

УДК 005.332.4:658.261

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-15>**Мальчик М.В.**

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу,
Національний університет водного господарства та природокористування
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0917-191X>

Василів В.В.

здобувач вищої освіти третього рівня кафедри маркетингу,
Національний університет водного господарства та природокористування
ORCID: <http://orcid.org/0009-0004-1161-2827>

Malchyk Mariana, Vasyliv Volodymyr

National University of Water Management and Natural Resources

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Формування конкурентних переваг вітчизняними промисловими підприємствами є процесом, що передбачає створення або коригування цінності, яка не просто повинна відрізнятися від тих, що пропонують конкуренти. Вона повинна бути значущою для споживачів і важко копіюватися. Враховуючи комплексний характер формування конкурентних переваг, він має охоплювати ряд підходів, дія яких має забезпечити процеси успішнішого проникнення на ринки, стійке функціонування та зростання на ринку. Ефективний формат окреслених процесів можливий лише за своєчасного розпізнання та розв'язання проблем, які здатні завадити їх реалізації. Відтак, стаття спрямована на ідентифікацію сучасних проблем формування конкурентних переваг вітчизняними промисловими підприємствами. Доведено, що динамічний характер формування конкурентних переваг вітчизняними промисловими підприємствами пов'язаний з рядом проблем, серед яких швидкий темп зміни технологій, зміни в попиті, зміни в конкурентному оточенні, зміни регуляторної та законодавчої бази; глобалізація.

Ключові слова: стандартам ефективності, екологічна чистота, вдосконалення продукції, якість продукції, позиція на ринку.

CONTEMPORARY ISSUES IN FORMING COMPETITIVE ADVANTAGES BY DOMESTIC INDUSTRIAL ENTERPRISES

The fact is demonstrated that the formation of competitive advantages by domestic industrial enterprises is a dynamic process, involving the creation or adjustment of unique value propositions that not only differ from those of competitors in the market but are also significant to consumers and difficult to replicate. Given the comprehensive nature of competitive advantage formation, it should encompass a range of strategies and approaches (such as product innovation, efficient production, process management enhancement, brand development, and others), the actions of which are intended to ensure successful market penetration, sustainable operation, and market growth. The proper format of the outlined process is achievable through timely recognition and resolution of issues that could hinder the viability and success of the manufacturing enterprise in the long term. Therefore, the article aims to identify contemporary challenges in competitive advantage formation by domestic industrial enterprises. Various research methods can be used to achieve this goal, including analysis of existing theories, empirical studies, case studies, surveys, and more. The research findings confirm that the dynamic nature of competitive advantage formation by domestic industrial enterprises is associated with several challenges, including rapid technological advancements, shifts in demand, changes in the competitive landscape, alterations in regulatory and legislative frameworks, and globalization. It is demonstrated that to address these challenges in the formation of competitive advantages, domestic industrial enterprises must continuously monitor market conditions, ensure flexibility, and have the ability to quickly respond to changes. The results of such research could serve as a basis for developing recommendations and strategies for enterprises aiming to enhance their competitiveness. Furthermore, the prospects for further research lie in the development of approaches to innovation management strategies, studying the impact of globalization on the competitive struggle of domestic enterprises, analyzing the relationship between technological changes and competitiveness, and examining market conditions.

Key words: efficiency standards, ecological cleanliness, product enhancement, product quality, market positioning.

JEL classification: M10, M21

Постановка проблеми Доведено, що формування конкурентних переваг вітчизняними промисловими підприємствами є динамічним процесом, що передбачає створення або коригування унікальної цінності. Ця цінність не просто має відрізнятися від того, що пропонується конкурентами на ринку, але й повинна бути важливою для споживачів та важкою для копіювання. Враховуючи комплексний характер формування конкурентних переваг, він має включати в себе ряд заходів

