

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2024. № 11.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.11.86>

УДК: 338.242.4

I. Г. Кадирус,

к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5024-6549>

О. М. Величко,

старший викладач кафедри маркетингу,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4923-7677>

М. В. Ткачова,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-0816-2663>

РОЛЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

I. Kadyrus,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Dnipro State Agrarian and Economic University

O. Velychko,

Senior Lecturer of the Department of Marketing,

Dnipro State Agrarian and Economic University

M. Tkachova,

Master of the second year of study,

Dnipro State Agrarian and Economic University

THE ROLE OF COMPETITIVENESS IN ENSURING THE EFFECTIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

У статті розглянуто сутність понять «конкуренція», «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції» як основних елементів стратегічного розвитку підприємства в умовах ринкової економіки. Визначено, що конкурентоспроможність – це здатність підприємства підтримувати та покращувати свої конкурентні позиції на ринку, впливати на ринкову ситуацію, шляхом реалізації високоякісних товарів та послуг, задовольняти специфічні потреби споживачів та забезпечувати ефективність діяльності компанії.

Визначено умови, що сприяють забезпеченню конкурентоспроможності підприємства на ринку. До них відносяться: застосування наукового підходу до стратегічного управління, забезпечення цілісності технологічного розвитку, економіки та управління, використання сучасних методів досліджень і наукових розробок при оцінці конкурентоспроможності підприємства і його продукції, здатність адаптуватися до нових і непередбачуваних умов ринку.

Дослідження показали, що категорії «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції» тісно взаємопов'язані та взаємозалежні. Конкурентоспроможність продукції є основою для здобуття значних конкурентних переваг товаровиробника. Вона являє собою порівняльну характеристику, яка демонструє відмінності товару від продукції конкурентів і включає всебічну оцінку його властивостей, визначених ринковими вимогами або характеристиками товарів, що конкурують на певному ринку.

Успішність функціонування підприємства в умовах мінливого ринкового середовища та інтенсивної конкуренції неможливе без забезпечення його стійкої конкурентоспроможності. Цей чинник визначає можливість ефективної діяльності компанії і її подальшого розвитку.

Встановлено, що конкурентоспроможність підприємства повинна базуватись на наявності порівняльних переваг конкретного підприємства над конкурентами. Конкурентні переваги виникають і розвиваються в

умовах активної конкуренції. Це свідчить про те, що із зростанням масштабів конкуренції значення конкурентних переваг для успіху підприємства на ринку та ефективної його діяльності лише зростає. Вони є ключовими й найважливішими чинниками, що визначають рівень конкурентоспроможності.

The article examines the essence of the concepts «competition», «enterprise competitiveness» and «product competitiveness» as the main elements of the strategic development of the enterprise in the conditions of a market economy. It was determined that competitiveness is the ability of an enterprise to maintain and improve its competitive position on the market, to influence the market situation through the sale of high-quality goods and services, to satisfy the specific needs of consumers and to ensure the efficiency of the company's activities.

The conditions contributing to ensuring the competitiveness of the enterprise on the market have been defined. These include: the application of a scientific approach to strategic management, ensuring the integrity of technological development, economics and management, the use of modern methods of research and scientific development in assessing the competitiveness of the enterprise and its products, the ability to adapt to new and unpredictable market conditions.

Studies have shown that the categories «enterprise competitiveness» and «product competitiveness» are closely related and interdependent. The competitiveness of products is the basis for obtaining significant competitive advantages of the product manufacturer. It is a comparative characteristic that demonstrates the differences of the product from competitors' products and includes a comprehensive assessment of its properties determined by market requirements or characteristics of products competing in a certain market.

Successful operation of the enterprise in the conditions of a changing market environment and intense competition is impossible without ensuring its sustainable competitiveness. This factor determines the possibility of effective operation of the company and its further development.

