

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-73>

УДК 005.3:339.747

ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

FACTORS INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY

Акулюшина Марина Олександрівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри,
Національний університет «Одеська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0230-4019>

Зотова Лілія Геннадіївна

студентка,
Національний університет «Одеська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3239-6797>

Швець Валентина Олександрівна

студентка,
Національний університет «Одеська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7946-388X>

Akuliushyna Maryna, Zotova Liliia, Shvets Valentyna
Odessa Polytechnic National University

У статті розглядається явище «конкурентоспроможність» та визначається особливість її формування для українських підприємств в умовах військової агресії. Ці питання особливо загострюються під впливом групи факторів як зовнішнього так і внутрішнього середовищ, які формують загальні умови невизначеності в яких існують та розвиваються вітчизняні виробники продукції та послуг. В дослідженні проводиться теоретичне розкриття визначення «конкурентоспроможність» в сучасному розумінні. Розкриваються вимоги до ринкових умов та керівництва підприємств, щодо постійного моніторингу за динамічними змінами на ринку. Також визначаються основні групи факторів що найбільше впливають на зміну конкурентоспроможності, а також ступінь цього впливу. Виявляються можливості по управлінню та контролю за можливими наслідками впливу факторів та своєчасним реагуванням на зміни умов ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ринок, економічні умови, невизначеність, фактори середовища, управління, динамічні зміни.

The article examines the phenomenon of "competitiveness" and also determines the peculiarity of the formation of competitiveness for Ukrainian enterprises in the conditions of military aggression. It is these questions that have become particularly important under the influence of a group of factors, both external and internal environments, which form the general conditions of uncertainty in which domestic manufacturers of products and services exist and develop. This is definitely influenced by the stage of development of the enterprise and the environment in which it is located on the market. In the research, the theoretical disclosure of the definition of "competitiveness" in the modern sense is carried out. Also, the requirements for market conditions and management of enterprises, regarding constant monitoring of dynamic changes in the market, are disclosed. Modern business conditions of Ukrainian enterprises engaged in production or providing services are associated with constant challenges and threats not only from the external environment, but also from the struggle for competitive positions in the domestic market. The development of international trade and relations with EU countries also gives the consumer the opportunity to gain access to new goods and services and form a new perception of the quality and requirements for domestic goods and the quality of services provided. Despite the rather high popularity and demand of these issues in theoretical aspects, the development of the problem remains quite low today. For the stability and success of the development of enterprises of various forms of ownership, there is a need to determine those factors that influence

the increase in competitiveness and provide opportunities for further development. That is why the study determines the list and detailed description of the influence of external and internal factors that increase the competitiveness of companies in conditions of uncertainty. The main groups of factors that have the greatest influence on the change in competitiveness and the degree of this influence are also determined. Possibilities for management and control of the possible consequences of the influence of factors and timely response to changes in market conditions are revealed. Prospects for the use of such ways of overcoming the influence of factors in the future are considered.

Key words: competitiveness, market, economic conditions, uncertainty, environmental factors, management, dynamic changes.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання українських підприємств що займаються виробництвом чи надають послуги пов'язані із постійними викликами та загрозами не тільки зовнішнього середовища, а ще й боротьбою за конкурентні позиції на ринку. Розвиток міжнародної торгівлі та відносин із країнами ЄС також дає можливість споживачеві отримати доступ до нових товарів та послуг і сформувати нове уявлення до якості і вимог до вітчизняних товарів. Не дивлячись на досить високу популярність та затребуваність цих питань в теоретичних аспектах, розробленість проблеми залишається досить низькою. Для стабільності та успіху в діяльності, є вагома потреба в розумінні факторів, що впливають на підвищення конкурентоспроможності, та надають основу для подальшого розвитку. У цьому контексті дослідження факторів, що підвищують конкурентоспроможність компаній в умовах невизначеності, є актуальним і нагальним питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження розвитку конкуренції та шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства відображено в працях таких учених, як М. Портер [1], К. Р. Маслов [2], Н. І. Перцовський [3]. Удосконалювали методологічні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств такі науковці, як, А. Е. Воронкова, В. П. Пономарьов [4], В. І. Крамаренко [5], О. Є. Кузьмін [6], О. О. Гетьман, В. М. Шаповал [7]. Досліджували у своїх працях чинники розвитку Н. О. Євтушенко, Н. І. Дрокіна [8], Л. С. Шевченко [9] та інші вчені.