та підходів, таких як інновації в продукції, ефективне виробництво, вдосконалення процесів управління, розвиток бренду та інші. Дія цих стратегій має забезпечити успішніше проникнення на ринки, стійке функціонування та зростання на ринку. Належний формат окресленого процесу можливий лише при своєчасному розпізнанні та вирішенні проблем, які можуть завадити забезпеченню життєздатності та досягненню успіху виробничого підприємства в довгостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування конкурентних переваг підприємствами розглядали такі відомі вітчизняні вчені, як Близнюк С.В., Остапенко А.В., Коломієць І.Ф. Основні поняття, які вони розглядали, включають у себе унікальність продукту чи послуги, їх ефективність, доступність та привабливість для клієнтів. Основи теорії та практики формування конкурентних переваг вітчизняними промисловими підприємствами частково досліджувалися Фроловим В.Ю., Шарко В.В. та Запашук Л.В. та іншими вченими. Зокрема, Запашук Л.В. наголошувалося, що коло конкурентних переваг промислових підприємств може включати в себе доволі широкий спектр факторів і можливостей, які відокремлюють їх від конкурентів на ринку. Для вітчизняних підприємств це може означати впровадження нових технологій, постійне покращення якості продукції, адаптацію до змін у попиті споживачів, а також вдосконалення стратегій маркетингу та залучення клієнтів. При цьому Фролова В.Ю., Шарко В.В. також вказували на дуальний характер факторів, що впливають на конкурентні переваги, що дозволяє розглядати як можливості, так і проблеми у формуванні конкурентних переваг.

Водночас, віддавши належне ґрунтовним науковим дослідженням вітчизняних вчених, зауважимо, що потребують подальших наукових пошуків питання розуміння сутності цих факторів і їх дуального впливу на конкурентність, оскільки це може допомогти промисловим підприємствам створити стійку перевагу на ринку.

Метою статті є ідентифікація сучасних проблем формування конкурентних переваг вітчизняними промисловими підприємствами.

Виклад основних результатів дослідження. Так, погоджуючись з думкою Близнюка С.В., Остапенка А.В., конкурентна перевага визначається як комплексна та багатоаспектна категорія з широким спектром прояву та динамічним характером існування [1]. Констатуємо, що в основі конкурентної переваги вітчизняних промислових підприємств лежить їхня здатність бути кращими за конкурентів, причому це стосується лише певних аспектів бізнесу). Саме такий підхід дозволяє підприємствам фокусуватися на своїх сильних сторонах та ефективно використовувати ресурси для досягнення конкурентної переваги [1].

Наприклад, технологічне лідерство є одним з ключових аспектів конкурентної переваги. Використання передових технологій у виробництві може дозволити підприємствам ефективніше виробляти продукцію, що в свою чергу допомагає досягти конкурентної переваги [6; 7]. У табл. 1 можуть бути наведені приклади вітчизняних промислових підприємств, які успішно отримали конкурентні переваги завдяки технологічному лідерству.

Забезпечення високої якості продукції є ще однією ключовою конкурентною перевагою, яка не тільки привертає клієнтів, але й забезпечує їхню лояльність. "ПрАТ «Київський торгово-промисловий холдинг» (КТПХ)" – це приклад підприємства в Україні, яке успішно забезпечує високу якість своєї продукції. КТПХ впровадило систему контролю якості на всіх етапах виробництва (починаючи з вибору сировини та закінчуючи доставкою готової продукції на полиці магазинів), що дозволяє менеджменту забезпечувати стабільно високу якість продукції та зберігати довіру споживачів.

Здатність до постійного вдосконалення продукції та процесів шляхом інновацій може допомогти підприємствам зайняти провідну позицію на ринку. У табл. 2 можуть бути наведені приклади вітчизняних промислових підприємств, які успішно отримали конкурентні переваги завдяки постійному вдосконаленню продукції та процесів її виробництва.

Оптимізація ланцюжка постачання також може допомогти знизити витрати та підвищити швидкість реакції на зміни на ринку, надаючи підприємствам конкурентну перевагу. У табл. 3 можуть бути наведені приклади вітчизняних промислових підприємств, які успішно отримали конкурентні переваги завдяки оптимізації свого ланцюжка постачання.

