

УДК 65.011: 338

DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V44\(2024\)-22](https://doi.org/10.31521/modecon.V44(2024)-22)

Рогоза М.Є., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем, Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава, Україна

ORCID ID: 0000-0002-5654-7385

e-mail: rogoza.ne@gmail.com

Кононенко Ж.А., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем, Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава, Україна

ORCID ID: 0000-0003-0074-8249

e-mail: konon_ukr@ukr.net

Яковенко Т.І., кандидат економічних наук, м. Полтава, Україна

ORCID ID: 0009-0008-3409-5286

e-mail: tanyayakovvenko@gmail.com

Методологічні підходи у дослідженнях конкурентоспроможності підприємств

Анотація. У статті досліджено значення управління конкурентоспроможністю для вітчизняних підприємств у контексті сучасного економічного середовища. Основний акцент робиться на необхідності проведення оцінки управлінської діяльності та розвитку відповідних методологічних підходів. Авторами здійснено аналіз теоретичних та методологічних засад оцінки конкурентоспроможності підприємств, виокремлено основні напрямки їх подальшого удосконалення. Представлені матеріали спрямовані на підвищення ефективності стратегічного управління та забезпечення конкурентних переваг українських підприємств на міжнародних та внутрішніх ринках. Обґрунтовано складові чинники, що визначають конкурентоспроможність для кожного підприємства та є специфічними у виборі методики оцінювання конкурентоспроможності. Описано важливість системності у виборі методологічних основ оцінки конкурентоспроможності підприємства. Наголошено на важливості вибору конкретного методу або комбінації методів залежно від цілей дослідження, доступності даних та ресурсів у проведенні дослідження. Інтеграція декількох методів може дати більш об'єктивну картину конкурентоспроможності підприємства, а також забезпечити більш точні та надійні результати.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства; методологія оцінки конкурентоспроможності; дослідження конкурентоспроможності; фактори конкурентоспроможності; алгоритм проведення оцінки конкурентоспроможності.

Rohoza Mykola, Doctor of Economic Sciences, Professor, Poltava University of Economics and Trade, Poltava, Ukraine

Kononenko Zhanna, PhD (Economics), Associate Professor, Poltava University of Economics and Trade, Poltava, Ukraine

Yakovenko Tetyana, PhD (Economics), Poltava, Ukraine

Methodological Approaches in Researching the Competitiveness of Enterprises

Abstract. Introduction. In today's globalized world and constantly changing business environment, the importance of assessing competitiveness is even greater. The use of different methodological approaches allows companies to adapt to new challenges and maintain their competitive advantage. In addition, the systematic improvement of competitive intelligence methods is key to effective business management and determining strategies for its further development.

Purpose. The purpose of the article is to generalize the methodological foundations for assessing the competitiveness of Ukrainian enterprises based on a critical analysis of existing methodological approaches and the use of system analysis and system approach. Emphasizing the importance of economic research by leading scholars in the field of methodological aspects of enterprise competitiveness, we note the need to focus on identifying existing approaches to formulate criteria for assessing the competitiveness of Ukrainian enterprises in foreign and domestic markets for goods and services. In particular, these approaches should include a systematic analysis and a systemic approach to better understand the factors that affect competitiveness and ensure their effective management.

Results. The article examines the importance of competitiveness management for domestic enterprises in the context of the current economic environment. The authors analyze the theoretical and methodological bases of assessment of competitiveness of enterprises and identify the main directions of its further improvement. The presented materials are aimed at improving the

¹Стаття надійшла до редакції: 29.04.2024

Received: 29 April 2024

efficiency of strategic management and ensuring the competitive advantages of Ukrainian enterprises in international and domestic markets. The authors substantiate the constituent factors that determine the competitiveness of each enterprise and are specific in the choice of methods for assessing competitiveness. The importance of consistency in the choice of methodological bases for assessing the competitiveness of an enterprise is described. The integration of several methods can provide a more objective picture of the competitiveness of an enterprise, as well as provide more accurate and reliable results.