Але незважаючи на наявність значного обсягу наукових праць із зазначеної теми, залишається актуальним дослідження питань забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах невизначеності для забезпечення їх сталого розвитку в умовах що склались на ринку. Важливим при цьому є врахування всієї сукупності діючих факторів. У сфері управління економічним розвитком підприємств залишаються недостатньо дослідженими питання груп факторів

відповідальних за формування та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Отже ряд питань потребують доповнення і залишаються відкритими. Що визначає актуальність даного дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення сукупності факторів впливу на конкурентоспроможність підприємств в умовах невизначеності та формування рекомендацій щодо управлінських рішень по зменшенню ступеню негативного впливу їх на розвиток підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні вчені підходять до трактування «конкурентоспроможності підприємства» як до діяльності, що включає в себе комплексні характеристики та сприяє можливостям для розвитку. Н. О. Євтушенко, Н. І. Дрокіна пропонують розглядати її «як сукупність можливостей підприємства ефективно використовувати свій ресурсний потенціал для виробництва та реалізації конкурентоспроможної продукції (послуг) з метою отримання бажаних результатів» [8]. Л. С. Шевченко визначає конкурентоспроможність підприємства, як його здатність ефективно здійснювати господарську діяльність, включаючи розробку, виробництво та успішну реалізацію продукції, яка має великий попит серед споживачів, на конкурентному ринку [9]. І. В. Гужавіна, Д. Д. Раздорожна стверджують, що конкурентоспроможність підприємства – це «одна з фундаментальних ринкових категорій, життєвий цикл якої характеризується мінливістю та динамічністю» [10].

Отже, конкурентоспроможність підприємства зазвичай пов'язують, та підвищують орієнтуючись на такі характеристики, як здатність виробляти конкурентоздатні товари та послуги, сприятливі умови для ефективного функціонування, а також можливість задовольняти потреби споживачів краще, ніж його основні конкуренти.

На думку авторів, у сучасних умовах, варто розглядати конкурентоспроможність підприємства, як його здатність ефективно конкурувати на ринку з іншими компаніями в тій

самій галузі або секторі ринку, в усіх аспектах, незалежно від того чи це конкуренція в характеристиці якості продукції, чи вмінні ефективно реагувати на виклики зовнішнього середовища.

Аналіз та оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства є необхідними на всіх етапах його розвитку, незалежно від того чи воно тільки виходить на ринок як новостворене, чи вже досягло рівня зрілості. Необхідно розробляти ефективні механізми і заходи, спрямовані на підвищення рівня конкурентоспроможності для зміцнення конкурентних позицій на ринку, постійно вживати заходи для оновлення продукції, пакування, технології, тощо. Менеджерам підприємств слід усвідомлювати необхідність створення системи управління, яка забезпечить належний рівень конкурентоспроможності в умовах нестабільності, підвищить рентабельність та зміцнить позиції на ринку [11].

Для поліпшення конкурентоспроможності підприємства ключовим є визначення, обґрунтування і класифікація факторів і резервів, які визначають його рівень, цей набір факторів можна розділити на зовнішні і внутрішні (рис. 1). Їх головна відмінність полягає в тому,

що на зовнішні фактори підприємство не може вплинути. А внутрішні фактори підприємство може контролювати та регулювати їх вплив. До зовнішніх факторів відносяться: умови інвестування в галузі, регіоні, країні; тенденції технічного розвитку; рівень конкуренції; ресурсозабезпеченість і т.д. Внутрішні фактори включають: впровадження нової техніки та прогресивної технології; ефективні економічні стимули; підвищення кваліфікації персоналу; формування системи конкурентних відносин серед працівників та інше. Ці фактори можуть бути регульовані на різних рівнях – від підприємства в цілому до окремого робочого місця [12].

Відповідно до цього, можемо стверджувати, що кількість факторів є доволі обширною та їх вплив та значимість змінюється в залежності від вміння підприємств ефективно ними управляти та вчасно реагувати в умовах невизначеності.

