

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

COMPETITIVENESS OF BUSINESS ENTITIES AS A KEY FACTOR IN BUSINESS DEVELOPMENT IN A MARKET ECONOMY

Стаття присвячена дослідженню конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва як ключового чинника розвитку бізнесу в умовах ринкової економіки. Тема дослідження охоплює теоретичні та методологічні засади формування конкурентоспроможності підприємств та практичні механізми її підвищення на рівні підприємницьких структур. У статті розглянуто внутрішні та зовнішні чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства, зокрема якість продукції, інноваційний потенціал, ефективність управлінських рішень та адаптивність до змін ринкового середовища. Особливо акцентовано увагу на розвитку конкурентних переваг для малих та середніх підприємств, а також важливості вдосконалення управлінських стратегій у контексті глобальних економічних змін. Сформульовано пропозиції щодо вдосконалення стратегій управління конкурентними перевагами з урахуванням специфіки підприємницької діяльності, а також сучасних економічних викликів. Отримані результати можуть бути використані для практичної діяльності підприємств, розробки ефективних заходів з підвищення ринкової стійкості бізнесу та зміцнення його позицій на конкурентних ринках.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємництво, ринкова економіка, бізнес-розвиток, стратегія, інновації, управління.

This article is dedicated to studying the competitiveness of business entities as a key factor in business development within the modern market economy. The research encompasses both the theoretical and methodological foundations of competitiveness, as well as practical mechanisms for enhancing it at the enterprise level. The analysis is rooted in a wide array of scientific approaches that allow for a multidimensional understanding of the phenomenon and its key determinants. General scientific methods such as analysis and synthesis are employed to clarify the concept of competitiveness, while a system-based approach reveals the relationships among internal and external influencing factors. Comparative analysis is used to assess the market position of enterprises, and generalization helps to develop practical recommendations. Elements of economic-statistical analysis and expert evaluation are incorporated to enhance the validity and reliability of the findings. The study identifies key internal and external factors that shape competitiveness, including product quality, innovation potential, resource efficiency, management effectiveness, market dynamics, and technological trends. Special attention is given to the crucial role of technological modernization and digital transformation in building sustainable competitive advantages. The article emphasizes the importance of investing in innovation, adopting digital tools, and integrating advanced technologies to ensure resilience and growth. Business entities are encouraged to adopt proactive strategies, enhance operational agility, and continuously monitor their competitive environment. Strategic foresight, scenario planning, and benchmarking are highlighted as essential tools for effective competitiveness management. The proposed approaches can be used by entrepreneurs, managers, analysts, and policymakers to improve enterprise performance and support sustainable development in a volatile market. Overall, the study contributes to the discourse on maintaining and strengthening market positions amid growing global competition and technological disruption.

Keywords: competitiveness, enterprise, market economy, business development, strategy, innovation, management.

УДК 65.011.56: 339.138.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure84-30>

Сергієнко Т.І.

к.політ.н., доцент,
доцент кафедри бізнесу та управління,
Національний університет
«Запорізька політехніка»

Бережна О.Р.

к.т.н., доцент, докторант,
Інженерний навчально-науковий
інститут імені Ю.М. Потебні
Запорізького національного
університету

Sergiienko Tetiana

National University Zaporizhzhia
Polytechnic

Berezhna Olha

Engineering Institute
of Zaporizhzhia National University

Постановка проблеми. В умовах динамічного розвитку ринкової економіки та високого рівня конкуренції особливої актуальності набуває проблема забезпечення конкурентоспроможності саме суб'єктів підприємницької діяльності, зокрема малого та середнього бізнесу. Підприємництво є основою економічного зростання, джерелом інновацій, зайнятості та формування конкурентного середовища. Однак вітчизняні підприємці стикаються з численними викликами — нестабільністю економічної політики, обмеженим доступом до ресурсів, низьким рівнем технологічної модернізації, що ускладнює їхню здатність конкурувати не лише на зовнішніх, а й на внутрішніх ринках. У цьому контексті актуальним є науковий пошук ефективних моделей підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур, удосконалення інструментів стратегічного управління, розвитку інноваційного потенціалу та адаптації до змін

