

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-38>

УДК 331.5

АЛЬТЕРНАТИВНІ ПОГЛЯДИ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПЕРСОНАЛ ЯК ЇЇ КАТАЛІЗАТОР

THE ALTERNATIVE POINT OF VIEWS OF ENTERPRISE'S COMPETITIVENESS AND ALSO PERSONNEL AS IT'S CATALYST

Іващенко Михайло Володимирович

аспірант,

Львівський національний університет природокористування

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1579-5275>

Ivashchenko Mykhailo

Lviv National Environmental University

У статті висвітлено погляди на поняття «конкурентоспроможність», а також базові підходи його розуміння крізь призму культур різних народів. Це доводить, що їй належить чільне місце в теорії конкурентоспроможності та одночасно підтверджує її практичне значення, оскільки результати етимологічного аналізу доцільно використовувати в ході напрацювання варіацій стратегії конкурентоспроможності підприємства, орієнтованої на підвищення ефективності конкурування з імпортерами за вітчизняного споживача на локальних ринках та завойовування конкурентних позицій на іноземних, враховуючи особливості розуміння даної дефініції. Доведена залежність етимології трактування поняття «конкурентоспроможність» від онтологічних особливостей змін у соціумі, обумовила потребу зміни кута зору на трактування поняття «персоналу», а також напрацювання новітнього підходу в організації трудових відносин.

Ключові слова: конкурентні відносини, конкурентоспроможність, персонал, людський капітал.

The article contains the main views on "competitiveness", as an economic category, which is inherence of a market economy. It requires business entities to be able to claim about themselves, to fix and to hold their market's positions. Fields' markets globalizations' impact prompts market relationships participants quickly adapt to the external economic environment's changing conditions, using the opportunities it provides and optimally combining the types of activities, oriented to the production and sale of goods, creates a need to identify differences in the understanding of the essence of the concept of "competitiveness" through the prism of the different peoples' cultures also to find out their reasons. Consideration of the specificity of understanding, besides proving its prominent place of the competitiveness theory, confirms its practical value. However, the results of the epistemological approach and etymological analysis should be used in developing options of the competitiveness strategies, directed at improving the efficiency of enterprises' competitive relations with importers for the domestic consumer in local markets and conquering of competitive positions in foreign markets. The dependence of the etymology of the interpretation of the concept of "competitiveness" on the ontological features of changes in society in terms of the formation of patterns of economic behavior within a certain country is proven. The fact of the ontological nature of competitive relations has been established. It determines their type and create the competitive strategy's basis, as well as raw material and finished product markets. Justifying of the personal role into competitive advantages' crating, the need to change the perspective on its interpretation was found, also it's organization of labor relations format, given the spread of the humanistic paradigm in modern economics. The morphological principle of word formation and epistemological prerequisites creation of the concepts "competitiveness" and "personnel" allowed to characterize them from the standpoint of etymology, and also to investigate their ontological basis, closing existing gaps in the interpretation of their essence.

Key words: competitiveness interactions, competitiveness, personal, human capital.

Постановка проблеми. Динамізм взаємодії господарюючих суб'єктів у ринковій економічній системі вимагає від них бути спромож-

ними заявити про себе, закріпити та згодом втримати свої ринкові позиції. Спроможність підприємств пристосуватися до змінних умов

зовнішнього економічного середовища, використовуючи надані ним можливості й оптимально комбінуючи види діяльності, орієнтовані на продукування й реалізацію благ, свідчатиме про їхню гнучкість та здатність зберігати власну траєкторію розвитку, а в окремих випадках формувати нові тенденції на галузевих ринках. Інакше кажучи, підприємства, не зупиняючись на досягнутих результатах, мають постійно самовдосконалюватися напрацьовуючи різноманітні підходи моніторингу кон'юнктури ринку та прийняття управлінських рішень щодо вибору інструментарію досягнення поставлених підприємницьких цілей, тобто систематично підвищувати свою конкурентоспроможність, яка стане запорукою ефективності їх господарської діяльності. Цю нелегку місію покладено на персонал, оскільки він є активом, завдяки якому вдається досягти позитивної синергії усіх ресурсів підприємства, що потребують підтримки й управління для створення конкурентних переваг, відповідних умовам галузевого ринку та властивому для нього типу конкурентних відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У сучасній науковій літературі багато уваги приділяється вивченню категорії «конкурентоспроможність». Безліч її трактувань у системі наукових досліджень свідчить про те, що їй належить чільне місце у теорії конкурентоспроможності. Крім того, вона закладає основу для довгострокового та стійкого розвитку підприємства завдяки напрацюванню персоналом стратегічних орієнтирів та тактичних підходів їх досягнення, що підтверджує її практичне значення. Дослідженням еволюції наукових поглядів на сутність дефініції «конкурентоспроможність» займається чимало науковців як в Україні [1; 2; 3; 4; 5; 6], так і в інших країнах пострадянського простору, для яких дане поняття набуло актуальності в результаті переорієнтації економіки на ринкові відносини. На особливу увагу заслуговує доробок О. М. Николук, яка дослідила етимологію його формування й трактування крізь призму різних культур [7]. Слід також виокремити наукові праці вчених-економістів, які виділяють персонал і його конкурентоспроможність в якості головного чинника забезпечення конкурентоспроможності підприємств [8; 9; 6; 10; 11].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас все ще існують прогалини розкриття сутності «конкурентоспроможності» та «персоналу» в умовах

сучасних конкурентних відносин, що обумовлює актуальність даного наукового пошуку.