Здатність швидко адаптуватися до змін у попиті або умовах ринку також може забезпечити підприємствам перевагу перед конкурентами. Один з прикладів виробничого підприємства України, яке демонструє здатність швидко адаптуватися до змін на ринку, є "ПрАТ «Івано-Франківський завод залізобетонних виробів»". Під час пандемії COVID-19, зміни в умовах ринку виникли раптово. Багато будівельних проєктів було призупинено, замовлення на будівельні матеріали зменшилися, а попит на деякі види продукції прагнув до нуля. Разом з тим у таких умовах "Івано-Франків-

Таблиця 1

Вітчизняні промислові підприємства, які отримали конкурентні переваги завдяки технологічному лідерству

Підприємство	Процес отримання конкурентних переваг
Компанія "Motor Sich"	На заводах під управлінням «Мотор Січ» (з 2024 р.) діють відділи наукових розробок, які забезпечують осучаснення турбінних двигунів
Компанія Укроборонпром	Виробник у 2021 р. отримав конкурентну перевагу завдяки впровадженню передових технологій у виробництві військової техніки. Концерн використовує новітні розробки у галузі бронетехніки, радіоелектроніки та інших сферах, що дозволяє їм постачати продукцію відповідно до найвищих стандартів якості та ефективності
Компанія Нафтогаз	Виробник впроваджує передові технології у видобутку та обробці природного газу. Вона використовує сучасні методи геологорозвідки та передові технології очищення газу, що дозволяє ефективно працювати на ринку енергетики
НВ ТОВ АСТРОН	Виробник досяг конкурентної переваги завдяки використанню передових технологій виробництва комплектуючих для зберігання, транспортування та роздрібною торгівлі пропан-бутаном. Це дозволяє випускати більш надійні продукти порівняно з конкурентами

Джерело: сформовано авторами

Таблиця 2

Вітчизняні промислові підприємства, які отримали конкурентні переваги завдяки постійному вдосконаленню продукції та виробничих процесів

Підприємство	Процес отримання конкурентних переваг
Компанія Farmak	Виробник регулярно впроваджує нові методи виробництва, вдосконалює технології та виробничі процеси, а також розвиває свою біотехнологічну галузь (інвестуючи в виробництво біологічних препаратів та вакцин). Виробник створює нові лікарські форми та виробляє продукцію для міжнародного експорту, що сприяє розширенню його географії присутності та збільшенню обсягів продажів. Такий підхід дозволяє займати провідні позиції на внутрішньому ринку лікарських засобів, конкурувати на міжнародному ринку (створюючи перевагу через постійну інноваційну діяльність).
Компанія SoftServe	Виробник впроваджує нові технології та методи розробки програмного забезпечення. Це дозволяє створювати інноваційні рішення для клієнтів і залишатися лідером на ринку IT-послуг.
Компанія Interpipe	Виробник вдосконалює технології виробництва труб і сталевих виробів, впроваджуючи нові методи лиття і обробки металу. Це дозволяє виготовляти високоякісну продукцію за конкурентоспроможними цінами.

Джерело: сформовано авторами

Таблиця 3

Вітчизняні промислові підприємства, які отримали конкурентні переваги завдяки постійному вдосконаленню продукції та процесів її виробництва