Conclusions *Given the wide range of methods and approaches used in competitiveness research, researchers and practitioners have the opportunity to choose those that best suit their needs and the nature of the firms under study. At the same time, it is important to keep in mind the need to constantly update and adapt methods to changes in the business environment and consumer demands. Only such an approach will ensure sustainable competitive advantage and successful market performance in the long run. Therefore, there is no single universal methodology for assessing competitiveness. However, all these methods are aimed at improving quality, design, updating the product range, providing warranty and post-warranty service, reducing prices and effective product promotion. The use of such methods depends on the specific situation and characteristics of the industry to which the company under study belongs. The analysis process uses various methods and approaches, including questionnaires and surveys, analysis of financial indicators, expert opinions, comparative analysis, SWOT analysis, quantitative analysis, and stakeholder balance analysis. Researching and gathering information from various sources and assessing its reliability and relevance is a key step in the valuation process. Such a comprehensive approach allows to obtain an objective picture of the company's competitiveness and provides an opportunity to develop effective strategies for its further development.*

Keywords: *enterprise competitiveness, competitiveness assessment methodology, competitiveness research, competitiveness factors, competitiveness assessment algorithm.*

JEL Classification: *B40; M20.*

Постановка проблеми. Конкуреноспроможність підприємств є однією з ключових складових їхнього успіху та стійкості на ринку. Розуміння факторів та їх аналіз, що впливає на виявлення параметрів конкуреноспроможності, вимагає використання різноманітних методологічних підходів для збору та обробки даних. У цій статті ми розглянемо різні методологічні підходи, які використовуються у дослідженнях конкуреноспроможності підприємств та їхнє значення для розуміння та підвищення ефективності бізнесу. Українські підприємства, в умовах глобалізації та посиленої конкуренції на ринках, стикаються з необхідністю ефективного управління своєю конкуреноспроможністю. Проте наявні методологічні підходи до оцінки конкуреноспроможності не завжди враховують специфіку української економіки, її галузеву структуру та особливості функціонування підприємств. Складність системного підходу до оцінки конкуреноспроможності українських підприємств може призвести до неповного урахування всіх факторів, що впливають на їхню успішність на ринку. Тому актуальним стає питання роз'яснення можливостей методологічних підходів, що б враховували специфіку української економічної системи та забезпечували об'єктивну та комплексну оцінку конкуреноспроможності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі аналізу економічної літератури виявлено множинну різницю підходів щодо визначення переліку факторів, що мають вплив на конкуреноспроможність підприємства, а також на досягнення ним конкурентних переваг. Висока практична значущість конкуреноспроможності підприємств і пошук методологічних підходів до її оцінки викликають активну наукову дискусію серед вітчизняних та іноземних науковців у різних напрямках її прояву. Особливий акцент робиться на методології дослідження конкурентних позицій підприємств на ринках товарів. Особлива увага приділяється дослідженню окремих галузей та секторів економіки країни у працях Кобелева В. М., Костриченко В. М.,

Миколенко І. Г. та ін. та становить значний внесок. Важливою складовою методології оцінки цієї сфери є фінансово-економічної діяльності суб'єктів господарювання. Роботи вчених, таких як Артеменко Л. Б., Волошин А. В., Єгорова О. В. та інших, відіграють важливу роль у цьому напрямі. Не менш важливим напрямом є визначення та розв'язання ключових проблем управління конкуреноспроможністю підприємств на основі оцінки їхньої конкурентної позиції на зовнішніх і внутрішніх ринках товарів і послуг. Вчені, такі як Савченко С. М., Осовська Г.В., Клименко С. М. та інші, активно вивчають цей аспект і роблять важливий внесок у розв'язання проблем управління конкуреноспроможністю підприємств.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є узагальнення методологічних основ оцінки конкуреноспроможності українських підприємств на базі критичного аналізу наявних методологічних підходів і використання системного аналізу та системного підходу. Підкреслюючи значення економічних досліджень провідних науковців у галузі методологічних аспектів конкуреноспроможності підприємств, ми відзначаємо необхідність зупинитися на визначенні чинних підходів формулювання критеріїв оцінки конкуреноспроможності українських підприємств на зовнішніх і внутрішніх ринках товарів і послуг. Зокрема, ці підходи мають включати системний аналіз та системний підхід для більш повного розуміння факторів, що впливають на конкуреноспроможність і забезпечення ефективного управління ними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкуреноспроможність підприємства є поняттям, що визначається порівнянням з іншими учасниками на ринку. Це означає, що конкуреноспроможність може бути виявлена лише в контексті групи підприємств, які діють у тій самій галузі або виробляють подібні товари. Іншими словами, конкуреноспроможність є поняттям відносним. Оцінка конкуреноспроможності підприємства передбачає порівняння його з іншими учасниками ринку в одній стратегічній зоні господарювання. Тому, для правильної оцінки