ринкового середовища. Отже, дослідження конкурентоспроможності підприємств у сфері підприємництва тісно пов'язане з вирішенням важливих практичних завдань економічного розвитку, зміцненням позицій вітчизняного бізнесу та формуванням сприятливого підприємницького клімату.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В Україні та за її межами проводились численні дослідження, присвячені різним аспектам конкурентоспроможності підприємств і чинникам, що на неї впливають. Зокрема, важливий внесок у розвиток теоретичних засад конкурентоспроможності здійснено в працях таких науковців, як Л. Акімова, М. Корж та І. Чуб, які у своїй монографії обґрунтовують принципи управління конкурентоспроможністю промислових підприємств в умовах ринку [1]. Теоретичні підходи до формування конкурентних стратегій підприємств розкрито у роботах П. Бечка та Я. Голобородька, які досліджують сутність категорій «конкуренція» і

«конкурентоспроможність» [2]. До дослідників, які акцентують увагу на прикладних аспектах оцінювання та підвищення конкурентоспроможності, належать О. Кузьмін, О. Мельник та О. Романко. У своїй монографії вони пропонують інструменти планування та діагностики конкурентоспроможності підприємств [6]. Вагомий внесок також зробили П. Фісуненко, який проаналізував еволюцію поняття конкурентоспроможності та класифікував ключові підходи до її визначення [8], а також Е. Цибульська і В. Мацигура, що запропонували концептуальні засади формування стратегій підвищення конкурентоспроможності організацій [9]. Одним із важливих аспектів конкурентоспроможності є здатність підприємств ефективно адаптуватися до динамічних змін ринкового середовища. На цьому акцентує увагу С. Лобань, який розглядає механізми забезпечення стійкості та конкурентоспроможності підприємств у післявоєнний період, зокрема в контексті цифрової трансформації та ризиків у цифровому просторі [7]. У науковій літературі значну увагу приділено також таким чинникам, як якість продукції, інноваційна активність, ефективність управлінських рішень і здатність підприємства до гнучкого реагування на виклики середовища. Це підкреслюється, зокрема, у працях Л. Кривенко [5], яка досліджує сучасні механізми забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, та К. Чекотуна і Г. Блакити, які аналізують конкурентоспроможність підприємств торгівлі [10]. Незважаючи на значний теоретичний доробок, актуальною залишається потреба у створенні більш чітких, практично орієнтованих підходів до управління конкурентоспроможністю підприємств, що дозволить посилити їхню стійкість та адаптивність в умовах високої конкуренції, глобалізації та постійної трансформації ринкових умов.

Таким чином, дослідження конкурентоспроможності підприємств в умовах ринкової економіки є важливим напрямком наукових пошуків, і їх результати можуть бути використані для розробки ефективних стратегій управління та підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Подальші дослідження повинні зосередитися на розробці практичних рекомендацій для підприємств, орієнтованих на

довгостроковий розвиток і ефективну конкуренцію на ринку.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування ролі конкурентоспроможності як ключового фактору довгострокового успіху підприємницької діяльності та виявлення стратегічних підходів до її забезпечення. Для досягнення цієї мети передбачено вирішення таких завдань, як аналіз теоретичних підходів до визначення конкурентоспроможності підприємств, вивчення внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на рівень конкурентоспроможності, дослідження стратегій та методів підвищення конкурентоспроможності, оцінка ролі інноваційних технологій та управлінських рішень у забезпеченні конкурентних переваг, розробка практичних рекомендацій для підприємств щодо вдосконалення управління конкурентоспроможністю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність суб'єктів підприємництва є основою їхнього успішного функціонування на сучасному ринку, де постійно змінюються умови і зростає конкуренція. У ринковій економіці конкурентоспроможність не тільки визначає здатність підприємства конкурувати за споживачів і ресурси, а й є ключовим фактором його розвитку та здатності до адаптації в умовах швидко змінюваного середовища.

Узагальнені підходи до трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства» представлено в таблиці 1.