It was established that the competitiveness of the enterprise should be based on the presence of comparative advantages of a particular enterprise over its competitors. Competitive advantages arise and develop in conditions of active competition. This shows that as the scale of competition increases, the importance of competitive advantages for the success of the enterprise on the market and its effective operation only increases. They are the key and most important factors determining the level of competitiveness.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, конкурентні переваги, конкуренти, фактори.

Keywords: competition, enterprise competitiveness, product competitiveness, competitive advantages, competitors, factors.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасний стан економіки характеризується затяжною фінансово-економічною кризою, що виникла внаслідок військових дій в нашій країні, політичною нестабільністю, посиленням конкуренції в різних галузях виробництва. У зв'язку з цим, діяльність підприємств повинна бути орієнтована не лише на виживання, а й на постійний процес розвитку та утримання своїх конкурентних позицій. Це питання на сьогодні є одним із найактуальніших, оскільки дозволяє підприємствам не лише утримувати позиції на ринку, але й розвиватися, реагуючи на виклики зовнішнього середовища, посилювати інноваційний потенціал та залучати нових клієнтів навіть у складних умовах економічної нестабільності.

Сутність конкурентоспроможності полягає не лише у можливості протистояти конкурентам, а й у здатності адаптуватися до мінливих умов мікро- та макросередовища, забезпечуючи гнучкість, інноваційність та ефективне управління ресурсами задля стабільного розвитку компанії.

Конкурентоспроможність є ключовим показником ефективної діяльності підприємства. Визначення конкурентних позицій дозволяє підприємствам краще розуміти свої сильні та слабкі сторони і розробляти ефективні маркетингові стратегії, адаптовані до вимог сучасності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним дослідженням та практичним напрацюванням, пов'язаними з різними аспектами вивчення конкуренції та конкурентоспроможності підприємства велику приділяли увагу іноземні та вітчизняні науковці: Друкер П., Карлоф Б., Котлер Ф., Ламбен Ж., Портер М. [4], Роуз Р., Самуельсон П., Сміт А., Стіглер Дж., Хікс Дж.; Васильців Т., Дерев'янчук Т., Должанський І.З. [7], Кузьмін О. [8], Мазаракі А., Прядкіна С., Пуцентейло П.Р. [9], Коломієць І., Хамініч С. [10], Череп А. та інші.

Незважаючи на наявність значної кількості наукових напрацювань з цієї теми, актуальними залишаються питання пов'язані з підвищенням конкурентоспроможності підприємств. Також недостатньо висвітлені питання щодо визначення ключових факторів, що формують конкурентні переваги підприємств у сучасних умовах бізнес-середовища.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження підходів щодо понять «конкуренція», «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції», визначенні основних чинників впливу на формування їх конкурентних переваг та пошук напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки спостерігається жорстка конкурентна боротьба, що пов'язано з інтеграцією України в міжнародний економічний простір та зростанням кількості потужних транснаціональних корпорацій на вітчизняному ринку [1, с. 94]. Конкуренція спонукає підприємців не зупинятися на власних досягненнях, а, навпаки, постійно вдосконалюватися: знижувати собівартість продукції, покращувати її якість, впроваджувати

інноваційні технології, розширювати асортимент товарів та послуг, а також підвищувати рівень обслуговування своїх клієнтів.

Економічними елементами мотивів конкуренції між товаровиробниками є виробництво, пов'язане із задоволенням власних інтересів, а саме: нарощування прибутків, досягнення сприятливих умов для виробництва та реалізації продукції, отримання високої частки ринку тощо. Отже, конкуренція – це сукупність економічних відносин між суб'єктами господарювання в ринкових умовах, що характеризуються динамічним проявом конкурентної боротьби підприємств на користь споживачів на основі конкретних переваг.

Під конкурентним середовищем розуміють результати й умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що характеризують відповідний рівень економічної конкуренції та можливість впливу на окремих суб'єктів господарювання відносно загальної ринкової ситуації.

