

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-91>

УДК 339.137.2:637

ДЕТЕРМІНАНТИ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ КОМПАНІЙ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

DETERMINANTS OF THE COMPETITIVE POSITIONS OF MILK PROCESSING COMPANIES IN THE FOOD MARKET

Пушкар Тетяна Андріївнакандидат економічних наук, професор,
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. БекетоваORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2067-7484>**Зверєв Олег Вікторович**аспірант,
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. БекетоваORCID: <https://orcid.org/0009-0006-2504-9320>**Pushkar Tetiana, Zvieriev Oleg**

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

У статті досліджено теоретичні засади формування конкурентних позицій молокопереробних компаній на ринку продовольчої продукції. Встановлено, що розмежування понять конкурентоспроможності, ринкової стійкості та конкурентної позиції забезпечує інтерпретацію фінансово-економічних результатів діяльності як індикаторів конкурентних стратегій та уточнює аналітичні межі їх застосування. Обґрунтовано, що фінансово-економічні показники діяльності є відносними індикаторами конкурентного позиціонування та узагальненими характеристиками стану галузевого конкурентного середовища. Запропонована ієрархічна модель детермінант конкурентних позицій поєднує внутрішні та зовнішні чинники з результативним рівнем і галузевими узагальненими оцінками, формуючи теоретичну основу для подальших прикладних оцінок стану ринку та ідентифікації домінуючого типу конкуренції в молокопереробній галузі.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, детермінанти конкурентоспроможності, ринкова стійкість, ринок молочної продукції.

The article substantiates the theoretical foundations for analysing the competitive positions of milk processing companies within the food market, taking into account the industry specifics and characteristics of the processing sector. It is determined that existing scientific approaches to assessing competitive processes in the food industry mainly focus on the categories of competitiveness and market stability, which does not fully reflect the actual distribution of forces between market participants in the short and medium term. The content and analytical boundaries of the concepts of 'competitiveness', 'market stability' and 'competitive position' have been clarified, allowing the competitive position to be considered as the result of the realisation of companies' internal potential in specific market conditions formed under the influence of price conditions, resource constraints and competitive interaction. The expediency of using financial and economic performance results as relative indicators of competitive positioning, reflecting the cumulative impact of technological, organisational, cost and market factors, has been proven. Based on theoretical generalisation, the analytical possibilities of interpreting indicators of cost, gross and operating profit, net sales revenue and net profit have been determined for assessing the structure of the industry environment, the level of concentration, the asymmetry of competitive positions and the nature of the distribution of results among market participants. The logic of transition from the analysis of individual financial results of companies to generalised characteristics of the milk processing market has been substantiated. A hierarchical model of determinants of competitive positions of milk processing companies is proposed, which combines internal and external conditions of activity with performance level and industry generalisations, providing a holistic view of the competitive environment. The possibilities and limitations of using financial indicators in industry analysis are



identified, and directions for the further development of theoretical and methodological approaches to the study of competitive processes in the milk processing industry are outlined.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, determinants of competitiveness, market stability, dairy products market.

Постановка проблеми. Конкурентні позиції молокопереробних компаній формуються як результат складної взаємодії ринкових умов та внутрішньоекономічних чинників, що визначають можливості суб'єктів господарювання утримувати або посилювати свої позиції на продовольчому ринку. Поняття конкурентних позицій конкретизує конкурентоспроможність компанії, відображаючи її фактичне місце у галузевому середовищі, що проявляється через фінансові результати, ефективність витрат та здатність генерувати прибуток у порівнянні з іншими учасниками ринку.