Формулювання цілей статті. З огляду на недостатню зрозумілість концепції конкурентоспроможності потрібно вивчити морфологічний принцип словотворення та гносеологічні передумови формування даного поняття, дати йому характеристику з позицій етимології, а також дослідити його онтологічне підґрунтя, що дозволить вітчизняним підприємствам ефективніше конкурувати з імпортерами за вітчизняного споживача на локальних ринках та завойовувати конкурентні позиції на іноземних, тому також логічно акцентувати увагу на сучасних поглядах на персонал й обґрунтувати його роль у формуванні конкурентних переваг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Різні автори описують конкурентоспроможність як теоретичну багатовимірну концепцію, сформульовані ними визначення різняться рівнем деталізації та конкретизації поняття, метою та завданням, які ставить перед собою дослідник [12, с. 70]. Особливості, виділені різними вченими крізь призму предмета власних досліджень, створюють можливість систематизувати найбільш поширені думки з цього приводу. Чимало визначень має у своїй основі «можливість», яка стосується адаптації підприємства до змінних ринкових умов [13; 14, с. 57], виробництва продукції за-для задоволення потреб споживачів [15], збуту товарів, що за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для споживача, ніж товари конкурентів [16, с. 256], надання покупцеві переваги за основними параметрами товару [17], тобто пропозиції товару, що відповідає вимогам покупця, ефективного розпорядження власними та залученими ресурсами [18; 19, с. 7], використання стратегічного потенціалу з метою супротиву конкурентному тиску [20, с. 111], ведення ефективної господарської діяльності [2, с. 38; 21; 22, с. 10]. Базисом для трактування конкурентоспроможності підприємства ще слугує «властивість», що характеризує стійкість його розвитку [23, с. 129], ступінь відповідності вимогам ринку, створює переваги та уміння зберігати ринкові позиції. Виходячи з того, що визначення будь-якого поняття має передавати його зміст, та беручи до уваги правила словотворення, розуміємо очевидну складність поняття «конкурентоспроможність», яка полягає у тому, що воно має два корені завдяки синтезу двох слів – «конкуренція» та «спро-

можність», тому трактується словосполученнями: здатність змагатися, докладати зусиль, прагнути стати спроможним конкурувати [24; 25; 2], оскільки слово «спроможність» тлумачиться як здатність до здійснення чогонебудь, наявність характеристик, сприятливих для чогось, обставин, що допомагають комусь у чомусь [26] і повинна передбачати наявність певних інструментів, за допомогою яких спроможність залучається у різноманітні організаційно-економічні процеси для формування конкурентних переваг.

З точки зору етимології, поняття «конкурентоспроможність», попри запозичення з англійської практики слова «*competitiveness*» (англ. «конкурентоспроможність») [24], що має коренем дієслово «*compete*» (конкурувати, змагатися) й адаптацію в процесі перекладу до традицій вітчизняного сприйняття його сутності, має у своїй основі латинське слово «*petere*», яке трактується як «шукати, бажати, прагнути», та приставки *com-*, що означає «разом», тобто буквально змістом цього терміна є разом прагнути, бажати, шукати. Беручи за основу адаптоване у вітчизняну практику поняття «конкурентоспроможність», колектив авторів [4] також наполягає на «латинських коренях» його походження від латинського слова «*currere*» – сходитися, змагатися, співпадати, яке у поєднанні з латинською приставкою *con-*, що є аналогом вищезгаданого *com-*, дає підстави розуміти його як «разом змагатися». Згідно з українським тлумачним словником дієслово «змагатися» трактується як «намагатися перевершити когось у чомусь, домагаючись кращих, ніж у когось результатів, показників» [27]. Російське «соревнование» тлумачиться як «форма діяльності, боротьба, суперництво за досягнення кращого результату» [28] і походить від григоріанського «*гъвьль*», від якого пішло русько-церковнослов'янське «*ръвьнь*» – «усердие», тобто «зусилля» [29] й приставки *со-* – «спільно». Проведений етимологічний аналіз дає підстави стверджувати, що бути конкурентоспроможним означає: виходячи з конкурентних умов, спільно докладати зусиль для пошуку інструментів та форми конкурентних відносин, що мають на меті напрацювання шляхів перевершення результатів у обраному виді діяльності.

Неоднозначність розуміння змісту конкурентоспроможності у різних народів з позицій етимології, побудованого на відмінностях його сприйняття народами країн Заходу та Сходу,

ґрунтовно висвітлено у праці О. М. Николюк [7, с. 246], де встановлено факт, що в арабській мові слово конкурувати утворюється в результаті додавання до основного кореня, що означає «зберігати, оберігати, бути цінним, дорогим» додаткових приголосних. Вважаємо, що арабське розуміння конкурентоспроможності носить консервативний характер, позаяк передбачає «не давати пропасти (зруйнуватися) чомусь цінному, дорогому» або ж «докладати зусиль, щоб щось залишалось у стані, за якого будуть збережені його звичні ознаки, якості, властивості» [7, с. 246]. Таке трактування пояснює природу наслідування традицій народами арабського світу. Натомість у Китаї, якому тривалий період часу загрожувало перенаселення та нестача харчів, через що головним ресурсом для китайського народу споконвіку вважалася земля, поняття «конкурентоспроможність» позначають за допомогою ієрогліфів із зображенням двох, що борються за серп [7, с. 246]. Звідси розуміємо, що для цієї країни набути конкурентоспроможність означає перемогти у сутичці за ресурс, що вказує на агресивний характер ведення конкурентної боротьби й пояснює експансію китайської економіки.

