

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

© 2024 ПОЛЯКОВА Є. С.

УДК 658.8:658.5
JEL Classification: M11; M21; D21

Полякова Є. С. Теоретичні аспекти поняття управління конкурентоспроможністю підприємства

Статтю присвячено теоретичним аспектам управління конкурентоспроможністю підприємства, що є важливим фактором для успішного розвитку в умовах сучасної ринкової економіки. Метою дослідження є аналіз, систематизація, узагальнення та удосконалення теоретичних засад управління конкурентоспроможністю підприємства. У дослідженні наведено основні підходи до визначення цього поняття, зокрема системний, адаптивний, підхід на основі конкурентних переваг, підхід щодо відповідності ринковим вимогам та інструментально-методичний підхід. У статті обґрунтовано важливість кожного з цих підходів для ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства, що дозволяє йому не лише витримувати конкурентний тиск, а й досягати сталих ринкових позицій. Виявлено, що кожен підхід акцентує на різних аспектах конкурентоспроможності, але всі вони спрямовані на забезпечення довгострокового успіху підприємства на ринку. Дослідження дозволило виявити ключові фактори, які визначають конкурентоспроможність підприємства, серед яких високоякісна продукція чи послуги, інноваційний підхід до виробництва та маркетингу, здатність адаптуватися до змін ринкового середовища, а також ефективне використання ресурсів і технологій. Також важливою складовою є здатність підприємства забезпечувати фінансову стабільність та інвестувати в інновації для підтримки конкурентних переваг. Розглянуто роль адаптивності підприємства у змінному ринковому середовищі, що дозволяє швидко реагувати на нові технології, зміни в попиті споживачів та інші економічні умови. Виявлено, що успішні підприємства здатні формувати конкурентні переваги через унікальні характеристики продукції і послуг, а також через ефективне управління своїми ресурсами та постійну інноваційну діяльність. Дослідження показало, що для забезпечення високої конкурентоспроможності необхідно не лише адаптуватися до змін ринку, але й активно формувати стратегії розвитку, що враховують майбутні зміни в зовнішньому середовищі. Це дозволяє підприємствам підтримувати стабільні ринкові позиції та забезпечувати довгостроковий розвиток.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, управління конкурентоспроможністю, підходи до управління конкурентоспроможністю, системний підхід, адаптивний підхід.

Рис.: 1. **Бібл.:** 15.

Полякова Євгенія Сераїївна – кандидат економічних наук, доцент, проректор Міжнародного технологічного університету «Миколаївська політехніка» (вул. Робоча, 2а, Миколаїв, 54029, Україна)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7032-9421>

UDC 658.8:658.5
JEL Classification: M11; M21; D21

Poliakova Y. S. The Theoretical Aspects of the Concept of Enterprise Competitiveness Management

The article is devoted to the theoretical aspects of enterprise competitiveness management, which is an important factor for successful development in the conditions of a modern market economy. The aim of the study is to analyze, systematize, generalize and improve the theoretical foundations of enterprise competitiveness management. The study presents the main approaches to the definition of this concept, in particular, system and adaptive approaches, approach based on competitive advantages, approach to compliance with market requirements, instrumental and methodological approach. The article substantiates the importance of each of these approaches for the effective management of the competitiveness of the enterprise, which allows it not only to withstand competitive pressure, but also to achieve stable market positions. It is found that each approach focuses on different aspects of competitiveness, but all of them are aimed at ensuring the long-term success of the enterprise in the market. The study revealed the key factors that determine the competitiveness of an enterprise, including high-quality products or services, an innovative approach to production and marketing, the ability to adapt to changes in the market environment, as well as the efficient use of resources and technologies. Another important component is the ability of the enterprise to ensure financial stability and invest in innovations to maintain competitive advantages. The role of adaptability of the enterprise in a changing market environment is considered, which allows to quickly respond to new technologies, changes in consumer demand and other economic conditions. It is revealed that successful enterprises are able to form competitive advantages through the unique characteristics of products and services, as well as through effective management of their resources and constant innovation activity. The study showed that in order to ensure high competitiveness, it is necessary not only to adapt to market changes, but also to actively form development strategies that take into account future changes in the external environment. This allows businesses to maintain stable market positions and ensure long-term development.