необхідно враховувати специфіку конкретної галузі та умови, в яких діє підприємство.

На жаль, сьогодні неможливо знайти єдину загальноприйнятну методику визначення та оцінки конкурентоспроможності підприємства. Це ускладнює завдання для дослідників та бізнес-аналітиків, які намагаються об'єктивно оцінити рівень конкурентоспроможності підприємств у різних секторах економіки [7]. Таким чином, розуміння конкурентоспроможності підприємства є складним завданням, що вимагає комплексного аналізу і залежить від контексту його діяльності та умов ринку.

За умов швидких змін чинників зовнішнього середовища ключовими аспектами, що враховують при встановленні конкурентоспроможності підприємства, є методи оцінювання, які діють та їх результати дають практичні відповіді на проблемні питання. До основних методів визначення конкурентоспроможності підприємства належать: аналіз ринкової позиції, ефективності виробництва, фінансових показників, інноваційної активності, стратегічного управління. Ці методи можуть використовуватися як окремо, так і в поєднанні для комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства, і кожен з них надає унікальну характеристику на перспективу його стану та можливості на ринку.

Застосування відповідних методологій в оцінці конкурентоспроможності дає можливість сприяти практичному покращенню стратегічного управління підприємством [2]. За такої умови враховується всебічне розуміння сильних та слабких сторін, можливостей та загроз, визначаються переваги та ризики для врахування у стратегічному плануванні (етап розробки стратегії). На основі такого аналізу приймаються рішення щодо розвитку нових продуктів чи розширення ринків збуту (етап прийняття рішень). Розуміння конкурентоспроможності допомагає

ефективніше управляти ресурсами підприємства. Наприклад, на основі аналізу фінансової стійкості та результативності, можна визначити як оптимально розподілити фінансові ресурси для досягнення стратегічних цілей (етап управління ресурсами). Шляхом аналізу ринку та конкурентів можна виявити нові можливості для вдосконалення продуктів та послуг, що сприятиме збереженню або підвищенню конкурентоспроможності (етап розвитку конкурентних переваг). Розуміння конкурентоспроможності дозволяє підприємству краще адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. При наявності чіткого уявлення про свої сильні та слабкі сторони, підприємство може швидше та ефективніше реагувати на зміни ринкових умов та конкуренції (етап адаптації до змін).

У світовій науковій аналітичній практиці активно використовують ряд різноманітних підходів до оцінки конкурентоспроможності. Системний підхід є важливим методологічним інструментом у дослідженнях конкурентоспроможності підприємств. Він передбачає розгляд підприємства як складної системи, що охоплює різноманітні елементи та їх взаємодію. Системний аналіз дозволяє виявити внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, та розробити стратегії їх управління [1]. Також у дослідженнях конкурентоспроможності широко використовується кількісний підхід. Кількісний аналіз базується на математичних моделях та статистичних методах, що дозволяють об'єктивно оцінити рівень конкурентоспроможності підприємства. За допомогою кількісного аналізу можна провести порівняльні оцінки конкурентоспроможності різних підприємств, виявити тенденції розвитку ринку та спрогнозувати його динаміку. Наведемо приклади найактуальніших підходів, що використовуються в наукових джерелах (табл. 1).