Продовольчий ринок, зокрема сегмент молокопереробної продукції, характеризується значним рівнем цінової чутливості, залежністю від сировинної бази, регуляторним впливом та обмеженими можливостями швидкої структурної адаптації. За таких умов універсальні моделі оцінювання конкурентоспроможності, які орієнтовані на високотехнологічні або сервісні послуги, не повною мірою відповідають специфіці аналізу переробного сектору агропродовольчого комплексу. Це зумовлює необхідність виокремлення специфічних детермінант, які визначають конкурентні позиції саме молокопереробних компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика формування конкурентних позицій компаній на продовольчих ринках широко представлена в сучасних наукових дослідженнях, які охоплюють як загальнотеретичні підходи до аналізу конкуренції, так і прикладні аспекти оцінювання результатів діяльності компаній, які працюють в галузі харчової промисловості. У фокусі уваги більшості наукових розробок перебувають питання конкурентоспроможності, ефективності використання ресурсів, ринкової стійкості та факторів впливу на фінансові результати компаній харчової галузі. Вивчення детермінант, які формують конкурентні переваги на ринках в наукових працях сучасних дослідників розглядаються в розрізі формування стратегічних переваг, забезпечення сталого розвитку та цифрових трансформацій [1-3]. В. Перебийніс, Ж. Кононенко, Г. Карнаухова серед основних детермінант, що формують конкурентні пере-

ваги, визначають інвестиції в дослідження, підтримку високої якості продукції, інвестування в рекламу, укладання стратегічних партнерств, активну взаємодію з клієнтами, ефективне управління витратами, гнучке оперативне реагування [1, с. 27]. Н. Резнікова, В. Вовк, Л. Птащенко акцентують увагу на цифровізації як важливому детермінанті конкурентних позицій [2]. Забезпечення та підвищення конкурентоспроможності компаній харчової галузі виступає важливим індикатором економічної сталості національної економіки. О. Коваленко, Л. Яценко підкреслюють, що без вирішення проблем сталого розвитку, що визначають високий рівень конкурентоспроможності харчової галузі, досягнення довгострокової продовольчої безпеки стає неможливим [4, с. 255]. Питання сталого розвитку невід'ємно пов'язані з інноваційно-орієнтованими підходами та інноваційно-інвестиційним забезпеченням модернізації харчової галузі, що розглядається в наукових доробках В. Лагодієнко, Л. Артеменко [5], О. Коваленка, Н. Коткової [6].

Поряд із питаннями стратегічного розвитку харчової галузі та продовольчих ринків, важливим аспектом досліджень є забезпечення стійкого конкурентного середовища (С. Волик [7]), запобігання недобросовісній конкуренції (Л. Євчук [8]), а також прикладні підходи до діагностики конкурентного середовища на переробних ринках (Л. Страшинська, С. Ткачук, Д. Худолій [9]).

У межах досліджень окрему увагу приділено молокопереробній галузі та конкурентним умовам на ринку молочних продуктів як базової складової агропродовольчого комплексу України. Зокрема, у працях С. Стахурської [11] та М. Місюка [12] розглядаються особливості функціонування ринку молочної продукції, її динаміка та значення для забезпечення потреб населення. С. Стахурська зазначає, що ринок молочної продукції України має значний потенціал не тільки для внутрішнього споживання, але й для експорту завдяки природним ресурсам та розвиненій галузі тваринництва [11, с. 106]. Питання асортименту молочної продукції, її якості та структури, висвітлено у працях Л. Івашиної, Л. Бишовець, О. Оліферчук. Автори як одну

із особливостей ринку молочної продукції виділяють те, що основну частину ринку становлять продукти вітчизняного виробництва [12, с. 17]. Це зумовлює високий рівень конкуренції саме між вітчизняними компаніями і актуальність питань забезпечення конкурентних позицій та формування продуманої маркетингової політики в боротьбі за увагу та прихильність споживачів. Маркетингові аспекти розвитку ринку молока та молочних продуктів, а також формування попиту на них проаналізовано І. Корманом, В. Лементовською, О. Семендою [13], а також Г. Разумової, О. Осомою та В. Гаражею [14].

Проведений аналіз наукових досліджень засвідчує системну увагу науковців до проблематики конкурентоспроможності підприємств харчової галузі та розвитку продовольчих ринків, зокрема ринку молочної продукції. Значна частина досліджень зосереджена на виявленні чинників формування конкурентних переваг, питаннях сталого розвитку в контексті конкурентоспроможності, прикладних аспектах діагностики конкурентного середовища на ринках продовольчих товарів.