Таким чином, аналіз наукових підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства (табл. 1) засвідчує наявність різних трактувань цієї категорії, що відображають її багатовимірність та залежність від ринкових умов, стратегічного управління, інноваційного потенціалу та адаптивності [7, с. 226]. Водночас спільною рисою в усіх визначеннях є розуміння конкурентоспроможності як здатності підприємства до ефективного функціонування, збереження та зміцнення своїх позицій на ринку. Ключовими аспектами, які визначають конкурентоспроможність підприємства, є якості продукції, ціноутворення, маркетинг, ефективне управління ресурсами, інноваційність і здатність реагувати на зовнішні

Таблиця 1

Визначення категорії «конкурентоспроможність підприємства»

Автор(и)	Визначення категорії
О. Янковий [12]	Конкурентоспроможність підприємства — це здатність ефективно функціонувати на ринку, задовольняючи потреби споживачів краще, ніж конкуренти.
О. Кузьмін, О. Мельник [6]	Конкурентоспроможність підприємства визначається як інтегральна характеристика, що відображає потенціал підприємства витримувати конкуренцію, досягати стійких позицій на ринку та забезпечувати прибутковість.
Л. Акімова [1]	Це здатність підприємства розробляти і реалізовувати ефективну стратегію, яка забезпечує перевагу над конкурентами у довгостроковій перспективі.
Е. Цибульська [10, с. 99]	Конкурентоспроможність — це здатність підприємства оперативно адаптуватися до змін зовнішнього середовища, зберігаючи при цьому ринкові позиції.
П. Бечко, Я. Голобородько [2]	Поняття конкурентоспроможності включає рівень використання внутрішнього потенціалу підприємства та ефективність його функціонування в умовах конкуренції.

Джерело: сформовано авторами

та внутрішні зміни. Усі ці фактори разом формують основну конкурентну перевагу, яка дозволяє бізнесу не тільки зберігати свої позиції, а й досягати сталого зростання. Як видно з наведеного аналізу, конкурентоспроможність підприємства є багатогранною характеристикою, що залежить від різноманітних внутрішніх і зовнішніх факторів. Існує кілька форм конкуренції, які визначають можливості підприємства у досягненні конкурентних переваг. Визначення цих форм допомагає краще зрозуміти, які стратегії підприємствам слід застосовувати для підвищення своєї ефективності [3, с. 4]. З метою систематизації та кращого розуміння важливості різних аспектів конкурентоспроможності підприємств, розглянемо основні форми конкуренції та їх економічні характеристики, що визначають стратегії розвитку бізнесу в умовах ринкової економіки (Таблиця 2).

Після аналізу основних форм конкуренції та їх економічних характеристик можна зробити висновки, що конкурентоспроможність підприємства є складною і різноплановою категорією, яка охоплює різноманітні аспекти діяльності суб'єкта підприємництва [8, с. 139]. Вона залежить не лише від якості продукції або послуг, але й від ефективності управління, здатності реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, впровадження інновацій, а також від

розвитку ресурсного потенціалу підприємства. Ці фактори є основою для стратегічного планування та розвитку бізнесу в умовах конкурентного ринку. Зважаючи на ці аспекти, можна виділити ключові фактори конкурентоспроможності, які визначають ефективність функціонування підприємства на ринку. Вони поділяються на внутрішні та зовнішні, і їх правильне врахування дозволяє підприємству не тільки зберігати конкурентні переваги, але й успішно розвиватися в умовах глобалізації та постійних змін на ринку. Ключові фактори конкурентоспроможності підприємств представлені в таблиці 3.

До внутрішніх факторів належать такі аспекти, як якість продукції, інноваційна здатність, ефективність управлінських рішень, фінансова стійкість та організаційна структура підприємства [4, с. 86]. Якість продукції є одним з основних факторів, що впливає на попит та сприйняття бренду на ринку. Інновації дозволяють підприємствам бути більш адаптованими до змін, впроваджувати нові продукти і технології, що дає їм конкурентну перевагу. Важливою складовою є також ефективне управління, яке забезпечує оптимізацію витрат і підвищення загальної результативності діяльності.