Виявлена етимологічна відмінність вказує на розуміння дефініції крізь призму забезпеченості ресурсами й системи асоціацій щодо можливих шляхів доступу до них та доводить залежність варіацій її трактування від морально-етичних принципів суспільного мислення населення кожної держави, що мають місце через національну автентичність, зумовлену тривалою ізольованістю соціально-культурного розвитку. Зроблений висновок вказує на залежність етимології трактування поняття «конкурентоспроможність» від онтологічних особливостей змін у соціальному механізмі організації економічної діяльності людей, що формують в межах певної країни патерни їхньої поведінки, зокрема і в умовах конкуренції, та проектується на розвиток галузевого ринку, як конкурентного поля. Тому теоретична модель конкурентоспроможності, опираючись на онтологічне підґрунтя, має враховувати результати аналізу еволюції економічної системи, що наклали відбиток на розуміння сутності цього поняття та визначають тип конкурентних відносин, від якого залежить конкурентна стратегія як на сировинних, так і на ринках готової продукції.

Відсутність повної відповідності у переданні лексичного значення між різними мовами призвела до різночитань одного і того

самого іноземного поняття й, нівелюючи під час його перекладу різні тлумачення [1, с. 137], «стерла» грані у трактуванні й сприйнятті конкурентоспроможності, тому її застосовують до всіх економічних явищ й процесів. Широкий спектр вираження виключає можливість її універсального тлумачення, адже воно залежить від того, з точки зору якого об'єкта (предмета) чи суб'єкта вона розглядається. В такий спосіб гносеологічні передумови формування конкурентоспроможності як поняття, дозволяють ідентифікувати її суб'єктно-об'єктний склад. Об'єктом виступає товар, стратегія, підприємство, регіон, галузь, економіка, країна, які обмежені нормативно-правовим полем; тоді як суб'єктом є носії економічних інтересів, залежно від їх ролі у ринковій взаємодії (постачальники, інвестори, кредиторі, персонал, власники підприємств, посередники, чиновники, споживач). Суб'єктно-об'єктна природа конкурентоспроможності вказує на те, що конкурентні відносини, як явище поширилися на усі сфери діяльності, властиві не лише для ринків збуту, але і для ринків постачання. Попри недостатню зрозумілість концепції конкурентоспроможності, осмислення результатів наукового доробку щодо її сутності дало змогу розставити акценти відповідно до

конкурентного результату та здійснити видову класифікацію існуючих визначень (табл. 1).

Помічено перехід наукових бачень сутності конкурентоспроможності від реактивного, поширеного у 90-их роках, до адаптивного і преактивного на початку 2000-х, тоді як у нестійких та складно прогнозованих умовах 2010-х став переважати результативний аспект. Етапність у поглядах на конкурентоспроможність свідчить в який спосіб еволюція суб'єкта та зміни змісту ринкових відносин, що визначають рівень економічного суперництва у межах конкретного конкурентного поля (галузевого ринку), знайшли своє відображення у алгоритмах набуття конкурентоспроможності їх об'єктами. Проведений аналіз наукових літературних джерел дає підстави стверджувати, що історичний розвиток визначив тенденції змін діяльності суб'єктів господарювання як реакцію на зміни умов конкурентного середовища.

Сьогодні конкурентоспроможність уособлює рівень інтегральних якостей підприємства, що виявляються у напрацюванні стратегій ефективного використання його конкурентного потенціалу, орієнтованого на досягнення стратегічної мети підприємницької діяльності через адаптацію до умов конку-

Таблиця 1

Видова класифікація визначень конкурентоспроможності

Зміст визначення	Класифікація
Здатність суб'єкта витримувати конкуренцію, обумовлена економічними, соціальними та політичними факторами й протистояти конкуренції [30, с. 31]	Реактивний аспект
Здатність протистояти конкуренції та бути успішним у боротьбі з конкуренцією [31, с. 38]	
Властивість виступати на рівні з наявними аналогічними конкуруючими об'єктами [32]	Адаптивний аспект
Особливе поєднання характеристик об'єкта, які визначають його місце в ієрархії системи оцінок об'єктів що до нього подібні [33]	Преактивний аспект
Здатність господарювати ефективніше, ніж інші конкуренти [34, с. 51]	
Здатність суб'єкта випереджати свого суперника у досягненні поставлених цілей [35]	Результативний аспект
Здатність домагатися своїх цілей в умовах ринку, на якому з аналогічними цілями діють інші конкуренти [36]	
Поняття, що означає суперництво за досягнення найкращих результатів [37, с. 28]	
Здатність об'єкта дослідження ефективно виконувати покладені на нього функції в конкурентних умовах [3, с. 274]	
Суб'єктивна і відносна категорія, яка фіксує результати порівнювання [38]	
Здатність процесів суперництва досягати кращих результатів у деякій діяльності, сфері функціонування [39, с. 59]	

