращення обслуговування споживачів під час покупки та післяпродажного сервісу	• створення зручних умов для покупців, забезпечення швидкого та якісного обслуговування, а також оперативного вирішення будь-яких проблем, що можуть виникнути після покупки

Рис. 2. Основні заходи підвищення конкурентоспроможності підприємства

Джерело: складено автором

Аналізуючи фактори, що мають вплив на зовнішнє середовище та конкурентоспроможність компанії, можна передбачити можливості, розробити план дій у випадку непередбачуваних обставин і впровадити заходи, які перетворюють загрози в перспективні можливості та стануть зонами росту.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Дослідження змісту конкурентоспроможності та розробка шляхів її підвищення є складним процесом. Перш за все, важливо підкреслити, що конкурентоспроможність не є статичним поняттям, вона постійно

змінюється в залежності від зовнішніх і внутрішніх чинників. Рівень конкурентоспроможності визначається не лише якістю товару чи послуги, але і ефективністю стратегій управління, здатністю адаптуватися до змін відомого середовища та виявленням нових можливостей для розвитку.

Важливо розуміти, що успішна стратегія підвищення конкурентоспроможності вимагає постійного моніторингу ринку, аналізу конкурентів та активної реакції на зміни. Для досягнення успіху необхідно вдосконалювати продукцію, послуги та процеси, використовувати інновації та впроваджувати ефективні методи управління. Не менш важливою є гнучкість підприємства та його здатність адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Підприємствам слід постійно працювати над вдосконаленням та забезпеченням конкурентоспроможності, враховуючи актуальні тенденції та вимоги ринку. Ефективне управління конкурентоспроможністю вимагає комплексного підходу, включаючи не лише виробництво, а й маркетинг, фінанси, кадрове забезпечення та інші аспекти діяльності підприємства. Крім того, важливо пам'ятати про значення розвитку та підтримки інноваційної культури в організації, яка сприяє створенню та впровадженню нових ідей та підходів. Усе це дозволяє підприємствам зберігати свою конкурентоспроможність та займати лідерські позиції на ринку.

Література

1. Бочко О.Ю., Кожушко П.І. Теоретичні підходи до дефініції «конкурентоспроможність підприємства». *Економіка та суспільство*. 2024. №61. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82>.

2. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль ; Нац. ун-т «Львівська політехніка». Львів : Компакт-ЛВ, 2005. 302 с.

3. Мазаракі А. А., Ушакова Н. М., Лігоненко Л. О. Економіка торговельного підприємства : підручник. Під ред. Н. М. Ушакової. Київ : Хрещатик, 2005. 800 с.

4. Євтушенко Н. О., Дрокіна Н. І., Савенко Н. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства : теоретичний аспект. *Економічний простір*. 2020. № 156. С. 129-135. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-23>.

5. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління: Навч. посіб. Київ: КНЕУ, 1999. 384 с.

6. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.

7. Бойко В. В., Зарічний М. Я. Інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-39>.

8. Омельченко Т. Конкурентоспроможність українських підприємств в умовах війни. *Економіка і організація управління*. 2022. № 3 (47). С. 94-103. <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2022.3.10>.

9. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 р. №2210-111. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>. (дата звернення: 10.01.2025).

10. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.

11. Салун М. М., Паляничка Є. М. Аналіз динаміки розвитку теоретичного вивчення конкурентоспроможності підприємства. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2017. Вип. 2 (41). С. 56-62.

12. Богацька Н. М., Христич С. Г. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений*. 2019. № 11 (75). С. 455-458. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-11-75-99>.

13. Масляєва О. О. Економічна сутність категорії «конкурентоспроможність»: дефініція та систематизація. *Ефективна економіка*. 2011. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=737> (дата звернення: 10.01.2025).

14. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І. М. Кирчата, О. М. Шершенюк. Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.

References

1. Bochko, O.Iu., Kozhushko, P.I. (2024). *Teoretychni pidkhody do definitsii «konkurentospromozhnist pidpriemstva»* [Theoretical approaches to the definition of "enterprise competitiveness"]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 61. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82> [in Ukrainian].

2. Kuzmin, O. Ye. & Horbal, N. I. (2005). *Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva* [Management of the international competitiveness of the enterprise]: pidruch. dlia stud. vyshch. navch. zakl. Nats. un-t «Lvivska politehnika». Lviv: Kompakt-LV, 302 p. [in Ukrainian].

3. Mazaraki, A. A., Ushakova, N. M. & Lihonenko, L. O. (2005). *Ekonomika torhovelnoho pidpriemstva* [Economics of a trade enterprise]: pidruchnyk. In N. M. Ushakova. Kyiv: Khreshchatyk, 800 p. [in Ukrainian].

4. Yevtushenko, N. O., Drokina, N. I. & Savenko, N. V. (2020). *Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva: teoretychnyi aspekt* [Strategic management of enterprise competitiveness: theoretical aspect]. *Ekonomichniyi prostir*, 156, 129-135. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-23> [in Ukrainian].

5. Shershnova, Z. Ye. & Oborska, S. V. (1999). *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management]: navch. posibnyk. Kyiv: KNEU, 384 p. [in Ukrainian].

6. Lupak, R. L. & Vasylytsiv, T. H. (2016). *Konkurentospromozhnist pidpryiemstva* [Competitiveness of the enterprise]: navch. posib. Lviv: Vydavnytstvo LKA. 484 p. [in Ukrainian].

7. Boiko, V. V. & Zarichnyi, M. Ya. (2023). Instrumenty pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstv v umovakh voiennoho stanu [Tools for increasing the competitiveness of enterprises under martial law]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 54. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-39> [in Ukrainian].

8. Omelchenko, T. (2022). *Konkurentospromozhnist ukrainskykh pidpryiemstv v umovakh viiny* [Competitiveness of Ukrainian enterprises during the war]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, 3(47), 94-103. <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2022.3.10> [in Ukrainian].

9. On Protection of Economic Competition: Law of Ukraine №2210-111 (2001, January 11). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text> [in Ukrainian].

10. Yankovyi, O. H. (2013). *Konkurentospromozhnist pidpryiemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia* [Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of improvement]: monohrafiia. Odesa: Atlant, 470 p. [in Ukrainian].

11. Salun, M. M. & Palianychka, Ye. M. (2017). Analiz dynamiky rozvytku teoretychnoho vyvchennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Analysis of the dynamics of development of the theoretical study of enterprise competitiveness]. *Naukovo-vyrobnychi zhurnal «Biznes-navihator»*, 2 (41), 56-62 [in Ukrainian].

12. Bohatska, N. M. & Khrystych S. H. (2019). *Otsinka konkurentospromozhnosti pidpryiemstva* [Assessment of the competitiveness of the enterprise]. *Molodyi vchenyi*, 11 (75), 455-458. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-11-75-99> [in Ukrainian].

13. Masliaieva, O. O. (2011). *Ekonomichna sutnist katehorii «konkurentospromozhnist»: definitsiia ta systematyzatsiia* [Economic essence of «konkurentospromozhnist»: definitsiia ta systematyzatsiia]

the category "competitiveness": definition and systematization]. *Efektivna ekonomika*, 10. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=737> [in Ukrainian].

14. Dmytriiev, I. A., Kyrchata, I. M. & Shersheniuk, O. M. (2020). *Konkurentospromozhnist pidpriemstva* [Competitiveness of the enterprise]: navchalnyi posibnyk. Kharkiv: FOP Brovin O.V. 340 p. [in Ukrainian].