Таблиця 1 **Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства**

Метод	Зміст	Переваги	Недоліки
Аналіз портфеля продукції (Product Portfolio Analysis)	метод допомагає визначити конкурентну позицію фірми на ринку шляхом аналізу її продуктового портфеля	простота та зрозумілість	може бути обмеженим та неповним, оскільки не враховує всі аспекти діяльності компанії
SWOT-аналіз (SWOT Analysis)	дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, з якими стикається фірма	допомагає виявити конкурентні переваги та проблемні аспекти бізнесу	може бути суб'єктивним та необ'єктивним, особливо якщо його проводить одна людина або група
Аналіз балансу зацікавлених сторін (Stakeholder Balance Analysis)	оцінює рівень задоволеності зацікавлених сторін, таких як клієнти, постачальники, інвестори тощо, та їх вплив на фірму	дозволяє враховувати різні інтереси та потреби різних груп	може бути складним у виконанні та інтерпретації результатів
Порівняльний аналіз (Benchmarking)	полягає в порівнянні ефективності та результатів фірми з її конкурентами або лідерами галузі	допомагає виявити найкращі практики та недоліки	може бути складним у знаходженні адекватних точок порівняння та отриманні доступу до необхідних даних

Анкетування та опитування	збір інформації через анкети або опитування від споживачів, конкурентів та інших сторін	дозволяє отримати прямі відгуки та оцінки від учасників ринку	може бути складним у плануванні та аналізі результатів опитування
Кількісний аналіз	використання математичних моделей та статистичних методів для оцінки конкурентоспроможності.	об'єктивність та структурованість	вимагає великої кількості даних та експертної обробки
Експертні оцінки	залучення експертів для оцінки конкурентоспроможності з різних сфер.	надає доступ до глибокого експертного знання	може бути витратним у часі та ресурсах на залучення експертів
Аналіз фінансових показників	використання фінансових даних для оцінки фінансової стабільності та управлінської ефективності.	дозволяє оцінити фінансову потужність та ефективність управління	обмежений у врахуванні нефінансових аспектів бізнесу

Джерело: узагальнено авторами

Кожен з цих методів має свої переваги та недоліки, і вибір конкретного методу залежить від цілей оцінки, характеристик підприємства та доступності даних. Ефективне поєднання декількох методів може дати більш об'єктивне та комплексне уявлення про конкурентоспроможність підприємства. Обрання методологічного підходу відіграє важливу роль у дослідженнях конкурентоспроможності підприємств. Інтеграція підходів дозволяє отримати комплексне розуміння факторів, що впливають на

конкурентоспроможність, та розробити ефективні стратегії її підвищення. Дослідження в цій області є актуальними та важливими для подальшого розвитку підприємств у сучасних умовах глобалізації та конкуренції на ринках.

Систематизуємо основні методологічні підходи в оцінці конкурентоспроможності підприємства згідно з їхнім способом застосування та джерелом отриманої інформації (рис. 1).

