

УДК 339.137.2

Д. О. Пилипенко,
аспірант, Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-8906-3911>

DOI: 10.32702/2306-6792.2024.14.76

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

D. Pylypenko,
PhD student, Poltava State Agrarian University, Poltava, Ukraine

CURRENT ASPECTS OF STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS

В статті розглянуто актуальні аспекти стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. Дослідження стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств є надзвичайно актуальним в сучасному світі, де глобалізація, динамічні зміни та жорстка конкуренція роблять ведення бізнесу все складнішим. Вивчення стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства може допомогти: підвищити ефективність роботи підприємства; збільшити прибуток; завоювати нові ринки; зміцнити конкурентні позиції; забезпечити стійкий розвиток. Отже, дослідження стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства є не лише актуальним, але й має практичне значення для підприємств. За результатами дослідження визначено основи стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств. Деякі аграрні підприємства в Україні впроваджують цифрові агротехнології, такі як системи моніторингу поля, дрони для аналізу родючості ґрунту та врожайності, а також системи автоматизованого поливу та дозування добрив. Це дозволяє підвищити ефективність виробництва та отримати більший врожай. Аграрні підприємства збирають та аналізують великі обсяги даних щодо рослинництва та тваринництва за допомогою цифрових платформ та систем управління фермами. Це допомагає у прийнятті більш обґрунтованих рішень щодо виробництва, використання ресурсів та планування. Використання точного землеробства дозволяє аграрним підприємствам оптимізувати використання ресурсів, таких як добрива, вода та пестициди, за допомогою сучасних технологій, таких як GPS, сенсори та аналітика даних. Деякі аграрні підприємства в Україні активно розвивають електронну комерцію для продажу сільськогосподарської продукції. Це дозволяє їм здійснювати прямі продажі фермерських товарів без посередників та розвивати нові ринки збуту. Деякі аграрні підприємства використовують аналітичні та прогностичні системи для аналізу ринкових тенденцій, кліматичних умов та інших факторів, що впливають на виробництво. Це допомагає їм виробляти стратегічні плани та приймати рішення на основі даних.

The article discusses the current aspects of strategic management of the competitiveness of the enterprise. The study of strategic management of the competitiveness of enterprises is extremely relevant in the modern world, where globalization, dynamic changes and fierce competition make doing business increasingly difficult. Studying the strategic management of the enterprise's competitiveness can help: increase the efficiency of the enterprise's work; increase profit; conquer new markets; strengthen competitive positions; ensure sustainable development. Therefore, the study of strategic management of enterprise competitiveness is not only relevant, but also has practical significance for enterprises. Based on the results of the study, the foundations of strategic management of the competitiveness of enterprises were determined. Some agricultural enterprises in Ukraine are implementing digital agricultural technologies, such as field monitoring systems, drones for soil fertility and yield analysis, as well as automated irrigation and fertilizer dosing systems. This makes it possible to increase production efficiency and obtain a larger harvest. Agricultural enterprises collect and analyze

large amounts of crop and livestock data using digital platforms and farm management systems. This helps in making more informed decisions about production, resource utilization and planning. The use of precision agriculture allows agricultural enterprises to optimize the use of resources such as fertilizers, water and pesticides with the help of modern technologies such as GPS, sensors and data analytics. Some agricultural enterprises in Ukraine are actively developing e-commerce for the sale of agricultural products. This allows them to carry out direct sales of farm products without intermediaries and develop new sales markets. Some agricultural enterprises use analytical and forecasting systems to analyze market trends, climatic conditions and other factors affecting production. This helps them make strategic plans and make data-driven decisions.

Ключові слова: стратегічне управління, конкурентоспроможність, підприємство, система, ефективність.

