

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-107>

УДК 65.012.32:339.5.009.12(076.6)

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

MANAGEMENT OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OFF THE ENTERPRISE

Касич Алла Олександрівнадоктор економічних наук, професор,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7019-1541>**Асцатрян Аніта Арташесівна**студентка,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1269-1318>**Kasych Alla, Astsatryan Anita**

Kyiv National University of Technologies and Design

У статті розкрито поняття «міжнародна конкурентоспроможність» ознаки та контекст, який його характеризує. Розглянуто міжнародну конкурентоспроможність підприємства з позиції відповідності діяльності підприємства вимогам міжнародних ринків та його основні детермінанти. Виокремлено основні методи аналізу конкурентоспроможності та представлені шляхи досягнення лідируючих позицій підприємств на міжнародному ринку. Проаналізовано зміни світової економіки через вплив пандемії та було виявлено формування бар'єрів, нових вимог та критеріїв, які потребують переосмислення основних критеріїв та переоцінювання бізнес-моделі конкурентоспроможності у більш посиленому режимі. Визначено, що комплексний підхід до управління підвищить якість та продуктивність, що вважається важливим фактором для досягнення переваг в області ефективності, адаптації до технологічних змін та конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство, управління, міжнародна конкурентоспроможність, переваги, конкуренція.

В статье раскрыто понятие "международная конкурентоспособность" признаки и контекст, который его характеризует. Рассмотрена международная конкурентоспособность предприятия с позиции соответствия деятельности предприятия требованиям международных рынков и его основные детерминанты. Выделены основные методы анализа конкурентоспособности и представленные пути достижения лидирующих позиций предприятий на международном рынке. Проанализированы изменения мировой экономики через влияние пандемии и было выявлено формирование барьеров, новых требований и критериев, которые нуждаются переосмысления основных критериев и переоценки бизнес-модели конкурентоспособности в более усиленном режиме. Определенно, что комплексный подход к управлению повысит качество и производительность, которая считается важным фактором для достижения преимуществ в области эффективности, адаптации к технологическим изменениям и конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, управление, международная конкурентоспособность, преимущества, конкуренция.

The article reveals the concept of "international competitiveness", signs and characterizing its context. Summarizing the existing approaches formulated by various scientists on the interpretation of international competitiveness, the main characteristics of this concept, defining the target objectives of enterprise international competitiveness management, such as: the formation and implementation of competitive advantages, taking into account the requirements of international markets, as well as achieving efficiency in international markets were highlighted. The basis of ensuring effective management of international competitiveness of the enterprise should be information, for the formation and processing of which a number of methods of analysis, reflected in the article, are used. The international competitiveness of the enterprise from the position of compliance of enterprise activities to the requirements of international markets was considered. The competitiveness management process from the position of formation, development and realization of competitive advantages was studied. The basic factors which form com-

petitive advantages in the international market, taking into account influence on the enterprise and determinants of international competitiveness have been revealed. Analyzed the changes of the world economy through the impact of the pandemic, the level of Ukrainian enterprises in foreign markets and identified the formation of barriers, new requirements and criteria that require rethinking the basic criteria and reassess business model of competitiveness in a more enhanced mode. Ways to achieve international market leadership are presented and it is determined that a strong management approach will enhance quality and productivity, which is considered an important factor in achieving efficiency gains, adapting to technological change and competitiveness. Key factors of international competitiveness in today's environment: technological leadership and innovation created by a skilled workforce, which requires further research given the importance for Ukrainian enterprises.

Keywords: competitiveness, enterprise, management, international competitiveness, advantages, competition.

Постановка проблеми. Концепція конкурентоспроможності як філософія розвитку бізнесу у сучасних умовах передбачає комплексне та системне вивчення процесу управління конкурентоспроможністю підприємства з позицій формування, розвитку та реалізації конкурентних переваг підприємства з урахуванням вимог місцевих, регіональних та глобальних ринків. Конкурентоспроможність розглядається на багатьох рівнях, однак без конкурентоспроможності підприємств дуже складно вибудувати конкурентоспроможну економіку країни. Українські підприємства впродовж останніх років частково втрачають зовнішні ринки [1], основою причиною чого є низький рівень міжнародної конкурентоспроможності.