Розглянемо детальніше внутрішні фактори, вони є невід’ємною складовою та зустрічаються на всіх етапах діяльності підприємства:

1. Гнучкість, система та методи управління. Цей аспект розглядається, як здатність адаптуватися до змін у внутрішньому

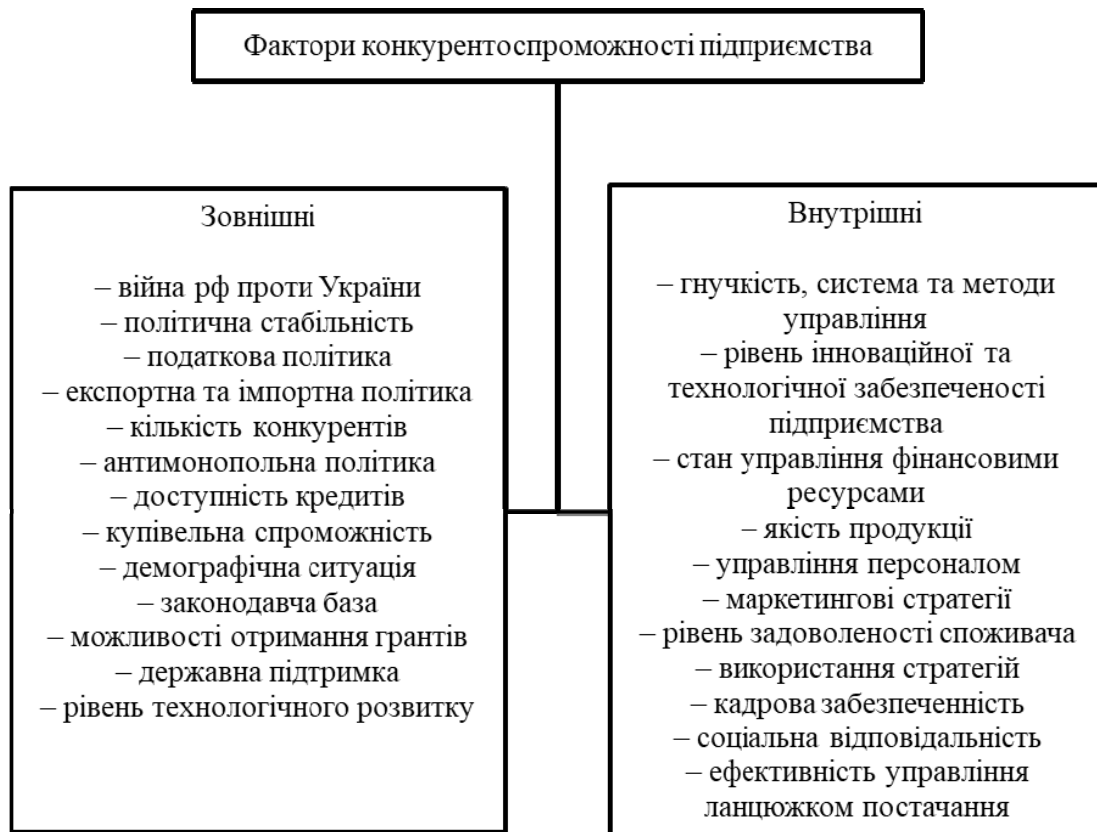


Рис. 1. Фактори впливу на конкурентоспроможність

Джерело: сформовано на основі [13; 14]

та зовнішньому середовищі, швидкість реагування, ефективність прийнятих рішень, комунікаційні стратегії, вміння побудувати успішні та дієві механізми управління та постійний моніторинг здійсненої діяльності.

2. Стратегії, що використовуються. Впровадження та використання планів дій, стратегічні рішення по досягненню цілей, що стосуються всіх етапів здійснення діяльності, спрямованих на розширення бізнесу або ж асортименту, та інші.

3. Рівень інноваційної та технологічної забезпеченості підприємства. Постійне вдосконалення, оновлення і перевірка технічного обладнання, сприяють вдосконаленню продукції, оптимізації виробничих процесів, та підвищення конкурентоспроможності.

4. Стан управління фінансовими ресурсами. Фінансова стабільність підприємства є запорукою подальшого розвитку та утримання конкурентних позицій.

5. Якість продукції. Впровадження на підприємствах лабораторій, дотримання стандартів якості та відповідності, таких як ISO 22000, ДСТУ 4161-2003 та інші, ступінь відповідності вимогам для задоволення потреб та очікувань споживачів.