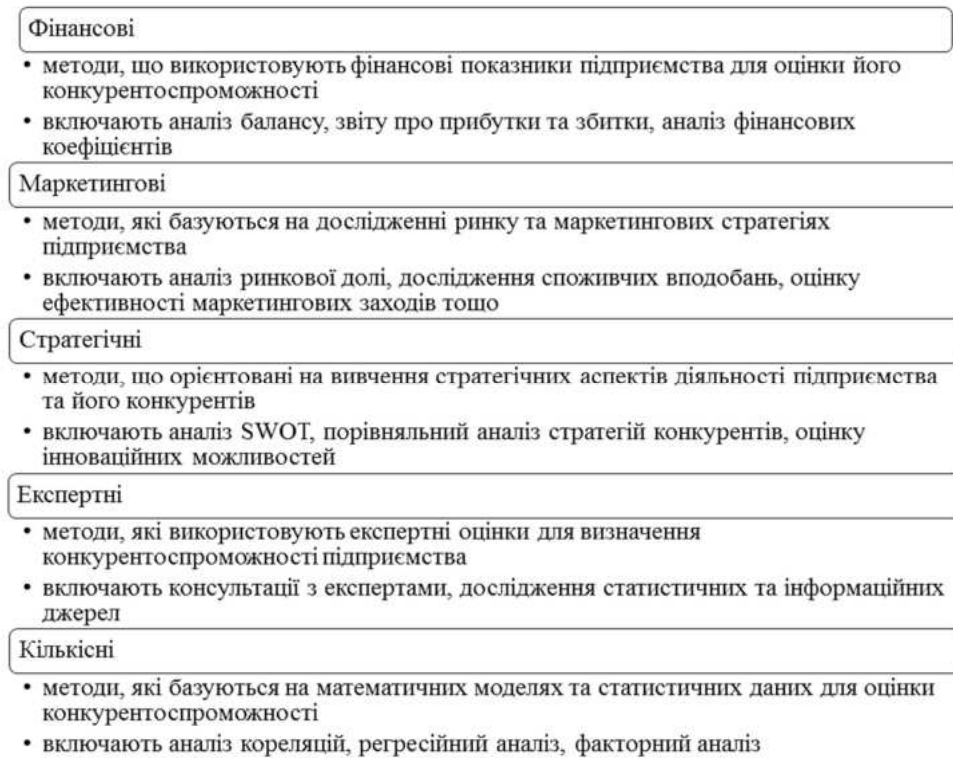


Рисунок 1 – Методологічні підходи в оцінці конкурентоспроможності підприємства

Джерело: узагальнено авторами

Конкурентоспроможність є комплексною та динамічною категорією, яка формується під впливом багатьох факторів. Визначення та класифікація цих факторів є ключовим етапом у розумінні конкурентоспроможності підприємства [8]. Наведемо найважливіші фактори, що впливають на конкурентоспроможність (рис. 2).