Зовнішні фактори включають конкурентне середовище, макроекономічні умови, політичну

Таблиця 2

Форми конкуренції та їх економічна характеристика

Форма конкуренції	Економічна характеристика
Конкуренція за ціною	Вигода надається підприємствам, які можуть запропонувати товари або послуги за більш низькими цінами, забезпечуючи при цьому прийнятний рівень якості. Це одна з найбільш поширених форм конкуренції на ринку.
Конкуренція за якістю	Підприємства з більш високою якістю товару або послуг здатні забезпечити кращі умови для споживачів, що робить їх більш привабливими, навіть якщо ціна вища. Враховуються такі фактори, як інновації, надійність та довговічність товару.
Конкуренція за інноваціями	Підприємства, що активно впроваджують нові технології, продукти або послуги, отримують конкурентні переваги на ринку. Впровадження інновацій дає змогу отримати нові ринкові позиції та покращити конкурентоспроможність.
Конкуренція за послугами	Включає в себе рівень обслуговування клієнтів, терміни доставки, гарантії та додаткові послуги, які надають підприємства, щоб створити додаткову цінність для споживачів.
Конкуренція за брендом	Підприємства з сильними брендами мають перевагу на ринку, оскільки споживачі часто вибирають продукцію, яку асоціюють з якістю та надійністю.
Конкуренція за лояльністю споживачів	Підприємства, які можуть встановити міцні відносини з клієнтами через програми лояльності, персоналізовані послуги та інші методи, зможуть зберегти конкурентні переваги.

Джерело: сформовано авторами

Таблиця 3

Фактори, що визначають конкурентоспроможність підприємства

Категорія факторів	Внутрішні фактори	Зовнішні фактори
Якість продукції	Висока якість товару, відповідність вимогам стандартів	Конкуренція на ринку, вимоги споживачів
Інноваційна здатність	Розвиток нових продуктів, технологій	Технологічні зміни, науково-технічний прогрес
Ефективність управління	Оптимізація витрат, покращення організації	Регулювання з боку держави, політична ситуація
Фінансова стійкість	Доступ до капіталу, ефективне фінансування	Макроекономічні умови, рівень інфляції
Адаптивність	Здатність швидко змінювати стратегії	Зміни у попиті, економічні кризи

Джерело: сформовано авторами

стабільність та технологічні зміни. У конкурентному середовищі підприємства повинні враховувати активність своїх конкурентів, зміни в попиті та пропозиції, а також дії регуляторних органів. Макроекономічні фактори, такі як інфляція, зміни в валютних курсах або економічні кризи, можуть значно впливати на ринок і конкурентоспроможність підприємств [5, с. 37].

Для аналізу конкурентоспроможності підприємств розглядаються різні інструменти, зокрема оцінка фінансових результатів, аналіз ринкових часток, моніторинг інноваційної діяльності та адаптивності до змін. Збір і систематизація даних з цих аспектів дає змогу визначити сильні та слабкі сторони підприємства та розробити стратегії для їхнього удосконалення (див. табл. 4).

Зокрема, важливим напрямком є стратегія інновацій, яка передбачає впровадження нових технологій, методів виробництва та управління. Підприємства, що активно використовують інновації, здатні створювати унікальні продукти, знижувати витрати на виробництво та покращувати якість наданих послуг, що дозволяє їм бути більш конкурентоспроможними на ринку [9, с. 157]. Інша стратегія — це управління ресурсами, яке включає комплекс заходів

з оптимізації витрат, збереження та ефективного використання ресурсів підприємства. Це передбачає не тільки точне планування та контроль фінансових потоків, але й ефективне використання людських і матеріальних ресурсів. Розумне управління ресурсами дозволяє знижувати витрати, покращувати продуктивність праці та зменшувати негативний вплив на навколишнє середовище, що важливо для сталого розвитку підприємства. Таке управління включає впровадження програм енергозбереження, оптимізацію логістичних процесів, а також вдосконалення кадрової політики для забезпечення високої кваліфікації та мотивації персоналу.