Підприємство	Процес отримання конкурентних переваг
Компанія Метінвест	Виробник з 2023 р. покращував управління запасами сировини та матеріалів, процедури замовлення та постачання. Виробник почав використання у виробництві технології "Just-in-Time", що дозволило мінімізувати запаси, знизити витрати на їх зберігання та оптимізувати процес виробництва. Досягнути при цьому супутнє зменшення часу доставки сировини та готової продукції сприяло підвищенню ефективності виробництва та підвищенню реакції системи менеджменту на зміни на ринку
Компанія Продукт-Техніка	Виробник завдяки впровадженню автоматизованих систем управління ланцюжком постачання (2021 р.) та вдосконаленню процесів прогнозування попиту на продукцію (2023 р.) значно скоротив час між прийняттям замовлення і поставкою, що дозволило йому бути більш реактивним до ринкових змін.
Компанія АгроПродукт	Виробник успішно впровадив систему інтегрованого управління ланцюжком постачання (2021 р.), яка включала в себе ефективне планування виробництва, оптимізацію складського обліку та відслідковування постачань. Це дозволило забезпечувати своєчасні поставки, швидко реагування на зміни в попиті та забезпечило підвищення ефективності виробництва та зниження витрат
Компанія ЕлектроМаш	Виробник впровадив систему Supply Chain Management (2021 р.) та технології гнучких постачань (2022 р.), що дозволили знизити час доставки матеріалів, скоротити цикл виробництва. Це надало можливість швидко адаптуватися до змін на ринку та вчасно задовольняти попит споживачів.

Джерело: сформовано авторами

ський завод залізобетонних виробів" швидко адаптувався до нових обставин через переорієнтування частини виробництва на виготовлення високоякісних бетонних плит для індивідуального будівництва та ремонтних робіт, що стало популярним в умовах карантину (адже багато людей проводили час вдома та займалися ремонтом). Така стратегія дозволила підприємству зберегти певний рівень обсягів продажів та уникнути серйозних втрат.

Сильний бренд та добра репутація можуть допомогти привернути та утримувати клієнтів, створюючи для підприємства певні переваги на ринку. Одним із прикладів виробничого підприємства в Україні зі сильним брендом та доброю репутацією є "Roshen" (один з найбільших виробників цукерок та кондитерських виробів в Україні). Логотип "Roshen" та його корпоративний стиль добре впізнавані, що допомагає підтримувати і підсилувати брендову ідентичність та розпізнаваність серед споживачів. Репутація "Roshen" побудована на високій якості продукції, відповідальності перед споживачами та суспільством (шляхом дотримання високих стандартів виробництва, етичної поведінки та соціальної відповідальності). Ці ознаки сприяють формуванню позитивної репутації "Roshen"

як надійного та якісного виробника кондитерської продукції.

Відтак, зазначимо, що хоча окреслені переваги можуть варіюватися в залежності від конкретної галузі та контексту (наприклад, у деяких випадках важливі ключові компетенції, тобто особливий навик чи технологія, що створює унікальну цінність для споживачів, поява нового сегменту галузі за рахунок освоєння нової продукції або вдосконалення власного виробництва [2]), проте можна сформулювати загальний перелік відповідних переваг, що здатний допомогти вітчизняним промисловим підприємствам забезпечити їх стійку конкурентоспроможність та успішність на ринку (рис. 1).

Зазначимо, що у сучасних дослідженнях наголошується, що формування конкурентних переваг вітчизняними промисловими підприємствами є процесом динамічним (це означає, що їх зміст постійно змінюється і розвиваються) [1–2; 4; 6–7]. Окреслена динамічність породжує ряд проблем, характер яких вимагає постійного аналізу ринкових умов, виявлення потреб споживачів та адаптації до змін, що відбуваються в галузі та в економіці загалом [2–3; 6; 7].

Так, серед сучасних проблем формування конкурентних переваг вітчизняними промисловими підпри-



Рис. 1. Загальний перелік переваг, які можуть допомогти вітчизняним промисловим підприємствам забезпечити стійку конкурентоспроможність

Джерело: сформовано авторами на основі [2; 4; 6–7]

емствами можна виділити: швидкий темп зміни технологій, зміни в попиті, зміни в конкурентному оточенні; зміни регуляторної та законодавчої бази; глобалізація (рис. 2).

Так, швидкий темп зміни технологій (серед яких автоматизація та роботизація, використання IoT-технологій у виробництві, використання штучного інтелекту та машинного навчання, впровадження технологій 3D-друкування, використання нових технологій для підвищення енергоефективності), може створювати не лише нові можливості, а й загрози для промислових підприємств, що очевидно за змістом табл. 4.