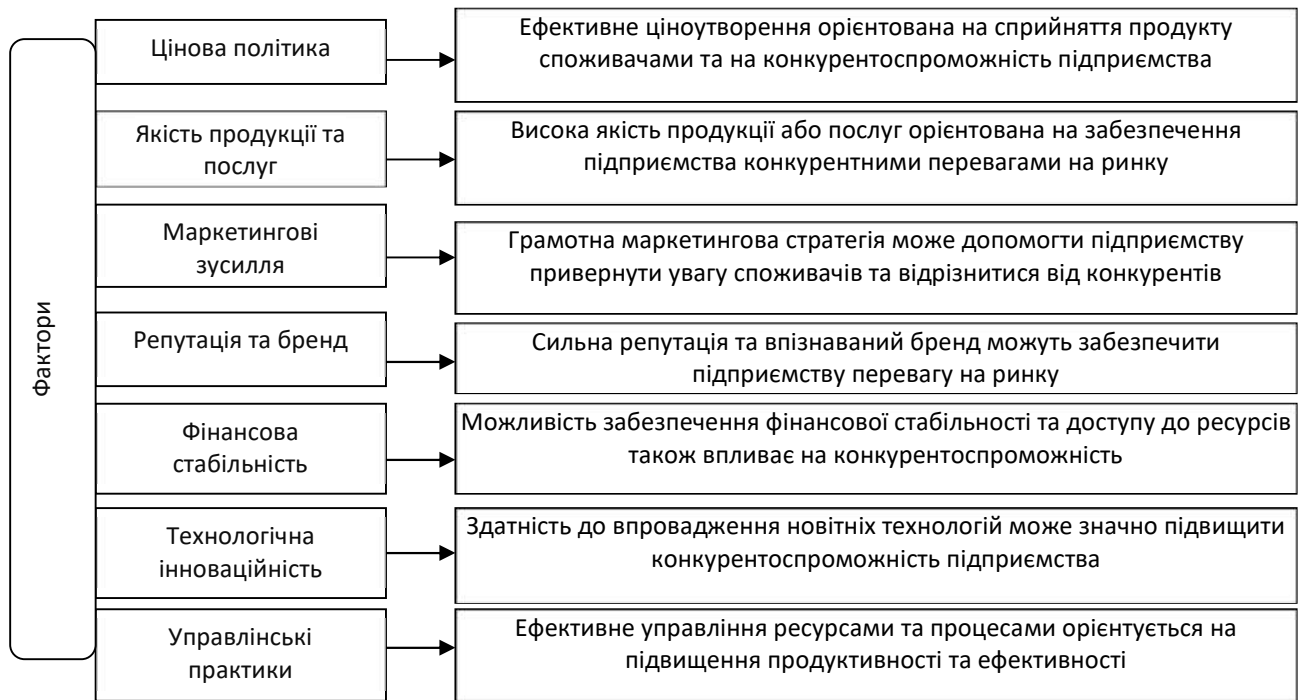


Рисунок 2 – Фактори конкурентоспроможності

Джерело: узагальнено авторами

Вибір методу або методів оцінювання дійсно визначає ефективність та об'єктивність проведення дослідження конкурентоспроможності підприємства. Оскільки конкурентоспроможність є складною та багатогранною категорією, для її оцінки можуть

використовуватися різноманітні методи, які можуть бути застосовані окремо або у поєднанні з іншими [7]. При цьому слід враховувати ключові чинники впливу на оцінку конкурентоспроможності підприємства (табл. 2).

Таблиця 2 Чинники впливу на оцінку конкурентоспроможності підприємства

Категорія чинника	Чинники впливу	Характеристика
Внутрішні чинники	Стратегія та керівництво	Якість стратегії та ефективність керівництва впливають на здатність підприємства досягати своїх цілей та виконувати стратегічні завдання.
	Фінансовий стан	Фінансова стабільність та ефективне використання ресурсів впливають на конкурентоспроможність підприємства.
	Якість продукту або послуги	Висока якість продукції або послуг може забезпечити перевагу підприємства на ринку.
	Маркетингова стратегія та бренд	Ефективна маркетингова стратегія та сильний бренд можуть привернути увагу споживачів та відрізнити підприємство від конкурентів.
Зовнішні чинники	Стан ринку та конкуренція	Ринкові умови та рівень конкуренції можуть суттєво впливати на можливості та загрози для підприємства.
	Законодавче середовище та регулювання	Політичні, правові та регуляторні фактори можуть визначати обмеження та можливості для підприємства.
	Економічні та соціокультурні тенденції	Тенденції у сфері економіки та соціокультурні зміни можуть впливати на попит на продукцію та послуги підприємства.
	Технологічний прогрес та інновації	Здатність до впровадження новітніх технологій та інновацій може визначити конкурентоспроможність підприємства.

Джерело: узагальнено авторами

Для забезпечення найбільш точних та перевірених результатів важливо враховувати особливості конкретної ситуації та мету дослідження [5]. Для врахування максимальної ефективності при проведенні оцінки конкурентоспроможності підприємства наведемо складові такого алгоритму (табл. 3).

Таблиця 3 **Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства**

Крок	Дія	
1	1.1. Визначення основних цілей дослідження.	1.2. Визначення області дослідження, включаючи ринки, продукти, конкурентів
2	2.1. Аналіз доступних методів оцінювання та вибір найбільш відповідних для визначених цілей та області.	2.2. Порівняння переваг та обмежень кожного методу оцінювання для вибору оптимального.
3	3.1. Проведення дослідження та збір необхідної інформації з різних джерел.	3.2. Оцінка правдивості та актуальності зібраної інформації.
4	4.1. Аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність, включаючи внутрішні та зовнішні чинники.	4.2. Виявлення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз.
5	5.1. Застосування вибраних методів оцінювання для кожного із виявлених факторів.	5.2. Аналіз інтерпретації результатів вибраних методів оцінювання для кожного фактора.
6	6.1. Узагальнення результатів оцінки факторів у загальний показник конкурентоспроможності.	6.2. Створення системи вагових коефіцієнтів для кожного фактора та їхнє зіставлення з результатами оцінки.
7	7.1. Аналіз отриманих результатів та ідентифікація основних проблем та можливостей.	7.2. Формулювання рекомендацій для поліпшення конкурентоспроможності.