Зазвичай поняття конкурентоспроможності дослідники традиційно пов'язують із поняттями конкуренції та конкурентного середовища. Однак, конкурентоспроможність є складним та багатоплановим поняттям, яке застосовують до різних економічних категорій, а саме продукції, підприємств, галузі, національної економіки. У широкому розумінні конкурентоспроможність – це обумовлені економічними, соціальними та політичними чинниками позиції країни або товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках. Це поняття на макрорівні відображає сприятливі позиції національної економіки у сфері міжнародної торгівлі й одночасно її здатність зміцнювати ці позиції [2].

Загалом конкурентоспроможність визначається як процес ведення бізнесу з конкурентними перевагами для досягнення перемоги в боротьбі з конкурентами. Це інструмент забезпечення успішного розвитку та необхідна передумова функціонування підприємств в умовах сучасних економічних реалій.

До умов, що забезпечують конкурентоспроможність підприємства на ринку, відносяться:

- застосування наукових підходів до стратегічного маркетингу та менеджменту;
- забезпечення цілісності технологічного розвитку, економіки та управління;
- використання сучасних методів дослідження й наукових розробок (програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень, системний аналіз, SWOT-аналіз, бенчмаркінг та моделювання);
- встановлення взаємозв'язків функцій управління будь-яким процесом на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта;
- формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів;
- здатність адаптуватися до нових та непередбачуваних умов конкуренції [3].

Якщо підприємство ефективно конкурує на ринку, забезпечуючи свою успішну позицію в порівнянні з іншими учасниками галузі, то її можна назвати конкурентоспроможним.

Вперше поняття конкурентоспроможності запропонував економіст А. Сміт в своїй праці «Багатство народів», де він розглядав здатність національної економіки забезпечувати власне багатство та добробут через ефективне використання ресурсів та вміння конкурувати на міжнародних ринках. Однак більш сучасне трактування цього терміну відображено в науковій праці «Стратегія конкуренції» М. Портера, в якій він розглядає його як сукупність певних конкурентних переваг об'єкта серед аналогічних на ринку [4, с. 124].

Термін «конкурентоспроможність» складається з двох понять: «конкуренція» і «спроможність». Перший визначає рівень конкуренції економічних суб'єктів господарювання у конкурентній боротьбі, а другий свідчить про наявність потенційних можливостей підприємства для ведення

конкурентної боротьби [5]. Конкурентоспроможні підприємства здатні миттєво реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища та гнучко адаптуватися до нього.

Погляди різних науковців на визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» представлені табл. 1.

Таблиця 1. Тракткування поняття «конкурентоспроможності підприємства»

Автор	Характеристика дефініції «Конкурентоспроможність підприємства»
Денисенко М.П., Гречан А.П., Шилова К.О.	Комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оцінювальних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів [6, с. 36]
Должанський І.З., Загорна Т.О.	Здатність виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування; можливість ефективно розпоряджатись власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [7, с. 28]
Кузьмін О.Є.	Комплексне системне поняття, яке відображає конкурентні переваги конкретного підприємства над іншими за сукупністю параметрів (економічних, фінансових, виробничих, ринкових, кадрових, товарних тощо), що певним чином між собою поєднані та формують пріоритетну унікальність та закріплення позицій на певному ринку у конкретний проміжок часу при визначеному впливі середовища функціонування [8, с. 11].
Кваша С. М., Голомша Н. Є.	У ринковій системі господарювання категорія «конкурентоспроможність» – одна з головних, бо в ній відображені економічні, науково-технічні, виробничі, організаційно-управлінські, маркетингові та інші можливості окремого підприємства, галузі чи країни загалом [2, с. 100].
Портер М.	Конкурентоспроможність підприємства розглядається через порівняння його конкурентних переваг високого й низького порядку з аналогічними перевагами інших фірм на ринку [4].
Пуцентейло П.Р.	Багатоаспектна економічна категорія, яка є головним критерієм оцінки ефективності виробництва продукції, виконання робіт або надання послуг, а також результируючим показником ефективності системи управління суб'єктом господарювання [9, с. 80].
Хамініч С.	Багатогранна і багаторівнева категорія, яка в ринкових умовах стає інтегральною характеристикою господарюючого суб'єкта щодо його відповідності об'єктивним (зовнішнім відносно нього) економічним умовам [10].