Виділення невирішених раніше аспектів загальної проблеми. Водночас, попри значну кількість наукових досліджень питань конкурентоспроможності, низка аспектів формування конкурентних позицій молокопереробних компаній залишається дискусійною або недостатньо теоретично узагальненою. Це зумовлює необхідність критичного перегляду існуючих підходів і подальшого уточнення детермінант, релевантних для переробного сектору продовольчого ринку. Невирішеним залишається питання теоретичного узгодження результатів фінансово-економічної діяльності молокопереробних компаній із характеристиками їх конкурентних позицій на продовольчому ринку. Недостатньо систематизованими є підходи до виокремлення детермінант, які дозволяють інтерпретувати фінансові результати діяльності не лише як абсолютні показники діяльності компанії, але й як індикатори структури ринку, інтенсивності конкуренції та рівня конкурентного тиску. Відсутність єдиного теоретичного підходу до трактування цих взаємозв'язків ускладнює формування цілісного бачення конкурентного середовища молокопереробної галузі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є теоретичне обґрунтування системи детермінант конкурентних позицій молокопереробних компаній на продовольчому ринку з акцентом на фінан-

сово-економічні показники їх діяльності, яке полягає у формуванні концептуальної основи для подальших прикладних оцінок стану конкурентного середовища молокопереробної галузі та інтерпретації результатів діяльності як відносних характеристик ринкового позиціонування компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних дослідженнях конкуренції в агропродовольчому секторі відсутнє чітке розмежування понять «конкурентоспроможність», «ринкова стійкість» та «конкурентні позиції», що ускладнює коректну інтерпретацію результатів діяльності суб'єктів ринку. Водночас кожна категорія відображає різні аспекти взаємодії компаній із конкурентним середовищем і має власне аналітичне трактування та прикладне застосування (табл. 1).

Розмежування зазначених категорій має принципове значення для аналізу продовольчих ринків. Конкурентоспроможність доцільно використовувати для аналізу продовольчих ринків, визначаючи довгостроковий потенціал та підґрунтя сталого розвитку молокопереробних компаній, тоді як конкурентні позиції дозволяють оцінити поточний стан конкурентного середовища та розподіл сил між учасниками ринку. Ринкова стійкість як економічна категорія орієнтована на сталий розвиток, можливості утримання конкурентних позицій, забезпечення фінансової збалансованості та протидії зовнішнім негативним впливам. Наведене порівняння свідчить, що конкурентоспроможність, ринкова стійкість і конкурентна позиція відображають різні аналітичні виміри функціонування компаній у галузевому середовищі. Поряд із терміном «ринкова стійкість» у науковій літературі все частіше використовується термін «ринкова резильєнтність», який окреслюють як «комплексний набір стратегій, практик, механізмів, які забезпечують стійкість та ефективність бізнесу в умовах невизначеності та ринкового тиску» [15, с. 252]. Однак, у контексті означення ринкових позицій, для продовольчих ринків, зокрема ринку молокопереробної галузі, на думку авторів, найбільш інформативною як в аналітичному, так і прикладному аспектах, є категорія конкурентної позиції, оскільки вона безпосередньо відображає результати ринкової взаємодії та дозволяє здійснювати галузеві порівняння та узагальнення молокопереробних компаній.

У аналізі та визначенні конкурентного середовища і конкурентних позицій компаній на продовольчих ринках результати діяльності суб'єктів господарювання розгляда-

Таблиця 1

Порівняльна характеристика категорій «конкурентоспроможність», «ринкова стійкість» та «конкурентні позиції»

Критерій порівняння	Конкурентоспроможність	Ринкова стійкість	Конкурентні позиції
Економічна характеристика	Потенціал і здатність компанії до участі в конкурентній боротьбі	Здатність зберігати стабільність функціонування та відтворювати результати	Відносне місце компанії у конкурентному середовищі
Функціональна характеристика	Потенційна	Процесно-динамічна	Результативна
Часовий горизонт оцінювання	Переважно довгостроковий	Середньо- та довгостроковий	Поточний
Фокус аналізу	Ресурси, технології, управлінські та організаційні можливості	Адаптивність, стабільність, відтворюваність результатів	Порівняльні результати діяльності щодо інших учасників ринку
Характер оцінки	Переважно якісна	Комбінована	Переважно кількісна
Залежність від ринкової кон'юнктури	Опосередкована	Часткова	Безпосередня
Аналітичне призначення	Оцінка потенціалу розвитку та можливостей участі в конкурентній боротьбі	Оцінка здатності до тривалого функціонування	Визначення розподілу сил у конкурентному середовищі
Обмеження застосування	Не відображає фактичних ринкових результатів	Не визначає відносного місця серед конкурентів	Не дає повної оцінки довгострокових перспектив та стабільності
Доцільність застосування на продовольчих ринках України	Обмежена через стандартизацію продукції	Достатня адаптованість	Висока адаптованість

Джерело: сформовано авторами на основі [1, с. 26; 2, с. 424; 5, с. 91-92; 9; 15, с. 251-252]

ються як узагальнене відображення ринкової взаємодії між виробниками, споживачами та інституційним середовищем.