Потреби споживачів, що постійно змінюються, що змушує виробничих підприємств змінювати асортимент продукції або використовувати нові маркетингові стратегії. Наприклад, у сфері виробництва продуктів харчування потреби споживачів можуть змінюватися через харчових уподобань, зростання запиту на екологічно чисті продукти або збільшення популярності здорового способу життя. Щодо сфери виробництва одягу та взуття, зміни в модних тенденціях та в уподобаннях споживачів вимагають від виробників змін продуктових лінійок. Якщо, наприклад, зростає попит на екологічно чисті текстильні матеріали або вироби з використанням вторинної сировини, виробничі підприємства мають розробляти та випускати нові колекції, що відповідають цим трендам. Мінливість потреб споживачів впливає на всі галузі виробництва, тому підприєм-

ства повинні постійно модифікувати свій продуктивний асортимент, випускаючи нові товари або адаптуючи існуючі, щоб задовольнити змінні потреби споживачів. Крім того, ці підприємства повинні застосовувати нові маркетингові стратегії для залучення уваги споживачів до своїх продуктів. Ці стратегії можуть включати запуск нових рекламних кампаній, участь у виставках та ярмарках, спонсорство різних заходів і т. д. [1; 3; 6].

Ринкове середовище, що постійно змінюється, і конкуренти (що можуть з'являтися з часом) потребують від виробничих підприємств розробки гнучких стратегій, що враховують змагальність за клієнтів і за ресурси на ринку. При цьому розробка гнучких стратегій є ключовою проблемою для виробничих підприємств у сучасному динамічному ринковому середовищі. Важливо виробити заходи, які дозволять [7–8]: 1) ефективно реагувати на зміни на ринку (такі заходи включають оперативне виявлення змін на ринку і прийняття заходів для адаптації, наприклад зміна асортименту продукції, ціноутворення або ринків збуту); 2) швидко адаптуватися до нових умов (такі заходи включають гнучкість та ресурси для швидкого внесення змін у виробничі процеси, структуру організації, стратегічне планування та інші аспекти діяльності); 3) зберігати конкурентну перевагу (такі заходи включають підтримку або посилення характеристик, які відокремлюють підприємство від конкурентів і дозволяють йому здобувати більше клієнтів або генерувати більше прибуток [3; 6]).

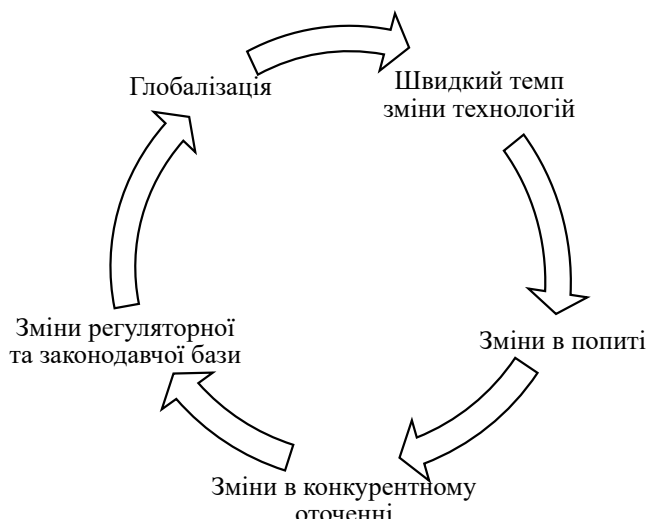


Рис. 2. Сучасні проблеми формування конкурентних переваг вітчизняними промисловими підприємствами

Джерело: сформовано авторами на основі [1-2; 4]

Таблиця 4

Можливості та загрози для конкурентоспроможності промислових підприємств від швидкого темпу зміни технологій