Практично всі науковці (табл. 1) акцентують увагу на тому, що конкурентоспроможність підприємства повинна базуватись на наявності порівняльних переваг конкретного підприємства над конкурентами. Ми погоджуємося з їх думкою і наголошуємо на тому, що конкурентоспроможні підприємства повинні перевершувати своїх конкурентів за рахунок більш ефективного використання ресурсного потенціалу та гнучко реагувати на зовнішні можливості та загрози, запроваджуючи інновації, оптимізуючи управлінські процеси та орієнтуючись на потреби ринку для зміцнення своїх позицій у динамічному конкурентному середовищі.

Слід зазначити, що конкурентоспроможність підприємств визначають за такими параметрами (рис. 1).



Рис. 1. Ключові параметри конкурентоспроможності підприємства

Джерело: розроблено авторами

Конкурентоспроможність підприємства оцінюється через порівняння його з декількома конкурентами, що діють на тому ж ринку, за такими показниками, як технічне оснащення, асортимент товарів, цінова стратегія, кваліфікація працівників, якість продукції, інноваційність, рівень обслуговування клієнтів, репутація компанії тощо.

Конкурентоспроможність підприємства на товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності його продукції. Отже, визначити рівень конкурентоспроможності підприємства неможливо без обґрунтування значення конкурентоспроможності продукції. Компанія може мати високий рівень конкурентоспроможності продукції за одних умов і середній рівень за інших.

Між категоріями «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції» існує зв'язок і взаємозалежність. Конкурентоспроможність продукції є основою сильної конкурентної переваги кожного виробника. Конкурентоспроможність продукції – це порівняльна характеристика, яка визначає відмінність аналізованого товару від товарів-конкурентів і передбачає комплексну оцінку його характеристик, зумовлених потребами ринку або характеристиками іншого товару. Вона характеризується конкурентними перевагами за якістю продукції, технологічним рівнем, споживчими характеристиками та доступними цінами, які встановлює продавець товару. Висока конкурентоспроможність продукції свідчить про швидкість їх виробництва та можливість прибуткового продажу.

Кожна компанія, яке пропонує на ринку товари, намагається досягти певної переваги над іншими підприємствами. Конкурентні переваги з'являються та проявляються в умовах конкуренції, де вона існує і розвивається. Все це означає, що чим більш всеосяжного характеру набуває конкуренція, тим важливішими для досягнення успіху на ринку та в господарській діяльності окремих підприємств і галузей стають їхні

конкурентні переваги. Конкурентні переваги є найбільш значущими й головними визначальними факторами конкурентоспроможності.

Конкурентні переваги – це наявність ціннісних властивостей чи сукупності факторів, що дають змогу підприємству посідати та утримувати кращі, порівняно з іншими, конкурентні позиції на ринку. Конкурентна перевага – наявність в організації якої-небудь унікальної, ексклюзивної цінності, що дає їй переваги перед конкурентами [11, с. 43].

Конкурентні переваги мають відповідати таким критеріям:

- забезпечення споживчої вигоди для покупців і високої рентабельності для підприємства;
- унікальність (ексклюзивність) торгової марки;
- можливість масштабування та адаптації до нових умов або ринкових сегментів;
- забезпечення стійкості в перспективі, так як вони мають динамічний характер і можуть постійно змінюватись під впливом факторів зовнішнього середовища;
- бути складними для наслідування конкурентам.

Конкурентні переваги поділяють на внутрішні та зовнішні.

Внутрішня конкурентна перевага – це характеристика внутрішніх аспектів бізнесу компанії, яка перевершує подібні характеристики конкурентів, яким надається перевага. Внутрішні переваги включають виробництво, технологію, організацію, управління, інновації, економічні результати тощо.