В сучасних умовах для бізнесу вихід на зовнішні ринки є важливою умовою розвитку, а це в свою чергу вимагає врахування вимог глобальних ринків. Крім того, в умовах торговельної лібералізації вплив міжнародної конкуренції відчувають і фірми, які на внутрішньому ринку конкурують з іноземними компаніями.

Глобалізація та зміни у світовій економіці за останні роки поставили нові завдання перед фірмами, галузями та країнами щодо підвищення рівня конкурентоспроможності.

Реалізація концепції конкурентоспроможності потребує динамічного реагування на ті зміни, які спостерігаються, в тому числі, впродовж останніх двох років. Вплив пандемії на світову економіку проявився у падінні глобального ВВП на 4,3% в 2020 році. Падіння обсягів торгівлі товарами в 2020 році за оцінками UNCTAD [9] не досягнуло значення 2009 року, однак падіння обсягів торгівлі послугами було навіть масштабнішим. Пандемія не змінила глобальну торгівлю назавжди, але вона спричинила на 1-2 роки тренди, на подолання яких знадобиться 10-20 років [18]. Вплив пандемії по різному вплинув на різні групи країн, різні сектори економіки та підприємства. За таких умов питання міжнародної конкурентоспроможності знову потребують осмислення, як з

концептуальних позицій, так і в розрізі практичної імплементації в умовах зростання тих чи інших загроз.

На ринках товарної продукції вплив глобалізації проявляється у формуванні бар'єрів та стимулів, вимог та критеріїв, врахування яких є основою конкурентоспроможності та визначення напрямів розвитку внутрішнього потенціалу підприємств, які здійснюють діяльність за зовнішніх ринках. Глобалізація визначає необхідність врахування вимог не окремих національних ринків, а уніфікованих характеристик, що виключає можливості пошуку ринків, які б суттєво відрізнялись від світового.

Новим викликом з точки зору управління міжнародною конкурентоспроможністю стала пандемія. Вплив COVID-19 спонукає міжнародні компанії переосмислити свої основні компетенції, шукати нові можливості та переоцінювати бізнес-моделі конкурентоспроможності більш інтенсивно та вчасно.

За таких умов увага до розвитку тих чинників, які формують міжнародну конкурентоспроможність, зокрема інновацій, технологічних трансформацій, зростає та набуває ще більшого значення. Відповідно актуальність даної проблеми полягає в тому, що світ переживає швидке зростання та зміни, і для того, щоб компанія могла конкурувати кваліфіковано на міжнародній арені, вона повинна виявити та виключити недоліки своєї діяльності та досягти певних конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню поняття міжнародної конкурентоспроможності було присвячено багато робіт таких фахівців як Фагерберг Дж. [10] і Сарікобан Б. [16], які мали спільну думку та оцінювали міжнародну конкурентоспроможність як рівень здатності здійснювати продажі на міжнародних ринках за умов вільного ринку надання послуг і продуктів, що виробляються за рахунок підтримки рівня доходів громадян країни на стійким способом. Медсен Т. Л. і Уокер Г. [13], у свою чергу, обґрунтовували поняття як взаємний стан трейдерів або про-

мисловців, які намагаються залучити клієнтів з більш вигідними цінами, кращими умовами продажу або кращою якістю постачання.

При розробці стратегій управління та бізнесу Кругман П. [12] стверджує, що оцінка визначальних факторів конкуренції для фірми більш очевидна, ніж оцінка міжнародної конкурентоздатності. З чим не згодні Сноудон Б. і Стоунхаус Дж. [17] які оцінюють міжнародну конкуренцію як успіх послуг в умовах виробничих і збутових обмежень і бар'єрів. Вивчаючи це ж саме питання Портер М. [14] стверджує, що конкуренція на рівні фірми відіграватиме ефективну роль у міжнародній конкурентоспроможності і приписує розробку стратегії міжнародного лідерства, особливо інноваційного потенціалу та динаміки технологій.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В той же час, специфіка управління та покращення міжнародної конкурентоспроможності підприємства потребують додаткового дослідження із урахуванням динаміки розвитку міжнародного ринку та існуючих викликів.