Фінансово-економічні показники діяльності, зокрема собівартість, чиста виручка від реалізації, валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, чистий прибуток, фіксують результати функціонування компаній у конкретних умовах попиту, цінового тиску, ресурсних обмежень і конкурентної поведінки інших учасників ринку. Ці показники акумулюють вплив технологічного рівня, організації виробництва, структури витрат, масштабів діяльності та ринкової кон'юнктури. Логіка переходу від індивідуальних результатів до узагальнених характеристик стану ринку ґрунтується на порівняльному підході. Сукупність фінансових результатів компаній, які функціонують у одному галузевому сегменті, формує

розподіл прибутковості та оцінку ефективності компаній, що відображає структурні особливості ринку. Концентрація чистої виручки від реалізації та чистого прибутку у невеликій групі суб'єктів свідчить про асиметрію конкурентних позицій, тоді як відносно рівномірний розподіл результатів може інтерпретуватися як ознака більш інтенсивної конкуренції та відсутності високих бар'єрів виходу на ринок.

Особливого значення набуває інтерпретація співвідношення між витратами та результатами діяльності. Рівень собівартості та його варіація між компаніями відображаються технологічну неоднорідність та різні можливості доступу компаній до ресурсів у галузі. Водночас динаміка чистої виручки від реалізації характеризує масштаби ринкової присутності, а чистий прибуток – здатність компаній реалізовувати конкурентні переваги в умовах існу-

ючого цінового тиску. У сукупності ці показники дозволяють сформувати уявлення про структуру галузевого середовища та характер конкурентної взаємодії (табл. 2).

Водночас використання фінансових результатів для оцінювання стану ринку має низку теоретичних обмежень. По-перше, такі показники не відображають фізичних обсягів виробництва та споживання, що унеможливає безпосереднє визначення часток ринку. По-друге, фінансові результати є чутливими до облікової політики та разових чинників. Це потребує додаткових досліджень та врахування змін зовнішніх умов у трактуванні показників. По-третє, вони не дозволяють обґрунтовано оцінити поведінкові аспекти конкуренції та споживчі переваги.

Попри зазначені обмеження, для переробних, зокрема продовольчих, запропонований підхід має теоретичне значення: в умовах високої цінової чутливості попиту, стандартизованої продукції та обмеженої структурної гнучкості саме результати діяльності компаній найбільш повно відображають реальний стан конкурентного середовища. Це дозволяє використовувати фінансово-економічні показники як теоретичну основу для оцінювання стану молокопереробної галузі та подальшого визначення типу конкуренції.

Формування конкурентних позицій молокопереробних компаній відбувається під впливом сукупності чинників, які визначають здатність компаній досягати відносно вищих

результатів у межах галузевого середовища. З теоретичної точки зору такі чинники розглядаються як детермінанти конкурентних позицій, тобто умови та параметри, що зумовлюють фактичне місце компанії у структурі ринку.

Узагальнено детермінанти конкурентних позицій можуть бути поділені на внутрішні та зовнішні. Внутрішні детермінанти пов'язані з особливостями організації діяльності компанії, технологічним рівнем виробництва, структурою витрат, управлінськими рішеннями та ефективністю використання ресурсів. Саме вони формують базу для досягнення певних фінансово-економічних результатів і безпосередньо впливають на показники собівартості, валового прибутку та прибутку від операційної діяльності. Зовнішні детермінанти відображають умови функціонування компаній у межах ринку і включають такі елементи, як рівень конкуренції, цінову кон'юнктуру, стан сировинної бази, регуляторне середовище та платоспроможний попит.