6. Управління персоналом. Відповідні умови праці, високий рівень заробітної плати, службове зростання та мотивація персоналу – мають важливу роль у забезпеченні підвищення конкурентоспроможності.

7. Маркетингові стратегії. Спрямованість на обізнаність споживачів про продукти та послуги підприємства, ефективна цінова стратегія, прямий маркетинг, використання акцій та знижок, програм лояльності, просування через соціальні мережі, все це забезпечує утримання позицій на ринку та високі продажі, що збільшує конкурентоспроможність.

8. Рівень задоволеності споживача. Постійний моніторинг задоволеності клієнтів, збирання відгуків про якість, ціну, сервіс та пропозицій по вдосконаленню.

9. Кадрова забезпеченість. Наявність кваліфікованого персоналу для виконання різних функцій і завдань компанії, низька плинність кадрів, постійний моніторинг кадрового складу.

10. Соціальна відповідальність. Виявлення соціальної відповідальності, дотримання етичних стандартів і екологічних норм, здійснення волонтерської діяльності у веденні діяльності підвищують імідж та привертають увагу споживачів.

11. Ефективність управління ланцюжком

постачання. Ланцюжок постачання стосується всього, що відбувається з етапу закупки сировини до розповсюдження готової продукції. Важливо налагоджувати співпраці з успішними постачальниками, дистриб'юторами, постійно аналізувати і контролювати їх стан на ринку, окрім того, логістична діяльність є основою в доставці будь якої продукції від виробника до споживача швидкість, зручність та гарні умови зберігання є конкурентними перевагами. Таким чином, ефективне управління дозволяє отримувати вигоду від оптимізації процесів, зменшення затрат та підвищення якості товару або послуг.

Також проаналізуємо зовнішні фактори та їх вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємства:

1. Війна РФ проти України, яка вплинула на всі аспекти життя. Так, велика кількість підприємств зазнала великих втрат, хтось припинив свою діяльність, а деякі підприємства повністю зруйновано. Тобто маємо розуміти, що війна становить загрозу не лише для конкурентних позицій підприємства, але і його існуванню загалом. Проте, зазначимо, що багато підприємств змогли адаптуватись до змін та вимог часу, успішно проводять свою діяльність та підвищили конкурентоспроможність на ринку.

2. Політична стабільність позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємств, адже зменшує невизначеність навколишнього середовища.

3. Податкова політика має значний вплив на конкурентоспроможність підприємств. Збільшення податків призводить до додаткових витрат підприємства, зниження податків може допомогти підприємству підвищити власну конкурентоспроможність, через вкладення вивільнених коштів у розвиток.

4. Політика уряду щодо експорту та імпорту. Ефективна експортна та імпортна політика сприятиме створенню гарних умов для можливостей розвитку та виходу підприємств на міжнародні ринки.

5. Кількість конкурентів у галузі має надзвичайно великий вплив на підприємства. Велика кількість конкурентів та відсутність бар'єрів для виходу на ринок нових підприємств призводить до ситуації, коли підприємства можуть опинитись у складних умовах зниження попиту на продукцію та необхідності втримувати власного клієнта різними способами, серед яких одним з найефективнішим буде зниження цін. Це в свою чергу призведе до зниження прибутків підприємства та зни-

ження можливостей до розвитку. В той же час, підприємство, яке працює в галузі з помірною кількістю конкурентів має більше шансів до підвищення рівня конкурентоспроможності.

6. Ефективна антимонопольна політика сприятливо впливає на конкурентоспроможність підприємств, адже не допускає монополізації ринку та сприяє розвитку добросовісної конкуренції.

7. Доступність кредитів. У ситуації коли підприємство не має власних вільних коштів, воно може використати кредитні кошти, наприклад, для проведення науково-дослідницьких робіт, впровадження технологічних розробок та інновацій, оновлення обладнання тощо. Такі дії призведуть до зростання ефективності діяльності підприємства та підвищення рівня його конкурентоспроможності.

8. Купівельна спроможність населення. Зростання рівня купівельної спроможності населення веде до зростання попиту на продукцію та збільшення кількості покупців. За правильної організації виробничої та маркетингової діяльності підприємство може наростити обсяги виробництва, залучити нових клієнтів та збільшити обсяги продажів, що безумовно призведе до зміцнення його конкурентної позиції на ринку.