Keywords: competitiveness of the enterprise, competitiveness management, approaches to competitiveness management, system approach, adaptive approach.

Fig.: 1. **Bibl.:** 15.

Poliakova Yevheniia S. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Pro-rector of the International Technological University "Mykolaiv Polytechnic" (2a Robocha Str., Mykolayiv, 54029, Ukraine)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7032-9421>

У сучасних умовах динамічного розвитку економіки та високого рівня глобальної конкуренції забезпечення конкурентоспроможності підприємства стає одним із ключових завдань. Проте на практиці багато підприємств стикаються з труднощами у визначенні ефективних стратегій і методів управління конкурентоспроможністю. Ця проблема ускладнюється через невизначеність зовнішнього середовища, швидкі технологічні зміни та зміну споживчих уподобань. Відсутність чітких теоретичних підходів до розуміння сутності управління конкурентоспроможністю ускладнює побудову дієвих механізмів адаптації підприємств до ринкових умов.

Дослідження теоретичних аспектів управління конкурентоспроможністю підприємства є вкрай актуальним, оскільки конкурентоспроможність визначає здатність підприємства не лише виживати, але й розвиватися в умовах жорсткої конкуренції. Увага до цієї проблеми зростає у контексті глобалізації, цифровізації економіки та впровадження інновацій, які суттєво впливають на ефективність бізнес-процесів.

Крім того, існує необхідність у розробці нових теоретико-методичних підходів до управління конкурентоспроможністю, які враховували б сучасні виклики та тенденції. Розуміння основних теоретичних аспектів конкурентоспроможності дозволить підприємствам формувати стратегії, спрямовані на досягнення стійких конкурентних переваг, а також сприятиме розвитку національної економіки загалом.

Дослідженню теоретико-методичних аспектів управління конкурентоспроможністю присвячено велику кількість публікацій, зокрема, таківчені, як Бондаренко Г. С. [4], Васильков В. [13], Галелюк М. М. [3], Дідан К. О. [12], Дмитрієв І. А. [1], Довбенко В. І. [5], Ємельянов О. [8], Желуденко К. В. [15], Зінчик С. М. [7], Кирчата І. М. [1], Ковальчук О. В. [12], Ковтуненко К. В. [12], Копистко О. В. [6], Кошелупов І. Ф. [14], Момот О. М. [7], Піддубна А. І. [9], Піддубний І. О. [9], Тарнавська Н. П. [10], Шершенюк О. М. [1] та інші, присвятили свої праці вивченню цієї тематики. Незважаючи на широке висвітлення питань конкурентоспроможності в сучасних дослідженнях, у літературі не представлено загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності.

Актуальність дослідження та наявність невисвітлених раніше частин загальної проблеми обумовлюють мету дослідження, а саме – аналіз, систематизація, узагальнення та удосконалення теоретичних засад управління конкурентоспроможністю підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства є ключовим фактором його виживання та розвитку в умовах сучасної ринкової економіки. У глобалізованому світі, де відбувається постійна трансформація бізнес-середовища під впливом цифровізації, інновацій, змін споживчих уподобань і зростання конкуренції, підприємства змушені постійно адаптувати свої стратегії. Українські підприємства, зокрема, стикаються з додатковими викликами через економічну нестабільність, потребу інтеграції у світові ринки та модернізацію виробництва. Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності стає не лише питанням успішності окремого підприємства, але й важливим елементом розвитку національної економіки.