Використання зазначених фінансово-економічних показників у порівняльному вимірі дозволяє інтерпретувати конкурентні позиції компаній не в абсолютному, а у відносному контексті, що принципове значення для галузевого аналізу. Розподіл прибутковості та виручки між компаніями відображає структуру галузевого середовища, рівень концентрації та асиметрію конкурентних позицій. Таким чином, фінансові результати виступають не лише наслідком діяльності окремих суб'єктів,

Таблиця 2

Фінансово-економічні результати як індикатори галузевого середовища

Фінансово-економічний показник	Застосування у ринковому аналізі	Галузева інтерпретація результатів
Собівартість продукції	Характеристика витратної бази та цінового тиску	Рівень технологічної ефективності, межі цінової конкуренції
Валовий прибуток	Первинний результат виробничо-цінової взаємодії	Здатність забезпечувати достатню прибутковість у межах галузевих цін
Прибуток від операційної діяльності	Оцінка ефективності операційної моделі	Стійкість бізнес-моделі в конкурентному середовищі
Чиста виручка від реалізації	Характеристика масштабу та інтенсивності ринкової присутності	Концентрація ринку, розподіл обсягів реалізації
Чистий прибуток	Узагальнене відображення конкурентної взаємодії	Реалізація конкурентних переваг, асиметрія конкурентних позицій
Розподіл фінансових результатів між компаніями	Інтегральна характеристика стану галузевого середовища	Тип конкуренції, ступінь ринкової концентрації

Джерело: сформовано авторами

а й агрегованими індикаторами стану галузевого ринку.

Водночас універсальність застосування таких підходів обмежується галузевими особливостями молокопереробної галузі. Висока цінова чутливість попиту, стандартизованість продукції, залежність від сировинної бази та обмежені можливості диференціації зумовлюють домінування витратних і масштабних чинників виробництва у формуванні конкурентних позицій. Це знижує аналітичну придатність ресурсних моделей, орієнтованих на нематеріальні активи або інноваційні стратегії, які ефективні для інших секторів економіки.

Детермінанти конкурентних позицій визначають не лише поточні позиції, але насамперед, перспективи сталого довгострокового розвитку. Проводячи їх систематизацію, Н. Резнікова, В. Вовк, Л. Птащенко виділяють серед основних детермінант конкурентних позицій інноваційну спроможність, людський капітал, технологічний розвиток і цифрові-

зацію, інституційне середовище, доступ до фінансових ресурсів, розвинену інфраструктуру, репутаційний капітал [2, с. 424]. Також серед детермінант конкурентоспроможності зазначають інвестиції в дослідження та розвиток, якість продукції, інвестування в рекламу, маркетинг та імідж, стратегічні партнерства, ефективне управління витратами [1, с. 27]. Отже, класифікація детермінант конкурентних позицій молокопереробних компаній має ґрунтуватися на поєднанні внутрішніх і зовнішніх чинників із акцентом на фінансово-економічні результати як відносні індикатори конкурентного позиціонування. Такий підхід дозволяє адекватно врахувати специфіку продовольчих і переробних ринків і створює теоретичне підґрунтя для подальшого аналізу стану галузевого середовища й типу конкуренції (табл. 3).

Запропонована модель детермінант конкурентних позицій молокопереробних компаній має ієрархічну причинно-наслідкову структуру

Таблиця 3

Ієрархічна модель детермінант конкурентних позицій молокопереробних підприємств

Рівень моделі	Група детермінант	Зміст	Показники реалізації	Аналітичне призначення
I. Умови формування	Внутрішні	Технологічний рівень, структура витрат, організація операційної діяльності, масштаб виробництва	Собівартість, валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, організаційна структура	Визначення внутрішніх меж ефективності
	Зовнішні	Цінова кон'юнктура, стан сировинної бази, рівень конкуренції, регуляторне середовище	Опосередковано через фінансові результати	Формування ринкових обмежень і конкурентного середовища
II. Результативний рівень	Фінансово-економічні результати	Реалізація внутрішнього потенціалу в ринкових умовах	Чиста виручка від реалізації, собівартість, прибуток від операційної діяльності, чистий прибуток	Відносні індикатори конкурентного позиціонування
III. Вихідний результат	Конкурентні позиції	Фактичне місце компанії у галузевому середовищі	Ранжування за результатами діяльності	Визначення асиметрії, концентрації конкуренції
IV. Галузеві узагальнення	Стан і тип конкуренції	Сукупний результат взаємодії суб'єктів ринку	Розподіл доходів та прибутків	Оцінка стану ринку та інтенсивності конкуренції