Джерело: узагальнення автора

рентного середовища і прогрес, рівень якого визначається збалансуванням внутрішнього його стану та змінних зовнішніх конкурентних умов шляхом утримання й розвитку наявних конкурентних переваг. Американський економіст Ф. Найт аргументує, що більш конкурентоздатними є ті види підприємницької діяльності, що характеризуються існуванням типів та об'ємів знань необхідних для успішного управління ними [40, с. 257]. Носієм знань є працівники підприємства, які не просто виконують роботу в рамках своїх посадових обов'язків, а здатні створювати духовні та інтелектуальні цінності, нові товари відсутні у конкурентів, вишукувати способи скорочення виробничих витрат і підвищення якості продукції, формувати та розвивати маркетингову політику, їх прийнято вважати головним джерелом продуктивності, доходів, конкурентоспроможності й розвитку підприємства. Причиною таких безмежних можливостей є те, що працівник є власником і носієм знань, кваліфікації, досвіду, інформації, які він може накопичувати, використовувати, розвивати й передавати упродовж всього періоду свого життя і трудової діяльності [41, с. 134]. За Е. Тоффлером, знання – є невичерпним ресурсом, який не може бути витрачено, він може поширюватися безмежно й легко бути розосередженим серед значної кількості людей [42]. В сучасних умовах знання набувають якості бізнес-активів, що породжують мультиплікативний ефект відносно інших факторів виробництва, впливаючи на рівень ефективності їх використання, а також формують і накопичують такий специфічний актив як репутація підприємства, який впливає на ефективність його діяльності. З огляду на це, управління знаннями стає технологією, що дозволяє підприємствам займати вигідну конкурентну позицію, оскільки основою їхніх конкурентних переваг є знання, а також система їх руху та використання [43]. В умовах турбулентності науково-технічного прогресу швидкість старіння та, відповідно, знецінення теоретичних знань, умінь та практичних навичок має тенденцію до зростання, що вимагає грошових інвестицій у здоров'я, знання і розвиток вмінь, навиків і творчих здібностей працівника, які сприяють підвищенню продуктивності й результативності його праці, внаслідок цього поняття «трудовий ресурс» трансформується у «людський капітал». Професійне зростання працівника сприяє підвищенню його інтелектуального та духовного рівня, формуючи, одночасно з людським,

інтелектуальний капітал. Проблема раціонального їх використання спонукає до напрацювання новітнього підходу, ядром якого має стати людський ресурс, наділений інноваційно-професійним потенціалом, оскільки найвищою цінністю кожного підприємства, здатною впливати на конкретну галузь, ринок у теперішньому і у майбутньому є людський чинник. Адже вагоме значення для отримання певного комерційного ефекту належить творчому мисленню. Саме творчий доробок працівника виступає рушійною силою перебудови організаційних, соціальних, економічних та інших відносин між суб'єктами конкурентного поля, тому в умовах переходу до нової економіки – економіки знань, креативні здібності людини у підприємницькій діяльності є платформою підвищення її ефективності завдяки формуванню конкурентних переваг, а також пошуку нового формату конкурентних відносин. Тому останнім часом сучасні перспективи економічного розвитку суб'єктів господарювання, орієнтовані на людину, почали витісняти перспективи, спрямовані тільки на отримання прибутку. Приходить розуміння, що у сучасному суспільстві людину слід розглядати не як один із функціональних елементів виробничих, соціальних, технічних та комерційних систем, а як начало, що ніяк не може бути жорстко вбудованим у ці системи, позаяк є метою, мірилом та головним чинником прогресу, оскільки від продуктивної діяльності людини як «ядра системи взаємодій» [44, с. 70], залежить розвиток окремих сфер, галузей та економічної системи загалом. Визначене обумовлює доцільність використання новітнього підходу в процесі організації трудових відносин, що враховуватиме здібності й можливості людини, як єдиного фактора продуктивних сил, здатного творити, тому працівника слід сприймати як психоемоційну істоту, крізь призму його життєвого досвіду, який закладає в його особистості систему цінностей й формує очікування, що є їх проекціями в реальному житті, та, зрештою, визначає набір потреб, заради задоволення яких людина вступає у трудові, ринкові та конкурентні відносини. Звідси конкурентні стратегії трудових, ринкових й конкурентних відносин мають носити онтологічний характер.

Висловлені думки підштовхують до розуміння терміна «персонал», відштовхуючись від слова «персона» (від лат. *persona* — особа, людина як окрема особистість). Тому поділяємо точку зору М. А. Мажар з приводу того, що таку важливу категорію слід розгля-