Ці стратегії дозволяють не лише покращити конкурентоспроможність підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках, але й забезпечити стабільне зростання, що є критичним фактором для підтримки їх фінансової стійкості та розвитку на довгострокову перспективу. Вони сприяють гнучкості бізнесу, допомагають адаптуватися до змін в економічному середовищі та реагувати на нові виклики, що виникають в умовах глобалізації (див. табл. 5).

Адаптація до змін зовнішнього середовища є ще одним важливим аспектом. Підприємства

Таблиця 4

Інструменти аналізу конкурентоспроможності підприємства

Інструмент	Опис	Приклад використання
Оцінка фінансових результатів	Аналіз фінансової стійкості та ліквідності підприємства. Визначення рентабельності, ефективності витрат, та інших фінансових показників.	Використання коефіцієнтів рентабельності для порівняння з конкурентами.
Аналіз ринкових часток	Визначення частки підприємства на ринку в порівнянні з конкурентами. Оцінка зміни частки протягом часу.	Аналіз даних щодо долі ринку на основі звітності підприємства.
Моніторинг інноваційної діяльності	Оцінка здатності підприємства до впровадження нових технологій, продуктів та процесів.	Оцінка кількості нових продуктів, що були введені на ринок за певний період.
Аналіз адаптивності до змін	Оцінка здатності підприємства адаптуватися до змін ринкових умов та технологічних інновацій.	Оцінка часу реакції підприємства на зміни в економічному середовищі.
SWOT-аналіз	Оцінка сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз, які можуть виникнути на ринку.	Визначення внутрішніх слабких місць та зовнішніх можливостей для бізнесу.
Конкурентний аналіз	Порівняння підприємства з основними конкурентами за ключовими показниками.	Порівняння цінових політик, асортименту товарів або маркетингових стратегій.
Аналіз стратегічних позицій	Оцінка поточного стратегічного положення підприємства на ринку.	Визначення стратегічної позиції за допомогою матриць Бостонської консалтингової групи (BCG).

Джерело: сформовано авторами

Таблиця 5

Стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Стратегія	Опис	Очікуваний ефект
Інноваційна стратегія	Впровадження нових технологій, продуктів і процесів для забезпечення конкурентних переваг	Зниження витрат, підвищення якості продукції, розширення ринку
Управління ресурсами	Оптимізація витрат, ефективне використання фінансових, людських і матеріальних ресурсів	Підвищення ефективності роботи підприємства, зменшення витрат
Адаптивна стратегія	Швидка реакція на зміни зовнішнього середовища та гнучке управління	Підвищення здатності до реагування на ринкові зміни, стійкість бізнесу
Маркетингова стратегія	Розробка і реалізація маркетингових заходів для покращення іміджу та збільшення попиту	Збільшення частки ринку, покращення конкурентних позицій

Джерело: сформовано авторами

повинні мати здатність швидко реагувати на зміни в ринкових умовах, пристосовувати свої стратегії до нових викликів і можливостей [11, с. 5]. Це може бути досягнуто через гнучке управління, постійний моніторинг тенденцій на ринку та інвестування в нові технології.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства є результатом ефективного управління як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. Для збереження та посилення конкурентних переваг в умовах швидкоплинного середовища підприємства мають: активно інвестувати в інноваційні рішення, зокрема цифровізацію бізнес-процесів, автоматизацію виробництва та розвиток нових продуктів і послуг; систематично моніторити конкурентне середовище, виявляючи нові ринкові можливості та загрози; розробляти адаптивні управлінські стратегії, які дозволяють гнучко реагувати на виклики економічної нестабільності та зовнішньополітичної турбулентності; ефективно управляти ресурсами, зокрема людським капіталом, фінансами й матеріально-технічною базою, з метою підвищення ефективності діяльності; впроваджувати системи управління якістю та ризиками, орієнтовані на довгостроковий розвиток; розвивати партнерства, брати участь у кластерних ініціативах та активно комунікувати зі споживачами. Для досягнення сталих конкурентних переваг підприємствам слід застосовувати комплексний і системний підхід до управління, що поєднує стратегічне бачення, постійне вдосконалення управлінських та виробничих процесів, інноваційний розвиток і здатність до адаптації в умовах змінного ринкового середовища.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що конкурентоспроможність суб'єктів підприємництва є ключовим чинником забезпечення їх ефективного функціонування та сталого розвитку в умовах динамічного ринкового середовища. Аналіз наукових підходів до визначення сутності конкурентоспроможності показав, що вона розглядається як інтегральна характеристика здатності підприємства задовольняти потреби споживачів, адаптуватися до змін, досягати ринкових переваг і забезпечувати прибутковість. Комплексна оцінка конкурентоспроможності потребує врахування широкого спектра факторів: рівня якості продукції, ефективності управління, інноваційного потенціалу, ресурсного забезпечення та здатності до трансформації. Обґрунтовано доцільність застосування системного підходу до управління конкурентоспроможністю, що передбачає стратегічне формування й розвиток конкурентних переваг з урахуванням специфіки підприємницької діяльності, ринкових умов і сучасних викликів. Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленням аналізом механізмів підвищення конкурентоспроможності суб'єктів малого та середнього бізнесу, розробленням моделей адаптивного управління в умовах економічної