Формулювання цілей статті. Метою статті є узагальнення теоретичних та методичних підходів до дослідження міжнародної конкурентоспроможності з позицій визначення основних підсистем управління виявлення можливостей підприємств підвищити конкурентоздатність на міжнародній арені у сучасних умовах бурхливого зростання та змін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність як комплексна характеристика діяльності підприємства характеризує його позиції відносно інших підприємств-конкурентів з урахуванням тих чи інших критеріїв. Ключова мета управління конкурентоспроможністю полягає у забезпеченні стійких довгострокових позицій на ринку за рахунок збільшення частки на ринку, основою чого є розвиток тих характеристик, які є ключовими на ринку даного виду продукції. Враховуючи той факт, що глобалізація ринків призводить до уніфікації вимог до виробників, значна кількість підприємств навіть якщо вони не є експортерами, відчувають вимоги з боку міжнародної конкуренції, а отже в процесі дослідження конкурентоспроможності необхідно розуміти закономірності управління міжнародною конкурентоспроможністю. Саме тому, доцільно розглянути міжнародну конкурентоспроможність підприємства з позиції відповідності результатів діяльності підприємства вимогам міжнародних ринків, ураху-

ваючи основні чинники, які формують конкурентні переваги на міжнародному ринку. Щоб отримати більш глибоке розуміння поняття «міжнародна конкурентоспроможність», слід розглянути існуючі підходи (табл. 1).

Узагальнюючи існуючі підходи, сформульовані різними вченими щодо тлумачення міжнародної конкурентоспроможності, слід виокремити такі основні характеристики даного поняття, які й визначають цільові завдання управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: спроможність підприємства вести конкурентну боротьбу на світовому ринку; формування та реалізація конкурентних переваг з урахуванням вимог міжнародних ринків; досягнення ефективності на міжнародних ринках.

Міжнародна конкурентоспроможність є найвищим рівнем прояву конкурентоспроможності, оскільки конкурентоспроможне на світовому ринку підприємство – це підприємство, яке не лише здатне вести боротьбу на рівні найкращих практик та найвищих значень показників, а в окремих випадках й визначати ці тренди у галузі та на світовому ринку в цілому. За таких умов, міжнародну конкурентоспроможність доцільно трактувати як спроможність підприємства на основі постійного розвитку внутрішнього стратегічного потенціалу формувати переваги, які вирізняють компанію на світовому ринку, та забезпечують їй стійкі ринкові позиції.

Основою забезпечення ефективного управління міжнародною конкурентоспроможністю має стати інформація, для формування та обробки якої використовується ціла низка методів аналізу (табл. 2).

Серед методик оцінки конкурентоспроможності найчастіше використовують аналітичні, матричні методи та методи експертних оцінок. Кожна група методів має свої як переваги, так і недоліки.

На думку багатьох авторів, в даний час відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності, оскільки швидкі зміни зовнішньої середовища викликають появу нових методів та підходів. Кожна методика має обмеження щодо застосування. Тому їх необхідно адаптувати до умов конкретної організації, етапу розвитку, рівня міжнародної інтеграції.

На практиці представлені методи використовуються у комплексі та доповнюють один одного, дозволяючи провести всебічний аналіз такого складного процесу як формування конкурентоспроможності. У випадку аналізу

Таблиця 1

Визначення поняття «міжнародна конкурентоспроможність» з поглядів економістів

Автор	Визначення	Ознака
Раду Ч., Катанет А. [15]	Міжнародна конкурентоспроможність – це здатність фірми конкурувати на міжнародних ринках.	Ведення конкурентної боротьби на світових ринках
Колесник Ю.В. [4]	Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства створювати та реалізовувати продукцію, цінові й нецінові якості якої більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів на зовнішньому ринку.	Формування та реалізація конкурентних переваг
Майер Дж. [5]	Міжнародна конкурентоспроможність – порівняльна (зі змінами провідних конкурентів і ринків) та системно виявлена, що формується, розвивається зсередини стійка здатність товаровиробника до комплексного нарощування власних конкурентних переваг для прискореного й економічного забезпечення міжнародної переваги та планомірного випередження лідерів світового ринку на користь більш повного задоволення матеріальних і соціальних потреб (працівників, споживачів, інвесторів, власників).	Забезпечення міжнародної переваги
Сіваченко І.Ю. [7]	Міжнародна конкурентоспроможність – це здатність підприємства ефективно функціонувати на зовнішньому ринку, а також можливість досягнення ефективної фінансово-господарської, зовнішньоекономічної діяльності і лідируючих позицій в умовах конкурентного середовища	Досягнення ефективності на міжнародних ринках
Угрюмова Е.В. [8]	Міжнародна конкурентоспроможність – це: – продуктивне й ефективно використання ресурсів із погляду міжнародного поділу праці; – здатність національних підприємств виробляти продукцію, яка відповідає міжнародним потребам, в умовах вільної конкуренції.	Враховання вимог міжнародних ринків
Козак Ю.Г., Уханова І.О., інші [3]	Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – це відносне поняття і комплексна характеристика, яка може мати різний рівень. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства буде тим вищою, чим кращими є його результати на міжнародних (глобальних) ринках.	Багаторівневий підхід. Результативність на міжнародних ринках критерії міжнародної конкурентоспроможності