Джерело: узагальнено авторами

Дотримуючись такого алгоритму дій та враховуючи ці підпункти, розширюючи кожен крок та надаючи більш детальний опис дій, що потрібно виконати на кожному етапі оцінки конкурентоспроможності підприємства, можна максимально оптимізувати процес оцінки та забезпечити комплексний підхід до розв'язання проблем конкурентоспроможності [10]. Наприклад, у пункті 2.2 можна детальніше проаналізувати кожен доступний метод оцінювання, враховуючи їхні переваги, недоліки та відповідність конкретним цілям дослідження. Підпункт 5.2 може передбачати аналіз різних варіантів інтерпретації результатів методів оцінювання з урахуванням специфіки підприємства та його окремих аспектів. А у пункті 6.2 можна розглянути різні підходи до вагових коефіцієнтів, вибрати найбільш адекватний та обґрунтувати його використання. Такий деталізований

підхід дозволить забезпечити більш точні результати та ефективно зробити стратегічні рішення для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Застосування такого деталізованого підходу до оцінки конкурентоспроможності підприємства дозволяє систематично аналізувати всі внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на його успішність. Цей процес допомагає ідентифікувати сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, що стоять перед підприємством. При цьому важливо використовувати такі інструменти, як SWOT-аналіз, PEST-аналіз та інші, щоб систематизувати інформацію та зробити об'єктивну оцінку ситуації. Таблиця SWOT є наочним інструментом для візуалізації результатів оцінки та визначення стратегічних напрямків подальшого розвитку підприємства [6].

Фрагмент її наведено в табл. 4.

Таблиця 4 **SWOT-аналіз в оцінці конкурентоспроможності підприємства**

Аспект	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
Внутрішній фактор	Великий досвід в галузі оцінки конкурентоспроможності	Обмежені ресурси для проведення дослідження	Зростання попиту на консультативні послуги	Зростання конкуренції в галузі оцінки
	Висококваліфікований персонал	Недостатність доступу до даних	Збільшення інтересу до аналітичних методів оцінки	Зміни в законодавстві, що впливають на регуляцію
	Широкий спектр доступних методів оцінки	Обмежений обсяг дослідження великих компаній	Розвиток нових технологій у сфері дослідження	Економічна нестабільність на ринку

Джерело: узагальнено авторами

У процесі оцінки конкурентоспроможності підприємства важливо систематично аналізувати всі внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на його успішність. Для цього застосовуються різноманітні методи та підходи, включаючи SWOT-аналіз. Враховуючи отриману інформацію, наприклад, в цьому випадку з таблиці SWOT-аналізу, можна розробити стратегії для підвищення конкурентоспроможності підприємства, максимально використовуючи його сильні сторони, а також мінімізувати вплив слабких сторін та зробити перевагу з можливостей, уникнувши при цьому загроз.

Висновки. Отже, в сучасних умовах глобалізації та постійних змін у бізнес-середовищі важливість оцінки конкурентоспроможності стає ще більшою. Застосування різноманітних методологічних підходів дозволяє підприємствам адаптуватися до нових викликів і зберігати свою конкурентну перевагу. На додаток, систематичне вдосконалення методів діагностики конкурентоспроможності є ключовим для ефективного управління підприємством та визначення стратегій його подальшого розвитку.

Зважаючи на широкий спектр методів та підходів, що використовуються в дослідженнях конкурентоспроможності, дослідники та практики мають можливість вибрати ті, які найбільше відповідають специфіці їхніх потреб та характеру досліджуваних підприємств. При цьому важливо пам'ятати про необхідність постійного оновлення та адаптації методів до змін у бізнес-середовищі та вимог споживачів. Тільки такий підхід дозволить забезпечити стійку конкурентну перевагу та успішну діяльність на ринку в довгостроковій перспективі. Тому не існує однієї універсальної методики для оцінки конкурентоспроможності. Однак, всі ці методи спрямовані на поліпшення якості, дизайну, оновлення асортименту, надання гарантійного та післягарантійного обслуговування, зниження цін та ефективну рекламу продукції. Використання таких методів залежить від конкретної ситуації та специфіки галузі, до якої належить досліджуване підприємство.