дати не тільки з економічних позицій, але й з урахуванням соціального аспекту [45, с. 114]. Водночас не зрозуміло, чому автор у цій же науковій праці, трактуючи «персонал» як особовий склад установи, організації, підприємства або частини цього складу, виділеної за функціональною ознакою, упускає соціальний аспект. Заслуговує на увагу визначення, в якому персонал розглядають як сукупність трьох видів активів: фізичного (фізичні якості працівників, їхнє здоров'я тощо); інтелектуального (знання, досвід, навички, тощо) та креативного (здібності до інноваційної діяльності). Представники нової генерації української економічної науки вбачають доцільність розширення категорії «персоналу» виходячи з трендів, які характеризуються посиленням конкуренції та необхідністю постійного формування стратегічних конкурентних переваг бізнесу, а тому розглядають його як фактор, який опанував якості і здібності працювати в умовах мінливого середовища, має потенціал власного розвитку і здатності забезпечувати йому довгострокові конкурентні переваги [6, с. 8]. Вважаємо цілком обґрунтованою дану авторську позицію у частині необхідності розширення розуміння цієї категорії, беручи до уваги сучасні принципи та вітчизняні особливості конкурентних відносин. Вищевикладене формує базис для розкриття змісту «персоналу» як ключового бізнес-активу, наділеного інноваційно-професійним потенціалом, здатного адаптуватися до змінних конкурентних умов динамічного конкурентного простору, продуктивна діяльність якого, завдяки підвищенню його власної фаховості, закладає основу зростання ефективності функціонування підприємства та його розвиток, як еко-

номічної системи, шляхом формування й комбінування конкурентних переваг, розроблення стратегії формування його конкурентного статусу, а також напрацювання формату конкурентних відносин, відповідних вимогам часу та конкурентного простору.

Висновки. Стає зрозумілим, що з поширенням гуманістичної парадигми сучасної економіки, у контексті запровадження технологічних інновацій, персонал розглядається як основний фактор ефективності підприємства, що поряд із технікою, технологією забезпечує йому стійкі конкурентні позиції, тому на рубежі ХХІ ст. його використання вимагає кардинальних змін. Адже в епоху глобалізації «...традиційні межі галузей стираються, звичні ролі та гравці змінюються і донині надійні принципи конкурентної боротьби стають непотрібними [46, с. 381], внаслідок чого учасники конкурентних відносин становлять єдине ціле й на рубежі ХХ–ХХІ ст. вигідну конкурентну позицію забезпечують стратегічні альянси, що вимагає від персоналу гнучкості при розробленні конкурентних стратегій, здатних гарантувати неконфліктні форми конкуренції, які дають можливість її суб'єктам отримати найкращий результат. Зважаючи на те, що при напрацюванні конкурентних переваг їх джерелом може слугувати весь виробничо-збутовий ланцюг, тому конкурентна стратегія має поєднувати конкуренцію та кооперацію. В такий спосіб вдасться досягти стратегічного балансу, який уособлює ключовий механізм економічних зв'язків між виробниками і споживачами, за допомогою якого врівноважується попит та пропозиція, що вказує на відповідність підприємства запитам ринку, отже, підтверджує його конкурентоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Мироненко Д. С. Еволюція наукових підходів у дослідженні конкурентоспроможності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 24. С. 137–139.
2. Минко ЛІ. М. Сутність і складові поняття конкурентоспроможності підприємства. *Наукові праці НУХТ*. 2015. № 1. Т. 21. С. 86–92.
3. Мануйлович Ю. М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 274–282.
4. Дведжула В. В., Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С., Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія. *Економічний вісник запорізької державної інженерної академії*. 2018. Вип. 6 (18). С. 116–121.
5. Бечко П., Голобородько Я. Теоретичні засади сутності економічних категорій «конкуренція» та «конкурентоспроможність». *Ефективна економіка*. 2015. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191> (дата звернення: 19.08.2023).
6. Мікловда В. П., Попович О. О. Персонал як фактор конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського Університету*. 2021. Вип. 2(58). С. 54–59.
7. Николук О. М. Етимологія та сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства». *Вісник ЖДТУ*. 2011. № 1 (55). С. 246–249.