Напрямки розвитку технологій	Нові можливості від застосування технологій, що посилюють конкурентоспроможність	Загрози для конкурентоспроможності промислових підприємств
Автоматизація та роботизація	Підвищення продуктивності та якості виробництв. Зниження витрат на працю. Підвищення безпеки праці	Ризик втрати робочих місць. Потреба в інвестиціях у нові технології
Інтернет речей (IoT)	Можливість збору та аналізу великих обсягів даних для оптимізації виробничих процесів. Покращення управління виробництвом	Проблеми з безпекою даних та конфіденційністю. Потреба в інвестиціях у нові технології
Штучний інтелект (AI) та машинне навчання	Прогнозування тенденцій на ринку та попиту. Оптимізація виробничих процесів. Вдосконалення продуктів та послуг	Потреба в інвестиціях у нові технології
3D-друкування	Виготовлення продуктів зі складними геометричними формами. Персоналізовані рішення для клієнтів	Зміна характеру постачання та поява нових конкурентів. Потреба в інвестиціях у нові технології
Енергоефективність	Зменшення споживання ресурсів та витрат на енергію. Створення екологічно чистих виробничих процесів.	Потреба в інвестиціях у модернізацію та використання нових технологій Конкуренція від енергоефективних виробників

Джерело: сформовано авторами на основі [2; 4–6; 8]

Зміни в законодавстві та регуляторних вимогах можуть впливати на виробничі процеси та витрати підприємств, а відтак і на конкурентні переваги, створені вітчизняними промисловими підприємствами. Зокрема, зміни в законодавстві, наприклад, стандарти щодо охорони навколишнього середовища або вимоги щодо безпеки праці, можуть змусити підприємства вкладати додаткові ресурси у відповідність з цими стандартами. Це може збільшити загальні виробничі витрати підприємств. Крім того, нові регуляторні вимоги можуть змусити підприємства переглянути свої виробничі процеси (наприклад, перейти до використання більш екологічно чистих технологій або впровадження нових систем управління якістю [1; 4]). Деякі законодавчі зміни можуть створювати перешкоди для входу на ринок нових гравців або накладати обме-

ження на підприємства щодо вибору технологій або джерел сировини [4]. Кожна з окреслених змін може негативно позначитися на конкурентних перевагах. Наприклад, якщо уряд вводить нові екологічні стандарти, які обмежують викиди забруднюючих речовин у повітря, воду та ґрунт, це може вимагати від підприємств інвестицій у нові екологічні технології виробництва та очищення стоків. Великі корпорації, які мають достатні фінансові ресурси, можуть впровадити ці зміни без значних проблем, але для менших виробників це може стати серйозним викликом [4].

Висхідна міжнародна конкуренція може поставити під загрозу позиції вітчизняних підприємств на національному ринку. Передусім укладення міжнародних торгових угод відкриває ринки для товарів з інших країн, знижує бар'єри для вступу іноземних конку-

рентів на національний ринок. Паралельно відмічається, що кращий доступ міжнародних конкурентів до передових технологій, методів виробництва та більші бюджети таких конкурентів на маркетинг та рекламу дозволяють їм активніше просувати свої товари на ринку [4, с. 244–252].

Висновки. У межах дослідження доведено, що коло конкурентних переваг промислових підприємств може включати в себе доволі широкий спектр характеристик, які відокремляють їх від конкурентів на ринку. При цьому, констатовано, що враховуючи динамічність конкурентних переваг вітчизняних промислових підприємств, воно пов'язане з рядом проблем, серед яких:

1. Зміна технологій. Зокрема, швидкий темп розвитку технологій може створювати як нові можливості, так і загрози для промислових підприємств. Виробники повинні бути готові до впровадження нових технологій або модернізації існуючих, щоб залишатися конкурентоспроможними.

2. Зміни в попиті. Зокрема, потреби споживачів постійно змінюються, що може вимагати від підпри-

емств змінити асортимент продукції або використовувати нові маркетингові стратегії.

3. Конкуренція. Зокрема, ринкове середовище постійно змінюється, і нові конкуренти можуть з'являтися з часом. Виробники повинні бути готові до змагання за клієнтів і ресурси на ринку.