Key words: strategic management, competitiveness, enterprise, system, efficiency.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Дослідження стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств є надзвичайно актуальним в сучасному світі, де глобалізація, динамічні зміни та жорстка конкуренція роблять ведення бізнесу все складнішим. Вивчення стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства може допомогти: підвищити ефективність роботи підприємства; збільшити прибуток; завоювати нові ринки; зміцнити конкурентні позиції; забезпечити стійкий розвиток. Отже, дослідження стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства є не лише актуальним, але й має практичне значення для підприємств.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ

Створення гнучких та інноваційних бізнес-моделей, які дозволяють підприєм-

ствам швидко реагувати на зміни в середовищі та впроваджувати нові продукти та послуги. Гнучкість та інновації є ключовими аспектами успішної цифрової трансформації та конкурентоспроможності підприємства. Ось як вони взаємодіють та чому вони важливі:

адаптивність до змін — гнучкість дозволяє підприємствам швидко реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі, це може включати в себе зміни в стратегії, структурі, процесах та культурі підприємства для відповіді на нові можливості або виклики;

експерименти та інновації — гнучкість сприяє створенню середовища, в якому стимулюється інноваційність та впровадження нових ідей, підприємства, що відкриті до експериментів та ризику, можуть швидше реалізовувати нові концепції та здійснювати перетворення;

продуктивність та ефективність — гнучкість дозволяє підприємствам змінювати свої процеси та методи роботи для досягнення більшої продуктивності та ефективності, це може включати в себе впровадження нових технологій, перегляд структури команди або вдосконалення робочих процесів;

Таблиця 1. Ключові фактори
цифрової трансформації підприємства

Ключові фактори цифрової трансформації	Зміст фактору
Цифрові технології	Використання передових цифрових технологій, таких як штучний інтелект, аналітика даних, інтернет речей (IoT), блокчейн та інші, для автоматизації процесів, вдосконалення рішень та створення нових продуктів та послуг
Культурна зміна	Створення культури інновацій та готовності до змін серед співробітників. Важливо, щоб усі учасники компанії були готові до впровадження нових технологій та процесів.
Персоналізований досвід клієнта	Використання аналітики даних та інших цифрових інструментів для створення персоналізованих пропозицій та покращення взаємодії з клієнтами.
Гнучкі бізнес-процеси	Впровадження гнучких технологій та методів управління, що дозволяють швидко реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі компанії.
Цифрова безпека	Забезпечення захисту від кіберзагроз та зловживань, включаючи використання шифрування даних, ідентифікацію та автентифікацію.
Стратегічне партнерство	Співпраця з цифровими компаніями, стартапами та інноваційними лабораторіями для обміну знаннями та ресурсами.

Джерело: складено автором на основі [6; 8].

клієнтська орієнтованість — гнучкість та інновації дозволяють підприємствам швидше адаптуватися до змін у потребах та вимогах клієнтів, швидка реакція на зміни в ринкових умовах та здатність виробляти нові продукти та послуги можуть забезпечити конкурентну перевагу;

стратегічна пружність — гнучкість та інновації дозволяють підприємствам реагувати на стратегічні виклики та можливості, вони допомагають уникнути стагнації та відкривають нові шляхи розвитку;

узгоджене поєднання гнучкості та інновацій — дозволяє підприємствам не лише пристосовуватися до змін у сучасному бізнес-середовищі, але й відзначитися як відмінність у досягненні нових висот та досягненні конкурентної переваги;

кібербезпека — захист цифрових активів підприємства від кібератак, використання захищених технологій та процедур для запобігання витоку конфіденційної інформації [1—9]. Дані аспекти потребують системного дослідження.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Формулювання цілей статті (постановка завдання) — дослідити актуальні аспекти стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Умови цифровізації вимагають від підприємств нових стратегій управління конкурентоспроможністю для успішного функціонування на ринку. Ось деякі ключові аспекти стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах цифровізації:

цифрова трансформація: розробка та впровадження цифрових стратегій, які охоплюють усі аспекти діяльності підприємства, включаючи виробництво, маркетинг, продажі, логістику та обслуговування клієнтів. Цифрова трансформація — це процес впровадження цифрових технологій та змін у бізнес-моделі, операційних процесах, взаємодії з клієнтами та управління компанією з метою покращення продуктивності, ефективності та конкурентоспроможності (табл. 1).

Цифрова трансформація є не лише технологічним аспектом, але і стратегічним процесом, який вимагає впровадження культурних змін та нових методів управління для досягнення успіху в цифровій економіці.