8. Цветкова І. І. Конкурентоспроможність персоналу: сутність та місце у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Культура народів Причорномор'я*. 2006. № 88. С. 119–125.
9. Глушко Т. В. Управління компетенціями персоналу як основа забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу*: збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 26–28 вересня 2013 р.). Суми : ТОВ «ДД «Папірус», 2013. С. 54–55.
10. Жуковський М. О. Трудові ресурси як складова конкурентоспроможності підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 2. С. 54–59.
11. Брич В. Я., Колодницька О. З. Людські ресурси як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Інноваційна економіка*. 2015. № 4 [59]. С. 72–75.
12. Головка-Марченко І. С. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 43. С. 67–73.
13. Літвінова Ю. О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Управління розвитком*. 2012. № 9. С. 35–37.
14. Яремченко Л. М. Конкурентоспроможність підприємства: економічна сутність та чинники впливу. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія; за заг. ред. проф. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2017. С. 57–66.
15. Хруцький В. Є., Корнеєва І. В., Автухова Е. Э. Сучасний маркетинг: навчальний посібник. М.: «Фінанси і статистика», 2004. 461 с.
16. Деніелс Д., Радеба Л. Міжнародний бізнес. Зовнішнє середовище та ділові операції: Пер з англ. М.: Справа, 1994. 320 с.
17. Тягунова Н. М., Боїн В. О. Конкурентоспроможність торговельних підприємств: монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. 154 с.
18. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник. Київ : Центр начальної літератури, 2006. 384 с.
19. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія. За заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
20. Гомза В. М. Шляхи підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2014. № 12. С. 109–115.
21. Василенко В. О. Стратегічне управління: навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2003. 396 с.
22. Вінніченко І. І., Крючкова Ж. В. Ключові чинники впливу на конкурентоспроможність аграрних підприємств. *Економіка та держава*. 2017. № 4. С. 32–37.
23. Касич А. О., Черняхівська М. В. Теоретичні основи дослідження ключових чинників конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Вип. 14. С. 129–134.
24. Етимологічний словник української мови (у 7 томах). Під ред. О. С. Мельничука, В. Т. Коломійця, О. Б. Ткаченко. Т. 2. Київ : Наукова думка, 1985. 570 с.
25. Загорная Т. О., Золотухин А. Н. Управление конкурентоспособностью предприятия: структурно-адаптивный подход. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 6. Т. 4. С. 79–82.
26. Словник української мови (в 11 томах). Т. 9. Київ : Наукова думка, 1978. 605 с.
27. Словник ua: портал української мови та культури. URL: <https://slovnuk.ua/index.php?swrd=%D0%B7%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%8F> (дата звернення: 12.09.2023).
28. Вікіпедія: електронна енциклопедія. URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki> (дата звернення: 28.08.2023).
29. Вікіпедія: електронна енциклопедія. URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/%D1%81%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (дата звернення: 02.09.2023)
30. Скудар Г. М. Управління конкурентоспроможністю великого АТ: проблеми та рішення. Київ : Наукова думка, 1999. 496 с.
31. Сушарник Я. А., Місько А. М., Розвиток та становлення конкуренції. *Інноваційна економіка*. 2020. № 1–2 [82]. С. 35–41.
32. Портер М. Конкуренція М: Видавничий дім «Вільямс», 2001. 495 с.
33. Дикань В. Л. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств: монографія. Харків : Основа, 1995. 160 с.
34. Гринько Т. В. Фактори конкурентоспроможності підприємств. *Держава та регіони*. 2004. № 2. С. 50–53.
35. Шевченко Л. С. Конкурентне управління: навчальний посібник. Харків : Эскада, 2004. 520 с.
36. Василенко В. О. Стратегічне управління: навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2003. 396 с.
37. Клименко С. М., Омеляненко Т. В., Барабась Д. О. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2008. 520 с.

38. Чернега О. Б. Управління конкурентоспроможністю за умов трансформації економічних відносин: монографія. Донецьк, 1999. 447 с.
39. Савчук О. Системний підхід до аналізу конкурентоспроможності промислового виробництва. *Економіст*. 2001. № 12. С. 58–61.
40. Найт Ф. Х. Ризик, невизначеність, прибуток. Пер. с англ. М.: Дело, 2003. 360 с.
41. Кудла Н. Є., Пелех К. Ю. Персонал як чинник конкурентної переваги підприємств з надання туристичних послуг. *Інновації, тренди та перспективи індустрії гостинності* : Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 12 грудня 2019 р.) Львів : ЛТЕУ, 2019. С. 132–135.
42. Тоффлер Е. Метаморфози влади: знання, багатство та сила на порозі XXI століття. Пер. с англ. М., 2002. 670 с.
43. Віір К. Основи управління знаннями. М.: Місто, 1986. 371 с.
44. Івашук Ю. Емерджентний інституційний порядок в економіці та його поведінкові підстави. *Економічна теорія*. 2016. № 3. С. 69–81.
45. Мажар М. А. Вплив трудових ресурсів на конкурентоспроможність підприємства. *Вісник ЖДТЕУ*. 2010. № 2 (52). С. 112–118.
46. Глобалізація та регіоналізація: виклики для економіки України: монографія. За ред. В. Є. Лошенюка. Чернівці : Рута, 2010. 516 с.

REFERENCES:

1. Myronenko D. S. (2013) Evoliutsiia naukovykh pidkhodiv u doslidzhenni konkurentospromozhnosti [The evolution of scientific approaches in the study of competitiveness]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*, vol. 24, pp. 137–139.
2. Mynko L. M. (2015) Sutnist i skladovi poniattia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [The essence and components of the concept of enterprise competitiveness]. *Naukovi pratsi NUKhT – Scientific works of the NUFT*, no. 1, vol. 21, pp. 86–92.
3. Manuilovych Yu. M. (2013) Doslidzhennia sutnosti ta traktuvannia poniattia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Research of the essence and interpretation of the concept of competitiveness of the enterprise]. *Marketynh i menedzhment innovatsii – Marketing and management of innovations*, vol. 4, pp. 274–282.
4. Dzedzula V. V., Yepifanova E. Yu., Humeniuk V. S. (2018) Konkurentospromozhnist pidpriemstva yak ekonomichna katehoriia [Enterprise competitiveness as an economic category]. *Ekonomichnyi visnyk zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii – Economic Bulletin of Zaporizhia State Engineering Academy*, vol. 6(18), pp. 116–121.
5. Bechko P., Holoborodko Ya. (2015) Teoretychni zasady sutnosti ekonomichnykh katehori «konkurentsiia» ta «konkurentospromozhnist» [Theoretical foundations of the essence of the economic categories "competition" and "competitiveness"]. *Efektivna ekonomika – An effective economy*, vol. 7. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191> (accessed August 19, 2023).
6. Miklovdva V. P., Popovych O. O. (2021) Teoretychni zasady sutnosti ekonomichnykh katehori «konkurentsiia» ta «konkurentospromozhnist» [Personnel as a factor of enterprise competitiveness]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho Universytetu – Scientific Bulletin of Uzhhorod University*, vol. 2(58), pp. 54–59.
7. Nykoliuk O. M. (2011) Etymolohiia ta sutnist poniattia «konkurentospromozhnist pidpriemstva» [Etymology and essence of the concept of "enterprise competitiveness"]. *Visnyk ZhDTU – Bulletin of ZhSTU*, vol. 1 (55), pp. 246–249.
8. Tsvietkova E. E. (2006) Konkurentospromozhnist personalu: sutnist ta mistse u zabezpechenni konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Competitiveness of personnel: the essence and place in ensuring the competitiveness of the enterprise]. *Kultura narodov Prychernomorja – Culture of the Black Sea region peoples*, vol. 88, pp. 119–125.
9. Hlushko T. V. (2013) Upravlinnia kompetentsiiamy personalu yak osnova zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Management of personnel competencies as a basis for ensuring the competitiveness of the enterprise]. *Marketynh innovatsii i innovatsii u marketynhu: VII Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia*, (Sumy, September 26nd–28nd, 2013). Sumy: Ent. «DD "Papyrus"», pp. 54–55. (in Ukrainian)
10. Zhukovskii M. O. (2007) Trudovi resursy yak skladova konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Labor resources as a component of enterprise competitiveness]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy*, vol. 2, pp. 54–59.
11. Brych V. Ya., Kolodnytska O. Z. (2015) Liudski resursy yak chynnyk zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Human resources as a factor of ensuring the competitiveness of the enterprise]. *Innovatsiina ekonomika – Innovative economy*, vol. 4 [59], pp. 72–75.