нестабільності, а також вивченням ролі цифрових технологій, інновацій і державної підтримки у формуванні довгострокових конкурентних переваг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Акімова Л. М., Корж М. В., Чуб І. В. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: монографія / Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування, Ін-т регіон. дослідж. ім. М. І. Долишнього НАН України. Київ; Рівне : НУВГП, 2017. 120 с.
2. Бечко П. К., Голобородько Я. О. Теоретичні засади сутності економічних категорій «конкуренція» і «конкурентоспроможність». *Ефективна економіка*. 2015. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191>
3. Бочко О. Ю., Кожушко П. І. Теоретичні підходи до дефініції «конкурентоспроможність підприємства». *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. С. 1–7. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82>
4. Волошин А. В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності. *Економіка: реалії часу*. 2023. № 4 (68). С. 83–88.
5. Кривенко Л. В. Сучасні механізми забезпечення конкурентоспроможності національної економіки : монографія / за заг. ред. Л. В. Кривенко. Суми : СумДУ, 2018. 330 с.
6. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г., Романко О. П. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Кузьміна О. Є. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2014. 180 с.
7. Сергієнко Т.І., Лобань С.І. Забезпечення економічної стійкості та конкурентоспроможності підприємств у післявоєнний період в контексті сталого розвитку. *Вища технічна освіта XXI століття: виклики, проблеми, перспективи*: колективна монографія / За заг. ред. В.В. Єфременко, Л.К. Лисак. Краматорськ-Івано-Франківськ: ДонНАБА, 2024. Вип. 3. С. 224–234.
8. Сергієнко Т.І., Лобань С.І. Механізми мінімізації ризиків промислового підприємства у цифровому просторі та їх вплив на конкурентоспроможність. *Формування концепції цифрової трансформації освіти та соціально-відповідального цифрового громадянина у контексті європейського досвіду*: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції 21–22 листопада 2024 року / ред.-упорядник: д. філософ. н., проф. В. Г. Воронкова. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2024. С. 136–179. DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-447-7>
9. Фісуненко П. А. Підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства: сутність та еволюція поняття. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 2 (58). С. 152–161.
10. Цибульська Е. І., Мацигура В. І. Теоретичні підходи до формування стратегії підвищення конкурентоспроможності організації. *Науковий вісник Ужгородського нац. ун-ту. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 22, ч. 3. С. 98–102.
11. Чекотун К. Ю., Блакита Г. В. Сутність та характеристика конкурентоспроможності підприємств торгівлі. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. С. 1–6. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-75>

12. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня і напрями підвищення: монографія / за ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.

REFERENCES:

1. Akimova L. M., Korzh M. V., Chub I. V. (2017) *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu promyslovoho pidpriemstva* [Management of industrial enterprise competitiveness]. Kyiv–Rivne: NUVHP, 120 p.