Конкурентоспроможність визначає здатність підприємства витримувати конкурентний тиск і здобувати перевагу над іншими учасниками ринку [1; 2]. Вона включає такі аспекти, як ціноутворення, інновації, доступ до ринку та рівень задоволеності клієнтів. Висока якість продукції чи послуг значно покращує конкурентні позиції компанії, адже споживачі схильні обирати продукцію з гарантованою якістю.

Дослідження джерел літератури [1; 3–15] дозволило виділити 5 підходів до визначення поняття «управління конкурентоспроможністю підприємства» (рис. 1):

- ✦ системний підхід до управління конкурентоспроможністю, який охоплює комплексний, інтегрований і планований вплив на всі аспекти діяльності підприємства для забезпечення стабільності та розвитку;
- ✦ адаптивний підхід до конкурентоспроможності, який зосереджується на здатності підприємства швидко адаптуватися до змін ринкового середовища, підтримуючи свою конкурентоспроможність через гнучкість і інновації;
- ✦ підхід на основі конкурентних переваг, який наголошує на формуванні, розвитку та ефективному використанні конкурентних переваг для забезпечення довгострокової ринкової стабільності;
- ✦ підхід щодо відповідності ринковим вимогам, який розглядає конкурентоспроможність як результат здатності підприємства задовольняти ринкові очікування споживачів через якість, ціну та обслуговування;
- ✦ інструментально-методичний підхід, який акцентує увагу на використанні конкретних інструментів і методів управління для формування та підтримання конкурентоспроможності.

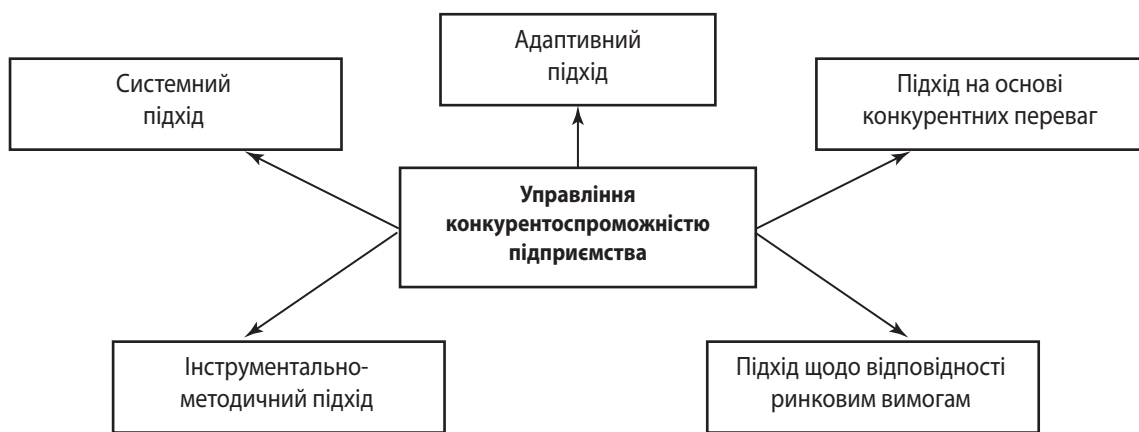


Рис. 1. Підходи до визначення поняття управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: систематизовано автором за [1; 3–15].

У рамках системного підходу до управління конкурентоспроможністю вчені акцентують увагу на цілісному, планованому впливі на всі аспекти діяльності підприємства.

Згідно з визначенням Галелюка М. М., управління конкурентоспроможністю підприємства є специфічною функцією менеджменту, що реалізується через виконання загальних управлінських завдань. Конкурентоспроможність підприємства та його продукції розглядається як частини єдиної системи [3]. Такий підхід забезпечує інтегроване управління всіма аспектами діяльності підприємства та сприяє стабільному розвитку

У своїх дослідженнях Бондаренко Г. С. визначає управління конкурентоспроможністю як планований і спрямований вплив на систему конкурентоспроможності, що має на меті підтримку її стабільності або переведення в інший стан [4]. Цей підхід дозволяє ефективно адаптувати управлінські методи до змін у середовищі підприємства.