Джерело: сформовано авторами на основі [1, с. 26; 2, с. 424; 5, с. 92; 15, с. 253-254]

та складається з чотирьох логічно пов'язаних блоків:

– На першому рівні формуються умови конкурентної взаємодії, що включають внутрішні детермінанти діяльності (технологічний рівень, структура витрат, організація операційних процесів) та зовнішні детермінанти, що визначають рамки функціонування компаній на продовольчому ринку (цінова кон'юнктура, сировинна база, регуляторні обмеження).

– На другому рівні відображається результат реалізації зазначених умов у формі фінансово-економічних результатів діяльності. Саме на цьому рівні внутрішні та зовнішні детермінанти трансформуються у вимірювані показники, зокрема собівартість, валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, чисту виручку та чистий прибуток, які виступають відносними індикаторами конкурентного позиціонування.

– На третьому рівні здійснюється порівняльна інтерпретація фінансово-економічних результатів між компаніями, унаслідок чого формується конкурентна позиція конкретної компанії як відносно місце у галузевому середовищі.

– На четвертому рівні забезпечується перехід від індивідуальних конкурентних позицій до галузевих узагальнень, що дозволяє оцінити стан ринку молокопереробної продукції та ідентифікувати домінуючий тип конкуренції.

Запропонована модель детермінант конкурентних позицій молокопереробних компаній базується на інтерпретації фінансово-економічних результатів діяльності як відносних індикаторів конкурентного позиціонування, що зумовлює низку методичних обмежень застосування моделі. Модель не враховує фізичні обсяги виробництва та реалізації продукції, що обмежує можливість прямого визначення часток ринку окремих компаній. Фінансові показники є чутливими до облікової політики, а також до змін податкового законодавства, що може впливати на порівняльність результатів. Модель фіксує підсумкові результати конкурентної взаємодії, але не дозволяє безпосередньо оцінити поведінкові складові кон-

куренції, серед яких важливими є цінові стратегії або маркетингові інструменти. Крім того, у межах моделі не деталізуються регіональні особливості функціонування молокопереробних компаній, що може істотно впливати на рівень і структуру витрат. Зазначені обмеження слід врахувати при інтерпретації отриманих висновків та розглядати як напрями її подальшого розвитку моделі.

Висновки. Отже, у дослідженні уточнено теоретичні підходи до аналізу конкурентних позицій молокопереробних компаній на продовольчому ринку та обґрунтувати доцільність розгляду конкурентних позицій як самостійної аналітичної категорії. У результаті теоретичного узагальнення уточнено зміст і аналітичні межі понять конкурентоспроможності, ринкової стійкості та конкурентних позицій, що забезпечує послідовного трактування результатів діяльності компаній залежно від цілей і часових горизонтів аналізу. Показано, що орієнтація виключно на потенційні можливості або довгострокову стабільність не дозволяє повною мірою відобразити реальний розподіл ринкових сил між учасниками у галузевому середовищі. Обґрунтовано використання фінансово-економічних результатів діяльності для інтерпретації конкурентних позицій у відносному порівняльному вимірі. Запропонований підхід дає змогу перейти від аналізу окремих показників ефективності до узагальненої оцінки структури ринку, рівня концентрації та асиметрії конкурентних позицій між учасниками. Запропонована ієрархічна модель детермінант конкурентних позицій узгоджує внутрішні характеристики діяльності компаній із зовнішніми умовами функціонування та результативним рівнем оцінювання, у результаті чого формується цілісна система оцінювання конкурентного середовища. Отримані результати мають теоретичне значення для подальшого розвитку підходів до дослідження конкурентних процесів у молокопереробній галузі та можуть слугувати основою для масштабування аналітичних моделей з урахуванням динамічних і регіональних аспектів розвитку продовольчих ринків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Перебийніс В. І., Кононенко Ж. А., Карнаухова Г. В. Конкурентні переваги суб'єктів господарювання: формування, моделювання, детермінанти. *Інфраструктура ринку*. 2024. № 78. С. 25-29. URL: <https://doi.org/10.32782/infrastruct78-5> (дата звернення: 22.12.2025).
2. Резнікова Н. В., Вовк В. А., Птащенко Л. В. Конкуренція в цифрову епоху: стратегічні детермінанти конкурентоспроможності. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2025. № 2(16). URL: <https://doi.org/10.32750/2025-0239> (дата звернення: 22.12.2025).