міжнародної конкурентоспроможності аналіз ускладнюється з причин, неспівставності інформації, труднощів у її формуванні, врахуванні всіх особливостей діяльності підприємств на світовому ринку.

Рівень конкурентоспроможності є важливим індикатором участі підприємства у міжнародній конкуренції: потужні позиції на ринку, випередження конкурентів за характеристиками продукції дозволяє компанії провадити активну міжнародну діяльність. І навпаки, відсутність комплексного підходу до управління міжнародною конкурентоспроможністю призводить до пасивної експортної діяльності та слідування за лідерами.

Наступне важливе завдання визначення переліку чинників, які по-перше, впливають конкурентоспроможність в цілому; по-друге,

є критичними для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності. В науковій літературі [2; 7; 8; 15] досить детально визначають чинники конкурентоспроможності, які традиційно групують у розрізі зовнішні та внутрішні (рис. 1).

Конкурентоспроможність визначається багатьма факторами (рис. 1), які з урахуванням впливу на підприємство традиційно поділяють на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів відносяться ступінь конкурентоспроможності ринку, ціна, попит та пропозиція, платоспроможність населення, стандартизація та сертифікація, протекціоністська політика щодо вітчизняних виробників, природно-кліматичні умови, до внутрішніх – якість продукції або послуги, собівартість, технологія, організація та управління виробництвом, маркетинг, про-

Таблиця 2

Методи аналізу міжнародної конкурентоспроможності

Аналітичні методи	
<p>(оцінка на основі розрахунку частки ринку, споживчої вартості, конкурентоспроможності продукції (за окремими показниками: економічними, технічними чи технологічними, з позицій відповідності нормам та стандартам), показників ефективності, модель Розенберга, метод інтегрального показника)</p> <p>Передбачають розрахунок часткових, фрагментарних чи узагальнених (індексних) показників, які характеризують конкурентоспроможність у розрізі окремих характеристик чи у комплексі.</p>	
Переваги	Недоліки
Дозволяють провести об'єктивну оцінку конкурентоспроможності та є основою прогнозування показників конкурентоспроможності.	Розрахунок фрагментарних показників дозволяє оцінити лише окремий аспект конкурентоспроможності.
Методи експертної рейтингової оцінки (багатокутник конкурентоспроможності, SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, метод експертного оцінювання)	
передбачає складання рейтингу підприємств, відібраних за певною ознакою чи ознаками на підставі зацікавленості менеджменту підприємства; дозволяє комплексно та узагальнено проаналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище.	
Переваги	Недоліки
дозволяє провести порівняльний аналіз декількох підприємств за певними показниками.	суб'єктивний характер оцінювання, використання відносних рейтингових показників.
Матричні методи (матриця БКГ, матриця Портера, матриця «привабливість ринку/конкурентоспроможність» (модель GE/Mc Kinsey), матриця «привабливість галузі/конкурентоспроможність» (модель Shell/DPM)).	
Грунтуються на якісній маркетинговій оцінці діяльності компанії і пропонованих нею товарів і послуг. В основу таких методів покладено скрупульозний аналіз спроможності підприємства конкурувати з іншими виробниками. Крім того, обов'язково враховується життєвий цикл продукції, яку випускає компанія.	
Переваги	Недоліки
дозволяє забезпечити високу адекватність оцінки, мають високий рівень візуалізації результатів.	виключає проведення аналізу причин того, що відбувається і ускладнює вироблення управлінських рішень, а також вимагає наявності достовірної маркетингової інформації, що спричиняє необхідність відповідних досліджень та впровадженні інноваційних рішень.