Вчені Дмитрієв І. А., Кирчата І. М. та Шершенюк О. М. пропонують системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства, який базується на інтеграції різних аспектів його функціонування [1]. Вони підкреслюють, що конкурентоспроможність має розглядатися як комплексний показник, що включає здатність підприємства забезпечувати стабільний розвиток, ефективність діяльності та високу якість продукції. Стабільний розвиток у їхньому розумінні передбачає не лише збереження конкурентних позицій на ринку, але й постійне вдосконалення технологічних, організаційних і ресурсних процесів. Це включає адаптацію до змін у зовнішньому середовищі, таких як ринкові тренди, запити споживачів та економічні умови.

У дослідженні Довбенко В. І. пропонується багатовимірний підхід до розуміння конкурентоспроможності підприємства, який визначає її як інтегральну характеристику, яка відображає здатність суб'єкта господарювання утримувати свої ринкові позиції, забезпечувати фінансову стабільність і водночас ефективно розвиватися у довгостроковій перспективі [5]. У цьому підході конкурентоспроможність розглядається не лише як окремий показник, а як сукупність взаємопов'язаних параметрів, які формують стійкість і адаптивність підприємства в умовах мінливого ринкового середовища. Зокрема, здатність утримувати ринкові позиції визначається вмінням підприємства ефективно конкурувати з іншими учасниками ринку, пропонуючи споживачам продукти або послуги, які відповідають їхнім очікуванням і переважають аналоги за ключовими характеристиками, такими як якість, ціна та рівень обслуговування. Фінансова стабільність, на думку Довбенко В. І., є одним із ключових елементів конкурентоспроможності, оскільки вона забезпечує підприємству можливість не лише функціонувати в поточному режимі, але й інвестувати у свій розвиток, впроваджувати інновації та адаптуватися до змін на ринку. Цей аспект передбачає раціональне управління фінансовими ресурсами, здатність реагувати на економічні виклики та підтримувати ліквідність і платоспроможність.

У рамках підходу до управління конкурентоспроможністю як здатність адаптуватися до ринку та зберігати переваги вчені виділяють важливість адаптивності та гнучкості підприємства у змінному ринковому середовищі.

Зокрема, Копистко О. В. пропонує концептуальний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства, акцентуючи увагу на його здатності підтримувати і розвивати ринкові по-

зиці шляхом створення привабливості продукції для споживачів [6]. Автор підкреслює, що основою конкурентоспроможності є не лише якість продукції чи послуг, але й загальна стратегія підприємства, спрямована на задоволення потреб клієнтів у динамічному ринковому середовищі. За визначенням Копистка О. В., підприємство досягає конкурентоспроможності через створення продуктів або послуг, які відрізняються своєю унікальністю, функціональністю чи додатковою цінністю для кінцевого споживача. Це може включати інноваційні характеристики, удосконалення дизайну, забезпечення високої якості, конкурентоспроможну ціну або зручність доступу до продукції.

Такий підхід дозволяє підприємству формувати сильний зв'язок зі своєю цільовою аудиторією. Крім того, автор наголошує на важливості гнучкості та адаптивності підприємства до змін ринкового середовища, адже сучасний ринок вимагає від підприємств швидкого реагування на нові тенденції, технологічні інновації та зміни в уподобаннях споживачів. У цьому контексті здатність підприємства підтримувати та розширювати свої ринкові позиції стає ключовим фактором його успіху.

Вчені Зінчик С. М. і Момот О. М. пропонують підхід до управління конкурентоспроможністю, який акцентує увагу на адаптивності підприємства до змін ринкового середовища [7]. Вони підкреслюють важливість гнучкості й здатності компанії швидко реагувати на нові умови, що дозволяє їй зберігати свою конкурентну позицію навіть в умовах постійних економічних і технологічних змін. Основною ідеєю цього підходу є те, що конкурентоспроможність підприємства формується через постійну здатність змінюватися та адаптувати свої стратегії до умов ринку. Адаптивність у цьому контексті включає в себе здатність компанії своєчасно виявляти зовнішні та внутрішні зміни та вживати необхідних заходів для мінімізації ризиків та максимізації можливостей. Це може бути досягнуто шляхом адаптації до нових ринкових умов, впровадження інновацій, коригування маркетингових стратегій або оптимізації виробничих процесів.