3. Вітько Д. О. Детермінанти конкурентоспроможності компаній на аграрних ринках ЄС. *Інвестиції: практика і досвід*. 2018. № 6. С. 28-32. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5990&i=4> (дата звернення: 22.12.2025).
4. Коваленко О. В., Яценко Л. О. Конкурентоспроможність харчової промисловості для сталого розвитку економіки: критерії та напрями підвищення. *Продовольчі ресурси*. 2021. Т. 9. № 16. С. 254-266. URL: <https://doi.org/10.31073/foodresources2021-16-24> (дата звернення: 22.12.2025).
5. Лагодієнко В. В., Артеменко Л. П. Інноваційно-орієнтована стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Т. 8. № 2. С. 89-95.
6. Коваленко О. В., Коткова Н. С. Інноваційно-інвестиційне забезпечення технічної модернізації як основа зростання конкурентоспроможності харчової промисловості. *Продовольчі ресурси*. 2020. № 14. URL: <https://doi.org/10.31073/foodresources2020-14-24> (дата звернення: 22.12.2025).
7. Волик С. Ключові аспекти трансформації характеру конкуренції на українських ринках продовольчих товарів. *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2023. № 12(190). С. 16-31.
8. Євчук Л. А. Недобросовісна конкуренція на ринку продажу продовольчої продукції: тенденції та негативні наслідки для товаровиробників. *Підприємництво, торгівля та біржова діяльність*. 2023. № 2 (104). С. 94-100.
9. Страшинська Л. В., Ткачук С. В., Худолій Д. Ю. Діагностика конкурентного середовища на вітчизняних продовольчих ринках. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 61. С. 37-43. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.61-6> (дата звернення: 24.12.2025).
10. Стахурська С. В. Дослідження ринку молочної продукції. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2023. № 2(13). С. 102-109.
11. Місюк М. В., Заходим М. В. Розвиток ринку молока в контексті забезпечення продовольчої безпеки країни. *Економіка АПК*. 2021. № 1. С. 34-43.
12. Івашина Л., Бишовець Л., Оліферчук О. Ринок молочної продукції в Україні: асортимент та якість. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. 2024. № 4(14). С. 16-24.
13. Корман І. І., Лементовська В. А., Семенда О. В. Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. *Економіка та держава*. 2022. № 4. С. 62-68.
14. Разумова Г. В., Оскома О. В., Гаража В. І. Формування попиту на ринку молочної продукції України. *Економіка та держава*. 2022. № 2. С. 63-67.
15. Савицька Н. Л., Пахуча Е. В. Ринкова резильєнтність бізнесу: теоретичний конструкт. *БізнесІнформ*. 2024. № 2. С. 244-257.

REFERENCES:

1. Perebyinis V. I., Kononenko Zh. A., Karnaukhova H. V. (2024) Konkurentni perevahy subiektiv hospodariuvannia: formuvannia, modeliuvannia, determinanty [Competitive advantages of business entities: formation, modelling, determinants]. *Infrastruktura rynku – Market infrastructure*, vol. 78, pp. 25-29. Available at: <https://doi.org/10.32782/infrastruct78-5> (accessed December 22, 2025).
2. Reznikova N. V., Vovk V. A., Ptashchenko L. V. (2025) Konkurentsia v tsyfrovi epokhu: stratehichni determinanty konkurentospromozhnosti [Competition in the digital age: strategic determinants of competitiveness]. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*, vol. 2(16). Available at: <https://doi.org/10.32750/2025-0239> (accessed December 22, 2025).
3. Vitko D. O. (2018) Determinanty konkurentospromozhnosti kompanii na ahrarnykh rynkakh YeS [Determinants of companies' competitiveness at the agriproducts markets of EU]. *Investytsii: praktyka i dosvid – Investments: practice and experience*, vol. 6, pp. 28-32. Available at: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5990&i=4> (accessed December 22, 2025).
4. Kovalenko O. V., Yashchenko L. O. (2021) Konkurentospromozhnist kharchovoi promyslovosti dlia staloho rozvytku ekonomiky: kryterii ta napriamy pidvyshchennia [Competitiveness of the food industry for sustainable economic development: criteria and directions for increasing]. *Prodovolchi resursy – Food Resources*, vol. 16, p. 254-266. Available at: <https://doi.org/10.31073/foodresources2021-16-24> (accessed December 22, 2025).
5. Lahodiienko V. V., Artemenko L. P. (2023) Innovatsiino-oriientovana stratehiia pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv kharchovoi promyslovosti [Innovation-oriented strategy for increasing the competitiveness of food industry enterprises]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky – Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*, vol. 8, № 2, pp. 89-95.