4. Зміна регуляторної та законодавчої бази. Зокрема, зміни в законодавстві та регуляторних вимогах можуть впливати на виробничі процеси та витрати виробників.

5. Глобалізація. Зростаюча міжнародна конкуренція може поставити під загрозу позиції вітчизняних виробників на національному ринку.

Для вирішення окреслених вище проблем вітчизняні промислові підприємства повинні постійно адаптуватися до ринкових умов, забезпечувати гнучкість та швидко реагувати на зміни. При цьому, перспективи подальших досліджень включають розробку стратегій управління інноваціями, вивчення впливу глобалізації на конкурентну боротьбу вітчизняних підприємств, аналіз взаємозв'язку між технологічними змінами та конкурентоспроможністю, а також аналіз ринкових умов.

Список використаних джерел:

1. Близнюк С.В., Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 7. С. 41–42.
2. Запашук Л.В. Формування конкурентних переваг підприємства шляхом підвищення його енергоефективності. *Економіка та суспільство*. 2018. № 15. С. 303–308.
3. Коломієць І.Ф. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації. *Конкуренція*. 2007. № 3. С. 16–26.
4. Красняк О.П., Довгань Ю.В. Маркетингова оцінка напрямів інвестиційно-інноваційної активності підприємств олійно-жирового підкомплексу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 12. С. 42–46.
5. Malchuk M., Popko O., Oplachko I. Identification of the importance of Ukraine in international globalization and integration processes. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 1. С. 244–252.
6. Фролова В.Ю. Стратегічний підхід в управлінні конкурентоспроможністю підприємства. *Вісник Донецького національного університету*. 2012. № 1. С. 177–181.
7. Цьвок Д.Р., Яворська Н.П. Формування конкурентних переваг підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. № 5(61). С. 141–147.
8. Шарко В.В. Конкурентоспроможність підприємства: методи оцінки, стратегії підвищення. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2015. № 2(4). Частина 2. С. 120–125.

References:

1. Blyzniuk S. V., Ostapenko A. V. (2011) Konkurentnyy potentsial pidpryyemnytstva yak katehoriya suchasnykh ekonomichnykh doslidzhen [Competitive potential of entrepreneurship as a category of modern economic research]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 7, pp. 41–42.
2. Zapashchuk L. V. (2018) Formuvannya konkurentnykh perevah pidpryyemstva shlyakhom pidvyshchennya yoho enerhoefektyvnosti. *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. 15, pp. 303–308.
3. Kolomyiets' I. F. (2007) Pidvyshchennya rivnya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva v systemi faktoriv internatsionalizatsiyi [Increasing the level of competitiveness of the enterprise in the system of factors of internationalization]. *Konkurentsyya*, vol. 3, pp. 16–26.
4. Krasnyak O. P., Dovhan' Yu. V. (2018), Marketynhova otsinka napryamiv investytsiyno-innovatsiynoyi aktyvnosti pidpryyemstv oliynozhyrovoho pidkompleksu [Marketing assessment of directions of investment and innovation activity of enterprises of the oil and fat subcomplex]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 12, pp. 42–46.
5. Malchuk M., Popko O., Oplachko I. (2022) Identification of the importance of Ukraine in international globalization and integration processes. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, vol. 1, pp. 244–252.
6. Frolova V. Yu. (2012) Stratehichnyy pidkhid v upravlinni konkurentospromozhnisty pidpryyemstva [Strategic approach in managing the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk Donets'koho natsional'noho universytetu*, vol. 1, pp. 177–181.
7. Ts'vok D. R., Yavors'ka N. P. (2017) Formuvannya konkurentnykh perevah pidpryyemstva [Formation of competitive advantages of the enterprise]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*, vol. 5(61). pp. 141–147.
8. Sharko V. V. (2015) Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva: metody otsinky, stratehiyi pidvyshchennya [Competitiveness of the enterprise: assessment methods, improvement strategies]. *Naukovyy visnyk Mukachivs'koho derzhavnoho universytetu*, vol. 2(4), no. 2, pp. 120–125.