9. Демографічна ситуація. Поліпшення демографічної ситуації може сприяти зростанню попиту на продукцію, що створює можливість для поліпшення рівня конкурентоспроможності.

10. Законодавча база має визначальний вплив на діяльність підприємств, а отже й впливає на їх конкурентоспроможність. Ефективна, чітка та зрозуміла законодавча база створює підґрунтя для діяльності підприємств, з чітко означеними рамками та вимогами.

11. Можливості отримання грантів для розвитку підприємства є одним найбільш актуальних факторів, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Наразі, існує велика кількість грантових програм від закордонних інвесторів, спрямованих на підтримку бізнесу в умовах війни. Тому підприємці, що скористаються програмою та отримають грант мають великі шанси підвищити конкурентоспроможність підприємства.

12. Державна підтримка підприємництва. Війна в Україні значно погіршила економічний стан, тому наразі держава спрямовує значні зусилля на підтримку та розвиток бізнесу. Так, допомога надається у вигляді грантів,

дотацій, пільгового кредитування, створення привабливого середовища для інвесторів тощо. Підприємство може використати ці можливості для підвищення конкурентоспроможності власного бізнесу.

13. Високий рівень технологічного розвитку країни та світу створює можливості для підвищення конкурентоспроможності підприємства, через впровадження нових технологій та інновацій.

Отже, як бачимо на підвищення конкурентоспроможності впливає велика кількість факторів, як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, кожен з них є критичним для подальшого успіху, високого прибутку, зниження рівня невизначеності й подальшого запобігання ризику, підвищенню якості стратегічного планування та отримання значної частки ринку серед конкурентів.

Висновки. В існуючих умовах невизначеності навколишнього середовища, вплив досліджених факторів значно посилюється, а підприємства можуть втрачати свої конкурентні переваги. Тому на підприємствах потрібно постійно контролювати ситуацію та впроваджувати певні програми щодо підвищення конкурентоспроможності.

В рамках даного дослідження можна виокремити такі загальні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах невизначеності:

- необхідно постійно відстежувати зміни та швидко адаптуватись до них, що дуже важливо в умовах невизначеності навколишнього середовища;

- визначити максимальний перелік конкурентів та підприємства суміжних сфер, що можуть надати альтернативні товари чи послуги потенційним клієнтам бізнесу;

- розглянути можливість диверсифікації виробництва, що допоможе підприємству вижити в разі настання непередбачуваних подій;

- відслідковувати рівень цін на ринку та проводити адекватну цінову політику, щоб отримати конкурентні переваги над конкурентами;

- працювати над створенням власного бренду та підтриманням гарної репутації.

Вживання таких заходів надасть можливість розробити план дій по передбаченню ризиків та шляхів подолання негативних наслідків від факторів що можуть впливати на конкурентоспроможність підприємства у майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Портер М. Стратегія конкуренції і методика аналізу галузей і діяльності. Київ : Основи, 1997. 451 с.
2. Маслов П. М. Комплексне оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Держава та регіони*. 2004. № 3. С. 176–180.
3. Перцовський Н. І. *Міжнародний маркетинг* : навчальний посібник. Київ : Вища школа. 2001. 239 с.
4. Воронкова А. Е., Пономарьов В. П. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства. Київ : Техніка. 2000. 152 с.
5. Крамаренко В. І. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. *Економічні науки*. 2012. Вип. 22 (2). С. 24–28.
6. Кузьмін О. Є. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства* : навчальний посібник. Львів : Компакт-ЛВ. 2005. 304 с.
7. Гетьман О. О. *Економічна діагностика* : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Центр навчальної літератури. 2007. 307 с.
8. Євтушенко, Н. О., Дрокіна, Н. І., Савенко, Н. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. *Економічний простір*. 2020. № 156. С. 129–135. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-23>
9. *Конкурентоспроможність бізнесу (підприємства)*: Навч. посіб. у питаннях і відповідях. Харків. Право, 2022. 312 с. URL: https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/SENMK/Shevchenko_Konkur.pdf
10. Гужавіна І. В., Раздорожна Д. Д. Механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2021. № 1(35). С. 51–54.
11. Герасимова, В.О., Резанов, Е. О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*, 2020. № 154. С. 93–97. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>
12. Бочко В. О., Селезньова Г. О. 2019. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства. Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. Харків. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/>
13. Кадирус Г. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5.
14. Антощенкова В. В. Конкурентоспроможність, як основа ефективної національної економіки. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2019. № 200. С. 84–95.
15. Богацька Н., Христин С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений*. 2019. № 11 (75). С. 455–458.
16. Герасимова В. О., Резанов Е. О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*. 2020. № 154. С. 93–97. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>