Своєю чергою Ємельянов О. акцентує увагу на важливості ефективного використання ресурсів, інноваційних технологій і управлінських рішень для досягнення стійких ринкових переваг [8]. Він вважає, що для забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідно комплексно підходити до управління різними аспектами діяльності компанії, що включає як оптимізацію внутрішніх ресурсів, так і впровадження новітніх технологій. У цьому контексті важливою є інте-

грація нових технологій в процесі виробництва та обслуговування, що дозволяє підвищити ефективність і зменшити витрати, а отже, покращити конкурентоспроможність. Одним із основних аспектів цього підходу є необхідність використання інноваційних технологій для створення додаткової вартості. Важливою складовою є стратегічний підхід до управління, орієнтований на довгострокову перспективу, що дозволяє адаптуватися до змінюваних умов і досягати стійких конкурентних переваг.

У рамках підходу на основі конкурентних переваг автори акцентують увагу на створенні, розвитку та використанні конкурентних переваг.

Зокрема, вчені Піддубний І. О. та Піддубна А. І. трактують управління конкурентоспроможністю як важливий напрям менеджменту, що безпосередньо орієнтований на формування, розвиток та ефективне використання конкурентних переваг [9]. Вони підкреслюють, що конкурентоспроможність підприємства забезпечується не лише наявністю певних переваг порівняно з конкурентами, а й здатністю цих переваг бути сталими і адаптивними до змінюваних умов ринку. Основна увага їх підходу зосереджена на розвитку конкурентних переваг, що дозволяють підприємству забезпечити стабільність функціонування в умовах високої конкуренції та постійних змін. Дослідники наголошують на важливості стратегічного підходу до управління конкурентоспроможністю. Згідно з їхнім визначенням, конкурентні переваги повинні базуватися на довгострокових стратегіях розвитку, які не лише враховують поточні тенденції ринку, але й прогнозують майбутні зміни. Вони акцентують увагу на тому, що для забезпечення стабільності підприємства на ринку необхідно не тільки створювати нові конкурентні переваги, але й постійно підтримувати та оновлювати існуючі. Це вимагає активного інвестування в інновації, розвитку технологій, підвищення кваліфікації персоналу та впровадження ефективних управлінських практик.

Підхід Кошелупова І. Ф. можна розглядати як інтеграцію стратегії і операційного управління, де стратегічні рішення дають напрямок розвитку підприємства, а оперативні можливості забезпечують їх реалізацію [14]. Тільки за умови належної інтеграції цих двох складових підприємство може досягати реальних конкурентних переваг і успішно функціонувати на ринку в умовах постійної конкуренції та змін.

Дослідниця Тарнавська Н. П. зосереджує свою увагу на критичних характеристиках і ресурсах, що забезпечують економічну ефективність

підприємства та дозволяють йому перевершувати конкурентів у трьох ключових аспектах: якості продукції, ціноутворенні та рівні обслуговування [10]. Вона вважає, що для досягнення стабільної конкурентоспроможності важливо не лише мати висококваліфіковані ресурси і ефективні технології, але й грамотно вибудовувати стратегічні підходи, які дозволяють компанії зайняти лідируючі позиції на ринку. Один із головних аспектів її підходу полягає в тому, що конкурентні переваги не обмежуються лише продукцією або послугами, але включають в себе комплекс факторів, таких як організація виробничих процесів, адаптивність до змін ринкових умов, рівень інновацій та здатність оперативно реагувати на вимоги споживачів. Це дає змогу підприємству не лише бути конкурентоспроможним у поточний момент часу, але й здатним до довгострокового розвитку та забезпечення стабільної ринкової позиції.