Зовнішня конкурентна перевага залежить від здатності підприємства створювати більш значиму цінність для споживачів і тим самим краще задовольняти їх потреби, знижувати витрати та підвищувати ефективність своєї діяльності [12].

Конкурентні переваги підприємства визначаються прогресивною організаційно-технологічною та соціально-економічною базою. Ключовими факторами є навички у проведенні маркетингового аналізу та своєчасне

впровадження заходів для посилення конкурентоспроможності. Особливо важливо відзначити останнє, оскільки визначення рівня конкурентоспроможності та розробка заходів щодо підвищення його рівня є необхідними на всіх етапах виробничих та збутових процесів.

Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності вимагає від підприємства постійного моніторингу ринкових умов, аналізу потреб споживачів та конкурентів, а також здатності швидко адаптуватися до змін. Не менш важливим є удосконалення внутрішніх процесів, що включає оптимізацію витрат, покращення якості продукції та послуг, а також впровадження інноваційних рішень. Важливим аспектом є також ефективне управління людськими ресурсами, адже висока кваліфікація та мотивація працівників безпосередньо впливають на конкурентоспроможність підприємства.

З точки зору зовнішнього середовища, важливо не лише підтримувати ефективні зв'язки з постачальниками та клієнтами, а й активно розвивати бренд підприємства, що допоможе створити стійкі конкурентні переваги. Загалом, для досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємство повинно постійно вдосконалювати свою стратегію, впроваджувати новітні технології, оптимізувати бізнес-процеси, зберігати гнучкість та адаптивність до зовнішніх і внутрішніх змін. Тільки таким чином можна забезпечити довгострокову стабільність і процвітання на ринку.

Висновки

1. Одним із головних завдань ефективного функціонування підприємства є формування та зміцнення його конкурентоспроможності. Конкуренція – це боротьба суб'єктів ринкових відносин за обмежений обсяг платоспроможного попиту та ресурсів, з чого випливає, що конкурентоспроможність – це здатність перемагати конкурентів у цій боротьбі, використовуючи більш ефективні методи і досягати більшої досконалості в ключових сферах діяльності.

2. Визначено, що ключовими факторами конкурентоспроможності є: застосування новітніх передових технологій при виробництві продукції, оптимальний склад виробничих витрат, економіка виробництва, якість продукції та диференціація підприємства, новітні маркетингові інструменти щодо просування та збуту продукції, стратегічний рівень розвитку підприємства. Кожен із цих факторів впливає на вартість фірми та на її конкурентоспроможність в галузі. Якщо компанія ефективно конкурує на ринку, забезпечуючи свою успішну позицію в порівнянні з іншими учасниками галузі, то її можна назвати конкурентоспроможною.

3. Кожне підприємство, яке пропонує свої товари на ринку, прагне здобути перевагу над конкурентами. Конкурентні переваги виникають і проявляються в умовах ринку, існує високий рівень конкуренції. Це означає, що чим інтенсивніша конкуренція на ринку, тим важливіші для успіху підприємств стають їхні конкурентні переваги. Вони є основними та ключовими факторами, які визначають рівень конкурентоспроможності.

Література:

1. Герасимова В.О., Резанов Е.О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*. № 154. 2020. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/482/470>

2. Кваша С. М., Голомша Н. Є. Конкурентоспроможність вітчизняної сільсько-господарської продукції на світовому аграрному ринку. *Економіка АПК*. 2006. № 5. С. 99–104.

3. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104

4. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів: навчальний посібник. К.: Основи, 1998. 390 с.

5. Пачуха Е.В., Бабика В.О. Сучасні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств». *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”*. № 1. 2021. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/2793/1/statta_pahuca_babika_klepceva_sucasn%D1%96_p%D1%96dhodi_do_viznacenna_ponatta_%20_konkurentospromozn%D1%96st_s%D1%96lskogospodarskih_p%D1%96dpriemstv.pdf

6. Денисенко М.П., Гречан А.П., Шилова К.О. Методика кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства швейної галузі. *Економіка та держава*. 2005. №8. С. 36-38.

7. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: [навчальний посібник]. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.

8. 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, 2011. 180 с.

9. Пуцентейло П.Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції. *Інноваційна економіка*. 4. 2015. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/3462/1/B0_2015_4.pdf

10. Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства. *Економіст*. 2006. №10. С. 59-61.

11. Бондаренко С.М., Лісовський М. Ю. Конкурентні переваги – унікальні особливості сучасних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Випуск 15, частина 1. 2017. С. 42-45. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/15_1_2017ua/11.pdf

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

References

1. Herasymova, V.O., and Rezannov, E.O. (2020), "Competitiveness of the enterprise: essence and factors of influence in modern conditions", *Ekonomichnyi prostir*, vol. 154, available at: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/482/470> (Accessed 25 Oct 2024).
2. Kvasha, S.M., and Holomsha, N.Ye. (2006), "Competitiveness of domestic agricultural products in the global agricultural market", *Ekonomika APK*, vol. 5, pp. 99-104.
3. Kadyrus, I.H. (2014), "Competitiveness of the enterprise and the factors influencing it", *Efektivna ekonomika*, vol. 5, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104 (Accessed 25 Oct 2024).
4. Porter, M. (1998), *Stratehiia konkurentsii: metodyka analizu haluzei i diial'nosti konkurentiv* [Competition Strategy: methodology for analyzing the industries and activities of competitors], Osnovy, Kyiv, Ukraine.
5. Pachukha, E.V. and Babyka, V.O. (2021), "Modern approaches to defining the concept of "competitiveness of agricultural enterprises", *Visnyk KhNAU im. V.V. Dokuchaieva. Seriiia "Ekonomichni nauky"*, vol. 1, available at: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/2793/1/statta_pahuca_babika_klepceva_sucasn%D1%96p%D1%96dhodi_do_viznacenna_ponatta_%20_konkurentospromozn%D1%96st_s%D1%96lskogospodarskih_p%D1%96dpriemstv.pdf (Accessed 05 Nov 2024).
6. Denysenko, M.P., Hrechan, A.P. and Shylova, K.O. (2005), "Methodology for quantitative assessment of the competitiveness of a garment industry enterprise", *Ekonomika ta derzhava*, vol.8, pp. 36-38.
7. Dolzhans'kyj, I.Z. and Zahorna, T.O. (2006), *Konkurentospromozhnist' pidpriemstva* [Competency of an enterprise], Tsentr navchal'noi literatury, Kyiv, Ukraine.
8. Kuz'min, O.Ye. and Mel'nyk, O.H., Romanko O.P. (2011), *Konkurentospromozhnist' pidpriemstva: planuvannia ta diahnostyka*

[Competency of an enterprise: planning and diagnostics], IFNTUNH, Ivano-Frankivs'k, Ukraine.

9. Putsentejlo, P.R. (2015), “Competency of an enterprise: methodology for analyzing the definition”, Innovatsijna ekonomika, vol. 4, available at: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/3462/1/B0_2015_4.pdf (Accessed 05 Nov 2024).

10. Khaminich, S. (2006), “Methodology for integral assessment of the level of competitiveness of an industrial enterprise”, Ekonomist, vol.10, pp. 59-61.

11. Bondarenko, S.M. and Lisovs'kyj, M. Yu. (2017), Competitive advantages - unique features of modern enterprises “”, Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu, vol. 15, no. 1, pp. 42-45, available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/15_1_2017ua/11.pdf (Accessed 05 Nov 2024).

12. Dmytriiev, I.A. and Kyrchata, I.M., Shersheniuk O.M. (2020), Konkurentospromozhnist' pidpryemstva [Competency of an enterprise], FOP Brovin O.V., Kharkiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 13.11.2024 р.