REFERENCES:

1. Porter M. (1997) *Stratehiia Konkurentsii i Metodyka Analizu Haluzei i Diialnosti* [Competition strategy and methods of analysis of industries and activities]. Kyiv : Foundations. (in Ukrainian)
2. Maslov P. M. (2004) *Kompleksne Otsiniuvannia Konkurentospromozhnosti Pidpryemstva* [Comprehensive assessment of enterprise competitiveness]. *State and regions*, no. 3, pp. 176–180.
3. Pertsovsky N. I. (2001) *Mizhnarodnyi Marketynh* [Mizhnarodnyi Marketynh]. Kyiv : High school (in Ukrainian).
4. Voronkova A. E., Ponomaryov V. P. (2000) *Pidtrymka Konkurento-Spromozhnoho Potentsialu Pidpryemstva* [Supporting the competitive potential of the enterprise]. Kyiv : Technique. (in Ukrainian)
5. Kramarenko V. I. (2012) *Naukovi Pratsi Kirovohradskoho Natsionalnoho Tekhnichnoho Universytetu* [Scientific papers of Kiro- vograd National Technical University]. *Economic sciences*, vol. 22, no. 2, pp. (in Ukrainian).
6. Kuzmin O. E. (2005) *Upravlinnia Mizhnarodnoi Konkurentospromozhnistiu Pidpryemstva* [Management of the international competitiveness of the enterprise]. Lviv : Compact-LV. (in Ukrainian)
7. Getman O. O. (2007) *Ekonomichna Diahnostyka* [Economic diagnostics]. Kyiv : Center for Educational Literature. (in Ukrainian)
8. Yevtushenko, N. O., Drokina, N. I., Savenko, N. V. (2020) *Stratehichne upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryemstva: teoretychnyy aspekt*. [Strategic management of enterprise competitiveness: theoretical aspect]. *Economic space*, no. 156, pp. 129–135. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-23>
9. *Konkurentospromozhnist' biznesu (pidpryemstva)* [Competitiveness of business (enterprise)]. Kharkiv. Pravo, 2022. 312 p. URL: https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/SENMK/Shevchenko_Konkur.pdf

10. Huzhavina I. V., Razdorozhna D. D. (2021). Mekhanizm pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [The mechanism of increasing the competitiveness of the enterprise]. *Economy. Management. Business*, no. 1(35), pp. 51–54.
11. Herasymova, V. O., Ryezhanov, E. O. (2020) Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva: sutnist' ta faktory vplyvu v suchasnykh umovakh [Enterprise competitiveness: essence and influencing factors in modern conditions]. *Economic space*, no. 154, pp. 93–97. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>
12. Bochko V. O., Selez'n'ova H. O. (2019) Shlyakhy pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva. Rozvytok yevropeys'koho prostoru ochyma molodi: ekonomichni, sotsial'ni ta pravovi aspekty [Ways to increase the competitiveness of the enterprise. Development of the European space through the eyes of young people: economic, social and legal aspects]. Kharkiv. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/>
13. Kadyrus H. H. (2014) Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva ta faktory, shcho na neyi vplyvayut [Enterprise competitiveness and factors affecting it]. *Efficient economy*, no. 5.
14. Antoshchenkova, V. V. (2019). Konkurentospromozhnist', yak osnova efektyvnoyi natsional'noyi ekonomiky. [Competitiveness as the basis of an effective national economy]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka*, no. 200, pp. 84–95.
15. Bohats'ka, N., Khrystych S. (2019). Otsinka konkurentospromozhnist' pidpryyemstva [Evaluation of the competitiveness of the enterprise]. *Young scientist*, no. 11 (75), pp. 455–458.
16. Herasymova, V. O., Ryezhanov E. O. (2020). Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva: sutnist' ta faktory vplyvu v suchasnykh umovakh [Enterprise competitiveness: essence and influencing factors in modern conditions]. *Economic space*, no. 154, pp. 93–97. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>