На думку В. Василькова, управління конкурентоспроможністю охоплює аналіз виробничого потенціалу підприємства, а саме технології, ресурси, навички персоналу, а також якісні та кількісні показники [13]. Такий підхід акцентує увагу на можливості вимірювання конкурентоспроможності через порівняння з іншими підприємствами-конкурентами.

У рамках підходу щодо відповідності ринковим вимогам вчені підкреслюють роль відповідності продукції або послуг ринковим очікуванням.

Зокрема, дослідники Ковтуненко К. В., Дідан К. О. та Ковальчук О. В. підходять до трактування поняття конкурентоспроможності підприємства через призму відповідності продукції або послуг ринковим вимогам, що є важливим аспектом в умовах постійно змінюваного ринкового середовища [12]. Вони вважають, що конкурентоспроможність не є статичним показником, а динамічним процесом, який залежить від здатності підприємства ефективно реагувати на зміни у попиту, а також від готовності адаптувати свої продукти або послуги відповідно до змінних вимог ринку та споживачів. Такий підхід підкреслює здатність розпізнавати і передбачати зміни в попиту, що дозволяє підприємству швидко адаптуватися до нових умов, зберігаючи при цьому свою конкурентоспроможність. Це вимагає від підприємства не лише наявності високоякісної продукції, але й ефективної стратегії моніторингу ринку, дослідження потреб споживачів, а також гнучкої системи управління, що дозволяє швидко реагувати на зміни.

Желуденко К. В. трактує управління конкурентоспроможністю як здатність організації не тільки задовольняти потреби споживачів, але й за-

безпечувати стійкий попит на свою продукцію чи послуги [15]. Цей підхід підкреслює важливість взаємозв'язку між рівнем задоволення клієнтів та фінансовими результатами підприємства, що є основою для його довгострокового успіху та стабільного розвитку. Підхід Желуденка К. В. загалом орієнтований на досягнення стійкої конкурентоспроможності через глибоке розуміння потреб клієнтів і побудову бізнес-моделі, яка забезпечує фінансову вигоду і стабільність підприємства в довгостроковій перспективі.

Тарнавська Н. П. підкреслює важливість трьох аспектів конкурентоспроможності підприємства, які тісно взаємопов'язані між собою: якість, ціна та рівень обслуговування [10]. Підприємства, які здатні запропонувати конкурентоздатні ціни при високій якості, отримують додаткову перевагу.

У рамках інструментально-методичного підходу вчені зосереджуються на конкретних засобах та інструментах управління.

Зокрема, Кузьмін О. Є. підходить до управління конкурентоспроможністю підприємства з акцентом на комплексності інструментів і методів, які використовуються для створення та просування конкурентоспроможних товарів на ринку [11]. Він наголошує на необхідності стратегічного підходу, який включає в себе не лише використання різноманітних інструментів для поліпшення продукту та його позиціонування на ринку, але й цілеспрямовану роботу з формування і підтримки конкурентних переваг на всіх етапах діяльності підприємства. На думку вченого, важливим є не тільки виробництво товару, що відповідає вимогам ринку, а й забезпечення його постійної відповідності змінним умовам ринку, що вимагає постійного оновлення стратегій та тактик. Такий підхід підкреслює стратегічну відповідальність підприємства за створення та підтримку цих конкурентних переваг, що, своєю чергою, дає змогу підприємству досягати поставлених цілей на різних рівнях господарської діяльності.

Своєю чергою, Галелюк М. М. розглядає управління конкурентоспроможністю як специфічну функцію менеджменту, яка здійснюється через виконання загальних управлінських завдань [3]. Такий підхід передбачає інтеграцію конкурентоспроможності в загальний управлінський процес на підприємстві. На думку вченого, успішне управління конкурентоспроможністю базується на ретельному аналізі як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, що впливають на діяльність підприємства, і на постійному коригуванні стратегії управління, щоб відповідати на виклики ринку.