12. Holovko-Marchenko E. S. (2013) Suchasni pidkhody do rozuminnia sutnosti poniattia «konkurentospromozhnist pidpriemstva» [Modern approaches to understanding the essence of the concept of "enterprise competitiveness"]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti – Bulletin of the economy of transport and industry*, vol. 43, pp. 67–73.
13. Litvinova Yu. O. (2012) Problemy zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva v suchasnykh umovakh [Problems of ensuring the competitiveness of the enterprise in modern conditions]. *Upravlinnia rozvytkom – Management of the development*, vol. 9, pp. 35–37.
14. Yaremchenko L. M. (2017) *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: ekonomichna sutnist ta chynnyky vplyvu. Teoretychni, metodolohichni ta praktychni aspekty konkurentospromozhnosti pidpriemstv: monohrafiia* [Enterprise competitiveness: economic essence and influencing factors. Theoretical, methodological and practical aspects of the competitiveness of enterprises: monograph]. Za zah. red. O. H. Yankovoho. Odesa: Atlant, pp. 57–66. (in Ukrainian)
15. Hrutyskiy V. Ye., Kornyeieva E.V., Avtukhova E. Ye. (2004) *Suchasnyi marketynh: navchalnyi posibnyk* [Modern marketing: handbook]. M.: "Finansy i statystyka", 461 p. (in Ukrainian)
16. Deniels D., Radeba L. (1994) *Mizhnarodnyi biznes. Zovnishnie seredovyshe ta dilovi operatsii* [International Business. External environment and business operations]. Per. s angl. M.: Dielo, 320 p. (in Ukrainian)
17. Tiahunova N. M., Boin V. O. (2010) *Konkurentospromozhnist torhovelnykh pidpriemstv: Monohrafiia* [Competitiveness of the trade enterprises: monograph]. Poltava: RVV PUET, 154 p. (in Ukrainian)
18. Dolzhanskyi I. Z., Zahorna O. (2006) *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: navchalnyi posibnyk* [Competitiveness of the enterprises: handbook]. K.: Tsentri navchalnoi literatury, 384 p. (in Ukrainian)
19. *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia: monohrafiia* [Enterprise competitiveness: assessment of the level and directions for improvement: monograph]. Za zah. red. prof. O. H. Yankovoho. Odesa: Atlant, 2013. 470 p. (in Ukrainian)
20. Homza V. M. (2014) Shliakhy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ahrarnykh pidpriemstv [Ways to increase the competitiveness of agricultural enterprises]. *Ekonomika APK – Economy of AIC*, vol. 12, pp. 109–115.
21. Vasylenko V. O. (2003) *Stratehichne upravlinnia: navchalnyi posibnyk* [Strategic management: handbook]. K.: TSUL, 396 p. (in Ukrainian)
22. Vinnichenko E. E., Kriuchkova Zh. V. (2017) Kliuchovi chynnyky vplyvu na konkurentospromozhnist ahrarnykh pidpriemstv [Key factors influencing the competitiveness of agricultural enterprises]. *Ekonomika ta derzhava – The economy and the state*, vol. 4, pp. 32–37.
23. Kasych A. O., Cherniakhovska M. V. (2017) Teoretychni osnovy doslidzhennia kliuchovykh chynnykiv konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Theoretical foundations of the study of the key factors of the competitiveness of the enterprise]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy – Economics and management of enterprises*, vol. 14, pp. 129–134.
24. *Etymolohichni slovnyk ukrainskoi movy (u 7 tomakh)* [Etymological dictionary of the Ukrainian language (in 7 volumes)]. Pid red. O. S. Melnychuka, V. T. Kolomiitsia, O. B. Tkachenko. vol. 2. K.: Naukova dumka, 1985. 570 p. (in Ukrainian)
25. Zahornaya T. O., Zolotukhin A. N. (2010) Upravlennia konkurentospromozhnostiu predpriiatyia: strukturno-adaptyvnyi podkhod [Managing enterprise competitiveness: a structural-adaptive approach]. *Visnyk Khmelnytskoho Natsionalnogo Universytetu – Bulletin of Khmelnytsky National University*, no. 6, vol. 4, pp. 79–82.
26. *Slovnyk ukrainskoi movy (v 11 tomakh)* [Ukrainians' language dictionary]. vol. 9. K.: Naukova dumka, 1978. 605 p. (in Ukrainian)
27. *Slovnyk ua: portal ukrainskoi movy ta kultury* [Dictionary ua: portal of Ukrainian language and culture]. Available at: <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%B7%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%8F> (accessed September 12, 2023).
28. *Wikipedia: elektronna entsyklopediia* [Wikipedia: the electronic encyclopedia]. Available at: <https://ru.wiktionary.org/wiki> (accessed August 28, 2023).
29. *Wikipedia: elektronna entsyklopediia* [Wikipedia: the electronic encyclopedia]. Available at: <https://ru.wiktionary.org/wiki/%D1%81%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (accessed September 2, 2023).
30. Skudar H. M. (1999) *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu velykoho AT: problemy ta rishennia*. K.: Naukova dumka, 496 p. (in Ukrainian)
31. Susharnyk Ya. A., Misko A. M., (2020) Rozvytok ta stanovlennia konkurentsii [Development and formation of competition]. *Innovatsiina ekonomika – Innovative economy*, vol. 1–2(82), pp. 35–41.
32. Porter M. (2001) *Konkurentsiia M: Vydavnychiy dim «Viliams* ", 495 p. (in Ukrainian)