6. Kovalenko O. V., Kotkova N. S. (2020) Innovatsiino-investytsiine zabezpechennia tekhnichnoi modernizatsii yak osnova zrostannia konkurentospromozhnosti kharchovoi promyslovosti [Innovation and investment provision for technical modernisation as the basis for the growth of the food industry competitiveness]. *Prodovolchi resursy – Food Resources*, vol. 14. Available at: <https://doi.org/10.31073/foodresources2020-14-24> (accessed December 22, 2025).
7. Volyk S. (2023) Kliuchovi aspekty transformatsii kharakteru konkurentsii na ukrainskykh rynkakh prodovolchykh tovariv [Key aspects of the transformation of the character of competition on Ukrainian food markets]. *Enerhozbezpechennia. Enerhetyka. Enerhoaudyt – Energy conservation. Energy. Energy audit*, vol. 12(190), pp. 16-31.
8. Yevchuk L. A. (2023) Nedobrosovistna konkurentsii na rynku prodazhu prodovolchoi produktsii: tendentsii ta nehatyvni naslidky dlia tovarovyrobnykiv [Unfair competition in the market for the sale of food products: trends and negative consequences for product manufacturers]. *Pidpryemnytstvo, torhivlia ta birzhova diialnist – Entrepreneurship, trade and stock exchange activities*, vol. 2 (104), pp. 94-100.
9. Strashynska L. V., Tkachuk S. V., Khudolii D. Yu. (2021) Diahnostyka konkurentnoho seredovyscha na vitchyznianskykh prodovolchykh rynkakh [Diagnostics of the competitive environment in domestic food markets]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black sea economic studies*, vol. 61, pp. 37-43. Available at: <https://doi.org/10.32843/bses.61-6> (accessed December 24, 2025).
10. Stakhurska S. V. (2023) Doslidzhennia rynku molochnoi produktsii [Research of the market of dairy products of Ukraine]. *Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen – Journal of Strategic Economic Research*, vol. 2(13), pp. 102-109.
11. Misiuk M. V., Zakhodym M. V. (2021) Rozvytok rynku moloka v konteksti zabezpechennia prodovolchoi bezpeky krainy [Development of the milk market in the context of ensuring the country's food security]. *Ekonomika APK – Agricultural economy*, vol. 1, pp. 34-43.
12. Ivashyna L., Byshovets L., Oliferchuk O. (2024) Rynok molochnoi produktsii v Ukraini: asortyment ta yakist [Dairy products market in Ukraine: range and quality]. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, vol. 4(14), pp. 16-24.
13. Korman I. I., Lementovska V. A., Semenda O. V. (2022) Marketynhove doslidzhennia rynku moloka ta molochnykh produktiv Ukrainy [Marketing research of the milk and dairy products market of Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and the state*, vol. 4, pp. 62-68.
14. Razumova H. V., Oskoma O. V., Harazha V. I. (2022) Formuvannia popytu na rynku molochnoi produktsii Ukrainy [Formation of the Demand in the market of dairy products of Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and the state*, vol. 2, pp. 63-67.
15. Savytska N. L., Pakhucha E. V. (2024) Rynkova rezylientnist biznesu: teoretychnyi konstrukt [Market Resilience of Business: A Theoretical Construct]. *Biznes Inform – Business Inform*, vol. 2, pp. 244-257.