Отже, різні вчені наголошують на різних аспектах управління конкурентоспроможністю: системності, адаптивності, стратегічних перевагах, відповідності ринковим вимогам або інструментарії. Ґрунтуючись на виділених підходах і думках провідних вчених, можна дати узагальнююче визначення *конкурентоспроможності підприємства*, Отже, це комплексна характеристика, яка відображає здатність підприємства ефективно використовувати власні ресурси, технології, управлінські та організаційні інструменти для створення і підтримки конкурентних переваг на ринку. Цей показник інтегрує економічні, технологічні, фінансові та кадрові аспекти діяльності компанії, забезпечуючи високу якість продукції, гнучкість у реагуванні на зміни ринкових умов та інноваційність у виробництві. Конкурентоспроможність підприємства проявляється у його здатності задовольняти потреби споживачів краще, ніж конкуренти, та зберігати стабільну частку ринку, забезпечуючи при цьому сталий розвиток і прибутковість у довгостроковій перспективі.

ВИСНОВКИ

Управління конкурентоспроможністю повинно охоплювати всі аспекти діяльності підприємства – від фінансової стабільності до інноваційних технологій і адаптивності до змін ринку. Це вимагає гнучкості в реагуванні на зовнішні і внутрішні виклики, здатності швидко змінювати стратегії і підтримувати довгострокові конкурентні переваги. Відповідно до цього, для досягнення високої конкурентоспроможності необхідно постійно вдосконалювати технологічні, організаційні і ресурсні процеси, зокрема, за допомогою інновацій та адаптації до змін попиту та ринкових умов. Ключовими факторами успіху є високоякісні продукти, ефективне ціноутворення, рівень обслуговування та здатність підприємства створювати і підтримувати стійкі конкурентні переваги, орієнтуючись на довгострокові стратегії розвитку. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Дмитрієв І. А., Кирчата І. М., Шершенюк О. М. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Харків : ФОП Бровін О. В., 2020. 340 с.
2. Завербний А., Ніценко Д. Проблеми та перспективи застосування бенчмаркінгу підприємствами як елемент конкурентного розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45.
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-35>.

3. Галелюк М. М. Система управління конкурентоспроможністю машинобудування підприємства. *Вісник економічної науки України*. 2008, № 2. С. 1–5.
4. Бондаренко Г. С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02. Харків, 2001. 19 с.
5. Довбенко В. І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2007. № 6 (35). С. 29–35.
6. Копистко О. В. Теоретичні основи конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. *Економіка АПК*. 2010. № 1. С. 61–63.
7. Зінчик С. М., Момот О. М. Поняття конкурентоспроможності як економічної категорії суспільного розвитку // Актуальні питання підвищення конкурентоспроможності держави, бізнесу та освіти в сучасних економічних умовах : матеріали І Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (Полтава, 14–15 лют. 2013 р.). URL: http://www.confcontact.com/20130214_econ/1_zinchik.htm
8. Ємельянов О. Сутність та типи конкурентоспроможності компаній. *Грааль науки*. 2021. Вип. 8. С. 36–40.
DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.24.09.2021.03>
9. Піддубний І. О., Піддубна А. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Харків : ВД „ІНЖЕК”, 2004. 264 с.
10. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : монографія. Тернопіль : Екон. думка, 2008. 570 с.
11. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. Львів : Компакт-ЛВ, 2005. 304 с.
12. Ковтуненко К. В., Дідан К. О., Ковальчук О. В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність і підходи до визначення. *Бізнес Інформ*. 2021. № 3. С. 100–104.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-3-100-104>
13. Васильков В. Організація виробництва : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2003. 524 с.
14. Кошелупов І. Ф. Програми підвищення конкурентоспроможності організацій. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 1 (44). С. 219–225.
15. Желуденко К. В. Сутність та фактори конкурентоспроможності продукції підприємств України. *Інтелект XXI*. 2017. № 1. С. 66–71.