Джерело: складено авторами за даними [2, 3, 6, 11]

дуктова диференціація, інноваційна діяльність, фінансове становище підприємства.

Ідентифікація чинників конкурентоспроможності відіграють важливу роль у визначенні та реалізації правильної політики у цій сфері та є основою розробки відповідної стратегії конкурентоспроможності. Враховуючи той факт, що міжнародна конкуренція у сучасних умовах відбувається на основі високих чинників, то й компаніям слід орієнтуватись на розвиток тих внутрішніх складових, які забезпечують їх формування на довгостроковій основі. Перевага за ціною не забезпечує тривалих переваг, тоді, коли нецінові характеристики є джерелом конкурентоспроможності, яку складно імітувати в довгостроковій перспективі.

Так, у роботі Раду Ч. та Катанет А. [15] зазначається, що є п'ять основних складових успіху фірми на міжнародному рівні:

- місія, в якій відображається прихильність компанії до міжнародної діяльності;
- здатність швидко визначати та пристосуватись до потреб споживачів;
- здатність розуміти поведінку споживачів у різних країнах;
- здатність розробляти та випускати конкурентоспроможну продукцію;
- потужний потенціал та алгоритм визначення потенційних ринків збуту.

Беручи за основу цей підхід слід зазначити, що досягнення високого рівня міжнародної конкурентоспроможності можливе лише за умов застосування ефективного управління,

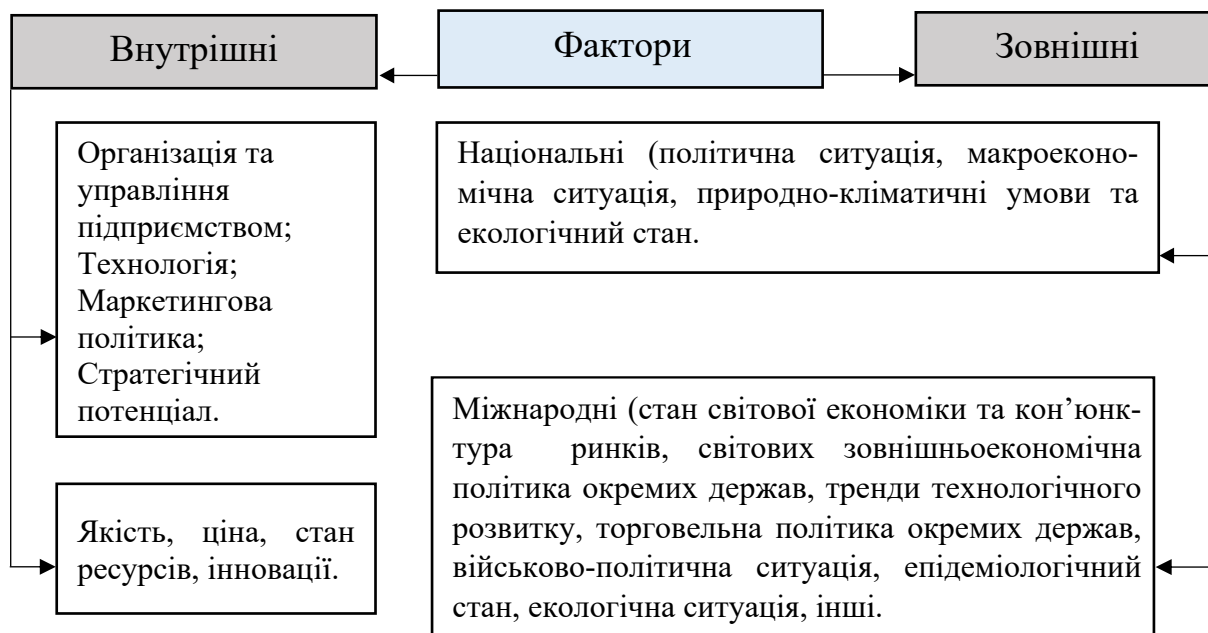


Рис. 1. Фактори міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Джерело: складено авторами за [2; 7; 8; 15]



Рис. 2. Підсистеми управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: розробка авторів

що включає сукупність організаційної структури, процесів, технологій, наявність ресурсів, необхідних для створення і реалізації умов, які сприятимуть створенню конкурентних переваг. Управління зазначеними елементами відбувається в рамках підсистеми управління міжнародною конкурентоспроможністю, яка має бути імплементована в загальну систему корпоративного управління (рис. 2).