В процесі аналізу використовуються різні методи та підходи, які включають анкетування та опитування, аналіз фінансових показників, експертні оцінки, порівняльний аналіз, SWOT-аналіз, кількісний аналіз та аналіз балансу зацікавлених сторін. Проведення дослідження та збір інформації з різних джерел, а також оцінка її правдивості та актуальності, є ключовим етапом у процесі оцінки. Такий комплексний підхід дозволяє отримати об'єктивну картину конкурентоспроможності підприємства та надає можливість розробити ефективні стратегії подальшого розвитку.

Зважаючи на отримані висновки та аналіз методологічних підходів у дослідженнях конкурентоспроможності підприємств, можна запропонувати наступні напрямки для подальших досліджень, що можуть сприяти майбутній розвиненості наукових досліджень у галузі оцінки конкурентоспроможності підприємств та сприяти практичному впровадженню отриманих знань у бізнес-середовищі:

- аналіз взаємозв'язку між ефективністю використання методологічних підходів у дослідженнях конкурентоспроможності та фінансовими показниками підприємств;
- розробка інтегрованих підходів до оцінки конкурентоспроможності, що поєднують у собі різні методи та забезпечують комплексний аналіз ситуації;
- вивчення впливу різних стейкхолдерів на процеси оцінки конкурентоспроможності та розробка методик, що враховують інтереси різних зацікавлених сторін;
- дослідження взаємозв'язку між соціально-економічними чинниками та конкурентоспроможністю підприємств для розуміння їх впливу на бізнес-процеси та стратегії розвитку;
- аналіз впровадження результатів досліджень у практику та визначення оптимальних стратегій використання знань про конкурентоспроможність для підвищення ефективності управління підприємствами.

References:

1. Communication & Technology (2021, May 27). 7 tips to improve your company's competitiveness. <https://www.easycotec.com/7-tips-to-improve-your-company's-competitiveness>.
2. Zelga, K. (2017). The importance of competition and enterprise competitiveness. *World Scientific News*, 72, 301-306.
3. Zhang, Q. & Ntom Udemba, E. (2023). Comparative analysis of two resources-based economies: A study of policy recommendation toward sustainable development. *Resources Policy*, 80, 103-253. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103253>.
4. Artemenko, L. (2016). Systematization of methods for assessing the competitiveness of the enterprise, *Bulletin ONU. Economics*, 21(7-1), 57-61.
5. Voloshyn, A. (2023). Characteristics of Competitiveness and Determination of its Essence. *Economics: time realities. Scientific journal*, 4 (68), 83-88. <https://doi.org/10.15276/ETR.04.2023.9>.
6. Yehorova, O., Doroshenko, A. & Kononenko, Zh. (2022). SWOT-analysis of the potential of tourism development in Poltava region. *Market infrastructure*, 66. 147-152. <https://doi.org/10.32843/infrastructure66-27>.
7. Kobieliiev, V. & Boltenko, V. (2015). Assessment of the competitiveness of the enterprise and the factors of its increase. *Bulletin NTU «KhPI». Technical progress and production efficiency*, 60(1169), 60-64.
8. Kononenko, Zh., Hrybovska, Y. & Khodakivska, L. (2020). Factors of change in the value of financial results of the enterprise.

- Investments: practice and experience, 1, 27-32. <http://doi:10.32702/2306-6814.2020.1.27>.
9. Kononenko, Zh., Mykolenko, I., & Kononenko, O. (2022)/ Factor analysis of the financial results of an enterprise. Market infrastructure, 69. <https://doi.org/10.32782/infrastructure69-15>.
 10. Kostryshchenko, V. (2019). Practice aspects of the enterprise competitiveness increase. Bulletin of the National University of Economics, 1(85), 90-103. <https://doi.org/10.31713/ve1201910>.
 11. Savchenko, S. (2019). Methodological basis for studying the competitiveness of enterprises. Effective economy, 6. <http://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.6.52>.
-



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License