REFERENCES

- Bondarenko, H. S. "Upravlinnia konkurentospromozhnistiu avtotransportnoho pidpriemstva" [Management of the Competitiveness of the Motor Vehicle Enterprise]: *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk* : 08.06.02, 2001.
- Dmytriiev, I. A., Kyrchata, I. M., and Shersheniuk, O. M. *Konkurentospromozhnist pidpriemstva* [Competitiveness of the Enterprise]. Kharkiv: FOP Brovin O. V., 2020.
- Dovbenko, V. I. "Chynnyky pidvyshchennia konkurentospromozhnosti vitchyznianskykh pidpriemstv za umov hlobalizatsii" [Factors of Increasing the Competitiveness of Domestic Enterprises Under the Conditions of Globalization]. *Zovnishnia torhivlia: pravo ta ekonomika*, no. 6(35) (2007): 29-35.
- Haleliuk, M. M. "Systema upravlinnia konkurentospromozhnistiu mashynobuduvannia pidpriemstva" [The Management System of the Competitiveness of the Machine-building Enterprise]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, no. 2 (2008): 1-5.
- Kopystko, O. V. "Teoretychni osnovy konkurentospromozhnosti silskohospodarskoi produktsii" [Theoretical Foundations of Competitiveness of Agricultural Products]. *Ekonomika APK*, no. 1 (2010): 61-63.
- Koshelupov, I. F. "Prohramy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti orhanizatsii" [Programs for Increasing the Competitiveness of Organizations]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, no. 1(44) (2012): 219-225.
- Kovtunenکو, K. V., Didan, K. O., and Kovalchuk, O. V. "Konkurentospromozhnist pidpriemstva: sutnist i pidkhody do vyznachennia" [Competitiveness of Enterprise: The Essence and Approaches to Definition]. *Biznes Inform*, no. 3 (2021): 100-104.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-3-100-104>
- Kuzmin, O. Ye. *Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva* [Management of International Competitiveness of the Enterprise]. Lviv: Kompakt-LV, 2005.
- Piddubnyi, I. O., and Piddubna, A. I. *Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva* [Management of International Competitiveness of the Enterprise]. Kharkiv: VD „INZhEK”, 2004.
- Tarnavska, N. P. *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Management of Enterprise Competitiveness: Theory, Methodology, Practice]. Ternopil: Ekon. dumka, 2008.
- Vasylykov, V. *Orhanizatsiia vyrobnytstva* [Organization of Production]. Kyiv: KNEU, 2003.
- Yemelianov, O. "Sutnist ta typy konkurentospromozhnosti kompanii" [The Essence and Types of Competitiveness of Companies]. *Hraal nauky*, no. 8 (2021): 36-40.
DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.24.09.2021.03>
- Zaverbnyi, A., and Nitsenko, D. "Problemy ta perspektyvy zastosuvannia benchmarkingu pidpriemstvamy yak element konkurentnoho rozvytku" [Problems and Prospects of Using Benchmarking by Enterprises as an Element of Competitive Development]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 45 (2022).
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-35>
- Zheludenko, K. V. "Sutnist ta faktory konkurentospromozhnosti produktsii pidpriemstv Ukrainy" [The Essence and Factors of Competitiveness of Products of Ukrainian Enterprises]. *Intelekt XXI*, no. 1 (2017): 66-71.
- Zinchyk, S. M., and Momot, O. M. "Poniattia konkurentospromozhnosti yak ekonomichnoi katehorii suspilnoho rozvytku" [The Concept of Competitiveness as an Economic Category of Social Development]. Aktualni pytannia pidvyshchennia konkurentospromozhnosti derzhavy, biznesu ta osvity v suchasnykh ekonomichnykh umovakh. 2013. http://www.confcontact.com/20130214_econ/1_zinchik.htm