Виокремлені підсистеми дозволяють здійснювати процес управління міжнародною конкурентоспроможністю на основі комплексного підходу з орієнтацією на: формування інвестиційного забезпечення, обґрунтування стратегії та цілей, розвиток стратегічного потенціалу, вибору ефективних форм діяльності на тих чи інших зарубіжних ринках. Безумовно центральним елементом підсистеми є розвиток стратегічного потенціалу міжнародної конкурентоспроможності.

Висновки. Міжнародна конкурентоспроможність є найвищим рівнем конкурентоспроможності підприємства, оскільки характеризує

його здатність ефективно функціонувати на світовому ринку, який характеризується все зростаючою конкуренцією на основі «високих» технологічних чинників. Світовий ринок виштовхує підприємства, які не здатні вести боротьбу відповідно до ключових чинників міжнародної конкуренції, а отже саме світовий ринок формує вимоги та критерії міжнародної конкуренції.

Спроможність підприємств використовувати зовнішні чинники міжнародної конкурентоспроможності задля розвитку внутрішніх на основі системного управління відіграють важливу роль у визначенні та реалізації правильної політики для підвищення конкурентоспроможності. Сформувати конкурентні переваги можливо лише шляхом постійних трансформацій відповідно до критеріїв глобальної конкуренції. Ключовими чинниками міжнародної конкурентоспроможності в сучасних умовах є: технологічне лідерство та інновації, створені на основі кваліфікованої робочої сили, що потребує подальших досліджень з урахуванням важливості для українських підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Касич А.О., Дідур С.В. Структурні характеристики зовнішньої торгівлі України. *Актуальні проблеми економіки : науковий економічний журнал*. 2008. № 1(79). С. 85–94.
2. Коваленко Н.В., Мізюк С.Г. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: сутність, основні складники та джерела формування конкурентних переваг. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Випуск 2(13). С. 26–31.
3. Козак Ю.Г., Уханова І.О., Єрмакова О.А., Сукач О.О., Ляліков С.В., Сулім О.В., Бурлаченко Д.Н., Захарченко О.В., Шваґер О.Р., Постова Н.А., Біла О.О., Андрусенко Л.І., Дмитрієв П.Д., Нікіфоров Д.А. Управління міжнародною конкурентоспроможністю: підприємство – регіон : [монографія]. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 173 с.
4. Колесник Ю.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств : інформаційно-аналітичний бюлетень. Київ, 2010. С. 3.
5. Майер Дж. Міжнародне середовище бізнесу: конкуренція та регулювання в глобальній економіці. Київ : Либідь, 2002. 703 с.
6. Попова Е.В. Как измерить конкурентоспособность предприятия? *Маркетинг в России и за рубежом*. 2003. № 4(36). С. 53–69.
7. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : навчальний посібник. 2003. 186 с.
8. Угрюмова Е.В. Факторы формирования глобальной конкурентоспособности и международная практика ее оценки. *Актуальные вопросы экономических наук*. 2010. Вып. 17. С. 63–67.
9. Atradius N.V. How COVID-19 changed global trade forever. 2021. 12 p.
10. Fagerberg, J. International competitiveness. *Economic Journal (London)*. 1998. № 98(391). P. 355–374. DOI: <https://doi.org/10.2307/223337>
11. Kasych A., Vochozka M. Medothological support of the enterprise sustainable development management. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 371–381.
12. Krugman, P. Competitiveness: A dangerous obsession. *Foreign Affairs*. 1994. 73(2), 28. DOI: <https://doi.org/10.2307/20045917>
13. Madsen, T. L., & Walker, G. Modern competitive strategy. *McGraw Hill*. 2015.
14. Porter, M. E. Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. *Simon and Schuster*. 2008.
15. Radu C., Catanet A. Firm's international competitiveness. *Management and marketing*. 2007. P. 1146–1150.