2. Bechko P. K., Holoborodko Ya. O. (2015) Teoretychni zasady sutnosti ekonomichnykh katehoriï "konkurentsia" i "konkurentospromozhnist" [Theoretical foundations of the economic categories "competition" and "competitiveness"]. *Efektivna ekonomika – Effective Economy*, no. 7. Available at: <http://economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191>

3. Bochko O. Yu., Kozhushko P. I. (2024) Teoretychni pidkhody do definitsii "konkurentospromozhnist pidpriemstva" [Theoretical approaches to the definition of "enterprise competitiveness"]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, no. 61, pp. 1–7. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82>

4. Voloshyn A. V. (2023) Kharakterystyka konkurentospromozhnosti ta vyznachennia yii sutnosti [Characteristics of competitiveness and definition of its essence]. *Ekonomika: realii chasu – Economics: Time Realities*, no. 4(68), pp. 83–88. DOI: <https://doi.org/10.15276/ETR.04.2023.9>

5. Kryvenko L. V. (Ed.). (2018) *Suchasni mekhanizmy zabezpechennia konkurentospromozhnosti natsionalnoi ekonomiky* [Modern mechanisms for ensuring the competitiveness of the national economy]. Sumy: SumDU. 330 p.

6. Kuzmin O. Ye., Melnyk O. H., Romanko O. P. (2014) *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: planuvannia ta diahnostyka* [Enterprise competitiveness: planning and diagnostics]. Ivano-Frankivsk: IFNTUNG. 180 p.

7. Serhiienko T. I., Loban S. I. (2024) Zabezpechennia ekonomichnoi stiikosti ta konkurentospromozhnosti pidpriemstv u pisliavoiennyi period v konteksti staloho rozvytku [Ensuring economic resilience and competitiveness of enterprises in the post-war period in the context of sus-

tainable development]. In: Yefremenko V. V., Lysak L. K. (Eds.), *Vyshcha tekhnichna osvita XXI stolittia: vyklyky, problemy, perspektyvy* [Higher technical education of the 21st century: challenges, problems, prospects], vol. 3, Kramatorsk–Ivano-Frankivsk: DonNABA, pp. 224–234.

8. Serhiienko T. I., Loban S. I. (2024) Mekhanizmy minimalizatsii ryzykiv promyslovoho pidpriemstva u tsyfrovomu prostori ta yikh vplyv na konkurentospromozhnist [Mechanisms for minimizing risks of an industrial enterprise in the digital space and their impact on competitiveness]. In: Voronkova V. H. (Ed.), *Formuvannia kontseptsii tsyfrovoyi transformatsii osvity ta sotsialno-vidpovidalnoho tsyfrovoho hromadianyna u konteksti yevropeiskoho dosvidu* [Formation of the concept of digital transformation of education and socially responsible digital citizenship in the context of European experience], Lviv–Torun: Liha-Pres, pp. 136–179. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-447-7>

9. Fisunen P. A. (2020) Pidkhody do vyznachennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva: sutnist ta evoliutsiia poniattia [Approaches to defining enterprise competitiveness: essence and evolution of the concept]. *Biznes-navihator – Business Navigator*, no. 2(58), pp. 152–161.

10. Tsybulska E. I., Matsyghura V. I. (2018) Teoretychni pidkhody do formuvannia stratehii pidvyshchennia konkurentospromozhnosti orhanizatsii [Theoretical approaches to the formation of a strategy to improve organizational competitiveness]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho nats. un-tu. Ser.: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo – Uzhhorod National University Scientific Bulletin. Series: International Economic Relations and World Economy*, vol. 22, part 3, pp. 98–102.

11. Chekotun K. Yu., Blakytta H. V. (2024) Sutnist ta kharakterystyka konkurentospromozhnosti pidpriemstv torhivli [Essence and characteristics of competitiveness of trade enterprises]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, no. 59, pp. 1–6. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-75>

12. Yankovyi O. H. (2013) *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka rivnia i napriamy pidvyshchennia* [Enterprise competitiveness: assessment of the level and ways to improve]. Odessa: Atlant. 470 p.