33. Dykan V. L. (1995) *Zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv: monohrafiia* [Ensuring the enterprises' competitiveness: monograph]. Kh.: Osнова, 160 p. (in Ukrainian)
34. Hryenko T. V. (2004) *Faktory konkurentospromozhnosti pidpriemstv* [Factors of enterprise competitiveness]. *Derzhava ta rehiony – State and regions*, vol. 2, pp. 50–53.
35. Shevchenko L. S. (2004) *Konkurentne upravlinnia: navchalnyi posibnyk* [Competitive management: handbook]. Kh.: Eskada, 520 p. (in Ukrainian)
36. Vasylenko V. O. (2003) *Stratehichne upravlinnia: navchalnyi posibnyk* [Strategic management: handbook]. K.: TsUL, 396 p. (in Ukrainian)
37. Klymenko S. M., Omelyanenko T. V., Barabas D. O. (2008) *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva: navchalnyi posibnyk* [Management of enterprise competitiveness: handbook]. K.: KNEU, 520 p. (in Ukrainian)
38. Chereha O. B. (1999) *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu za umov transformatsii ekonomichnykh vidnosyn monohrafiia*. [Managing competitiveness in the context of transformation of economic relations: monograph]. Donetsk, 447 p. (in Ukrainian)
39. Savchuk O. (2001) Systemnyi pidkhid do analizu konkurentospromozhnosti promyslovoho vyrobnytstva [A systematic approach to the analysis of the competitiveness of industrial production]. *Ekonomist – The economist*. vol. 12. pp. 58–61.
40. Night F. H. (2003) *Ryzyk, nevyznachenist, prybutok* [Risk, uncertainty, profit]. Per. s angl. M.: Dielo, 360 p. (in Ukrainian)
41. Kudla N. Ye., Pelekh K. Yu. (2019) Personal yak chynnyk konkurentnoi perevahy pidpriemstv z nadania turystychnykh posluh [Personnel as a factor in the competitive advantage of enterprises providing tourist services]. *Innovatsii, trendy ta perspektyvy industrii hostynnosti: I Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia* (Lviv, Dseember 12-th 2019). Lviv: LTEU, pp. 132–135. (in Ukrainian)
42. Toffler E. (2002) *Metamorfozy vlady: znannia, bahatstvo ta syla na porozi XXI stolittia* [Metamorphoses of power: knowledge, wealth and power on the threshold of the 21st century]. Per. s angl. 670 p. (in Ukrainian)
43. Vyig K. (1986) . *Osnovy upravlinnia znanniamy*. [Fundamentals of knowledge management]. M.: Gorod, 371 p. (in Ukrainian)
44. Ivashuk Yu. (2016) Emerdzhentnyi instytutsiinyi poriadok v ekonomitsi ta yoho povedinkovi pidstavy [Emergent institutional order in the economy and its behavioral foundations]. *Ekonomichna teoriia – Economic theory*, vol. 3, pp. 69–81.
45. Mazhar M. A. (2010) Vplyv trudovykh resursiv na konkurentospromozhnist pidpriemstva [The influence of labor resources on the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk ZhDTEU – Bulletin of ZhSTEU*, vol. 2(52), pp. 112–118.
46. Hlobalizatsiia ta rehionalizatsiia: vykylyk dlia ekonomiky Ukrainy: monohrafiia [Globalization and regionalization: challenges for the economy of Ukraine: monograph]. Za red. V. Ye. Losheniuka. Chernivtsi: Ruta, 2010. 516 p. (in Ukrainian)