16. Sarıçoban, B. S. O. K. Küresel Rekabette Kümelenme ve İnovasyonun Rolü. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*. 2013. 5(1), 94–104.
17. Snowdon, B., & Stonehouse, G. Competitiveness in a globalised world: Michael Porter on the microeconomic foundations of the competitiveness of nations, regions, and firms. *Journal of International Business Studies*. 2006. 37(2), 163–175. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400190>
18. United Nations. Comprehensive Study on the Impact of COVID-19 on the Least Developed Country Category. 2021. 61 p.

REFERENCES:

1. Kasych A.O., Didur S.V. (2008) Strukturni kharakterystyky zovnishnoi torhivli Ukrainy [Structural characteristics of Ukraine's foreign trade]. *Aktualni problemy ekonomiky: naukovyi ekonomichnyi zhurnal – Current problems of economics: scientific economic journal*, no. 1(79), pp. 85–94.
2. Kovalenko N.V., Miziuk S.H. (2019) Mizhnarodna konkurentospromozhnist pidpriemstva: sutnist, osnovni skladnyky ta dzhherela formuvannia konkurentnykh perevah [International competitiveness of the enterprise: the essence, main components and sources of competitive advantage.] *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk – Priazovsky Economic Bulletin*, no. 2(13), pp. 26–31.
3. Kozak Yu.H., Ukhanova I.O., Yermakova O.A., Sukach O.O., Lialikov S.V., Sulim O.V., Burlachenko D.N., Zakharchenko O.V., Shvager O.R., Postova N.A., Bila O.O., Andrusenko L.I., Dmitriiev P.D., Nikiforov D.A. (2019) Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu: pidpriemstvo – rehion: [monohrafiia] [International Competitiveness Management: Enterprise – Region: Shmonografiashch]. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury – Center for Educational Literature, 173 p.
4. Kolesnyk Yu.V. (2010) Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: informatsiino-analitychnyi biuleten [Management of international competitiveness of enterprises: information and analytical bulletin]. Kyiv, p. 3.
5. Maier Dzh. (2002) Mizhnarodne seredovyshe biznesu: konkurentsia ta rehuliuвання v hlobalnii ekonomtsii [The international business environment: competition and regulation in the global economy]. Kyiv: Lybid, 703 p.
6. Popova Ye.V. (2003) Yak vymiryaty konkurentospromozhnist pidpriemstva? [How to measure the competitiveness of the enterprise?]. *Marketynh u Rosii ta za kordonom – Marketing in Russia and abroad*, no. 4(36), pp. 53–69.
7. Sivachenko I.Iu. (2003) Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva (orhanizatsii) [Management of international competitiveness of the enterprise (organization)]: navchalnyi posibnyk – a textbook, 186 p.
8. Uhriumova Ye.V. (2010) Faktory formuvannia hlobalnoi konkurentospromozhnosti ta mizhnarodna praktyka yii otsinky [Factors of global competitiveness formation and international practice of its assessment]. *Aktualni pytannia ekonomichnykh nauk – Current issues of economic sciences*, no. 17, pp. 63–67.
9. Atradius N.V. (2021) How COVID-19 changed global trade forever, 12 p.
10. Fagerberg, J. (1988) International competitiveness. *Economic Journal (London)*, 98(391), 355–374. DOI: <https://doi.org/10.2307/223337>
11. Kasych A., Vochozka M. (2018) Medothological support of the enterprise sustainable development management. *Marketing and innovation management*, no. 1, pp. 371–381.
12. Krugman P. (1994) Competitiveness: a dangerous obsession. *Foreign affairs*, 73(2), 28. DOI: <https://doi.org/10.2307/20045917>
13. Madsen, T. L., & Walker, G. (2015) Modern competitive strategy. *McGraw Hill*.
14. Porter, M. E. (2008b) Competitive strategy: methods of analysis of industries and competitors. *Simon and Schuster*.
15. Radu C., Catanet A. (2007) Firm's international competitiveness. *Management and marketing*, pp. 1146–1150.
16. Sarıçoban, B. S. O. K. (2013) Küresel Rekabette Kümelenme ve İnovasyonun Rolü. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 94–104.
17. Snowdon, B., & Stonehouse, G. (2006) Competitiveness in a globalised world: Michael Porter on the microeconomic foundations of the competitiveness of nations, regions, and firms. *Journal of International Business Studies*, 37(2), 163–175. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400190>
18. United Nations (2021) Comprehensive Study on the Impact of COVID-19 on the Least Developed Country Category, 61 p.