Аналіз даних: Збір, аналіз та використання великих обсягів даних для прийняття обґрунтованих стратегічних рішень. Використання

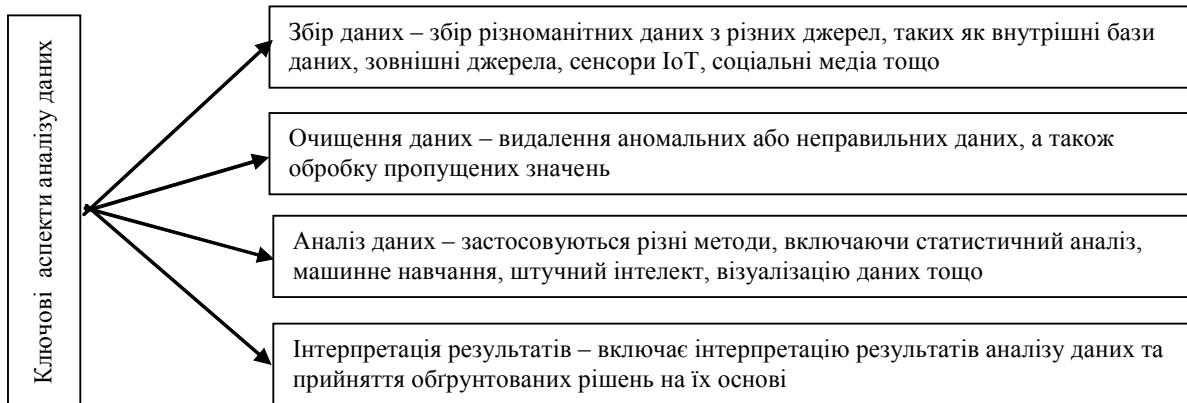


Рис. 1. Ключові аспекти аналізу даних для стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства

штучного інтелекту, машинного навчання та аналітики даних для прогнозування тенденцій ринку та конкурентів.

Аналіз даних — це процес перетворення сирових даних на корисну інформацію для прийняття рішень. У контексті цифрової трансформації аналіз даних відіграє ключову роль, оскільки дозволяє підприємствам виявляти тенденції, розуміти потреби клієнтів, оптимізувати процеси та приймати обґрунтовані рішення (рис. 1).

Для ефективного аналізу даних підприємства використовують різні інструменти та програмні засоби, такі як Python, R, SAS, Tableau, Power BI та інші. Крім того, важливо мати налагоджені системи збору даних та забезпечити їхню безпеку, оскільки неправильно оброблені або не захищені дані можуть призвести до неточних результатів аналізу або порушень конфіденційності.

Використання інтернет-технологій та цифрових медіа для просування бренду, привертання уваги клієнтів та збільшення продажів. Розробка персоналізованих маркетингових стратегій на основі аналізу даних користувачів. Цифровий маркетинг — це стратегія маркетингу, що використовує цифрові канали, інструменти та технології для просування продуктів та послуг, взаємодії з аудиторією та досягнення маркетингових цілей:

веб-сайт є базовою складовою цифрового присутності будь-якої компанії. Важливо, щоб веб-сайт був зручним у використанні, мобільною дружнім та містив інформацію про продукти та послуги компанії;

SEO — це процес оптимізації веб-сайту для покращення його видимості у пошукових системах, таких як Google. Це включає в себе використання ключових слів, оптимізацію контенту та технічні аспекти веб-сайту;

соціальні медіа є важливим каналом для спілкування з аудиторією та реклами продуктів та послуг. Компанії використовують платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter та LinkedIn, для взаємодії з клієнтами, побудови бренду та реклами;

контентний маркетинг полягає в створенні та розповсюдженні цінного та цікавого контенту, який привертає увагу та зацікавлює аудиторію. Це може бути блоги, відео, інфографіка, електронні книги та інше;

електронна комерція дозволяє компаніям продавати свої продукти та послуги в Інтернеті. Вона включає в себе створення онлайн-магазину, оптимізацію процесу покупки та управління інтернет-торгівлею;

аналітика дозволяє відстежувати ефективність цифрових маркетингових кампаній, вимірювати конверсії, реакції аудиторії та інші ключові показники.

Цифровий маркетинг є важливою складовою будь-якої сучасної маркетингової стратегії, оскільки він дозволяє компаніям залучати нових клієнтів, підтримувати існуючих та збільшувати продажі.

Кібербезпека вкрай важлива в контексті цифрової трансформації та цифрового бізнесу. Вона охоплює заходи та стратегії, спрямовані на захист цифрових систем, мереж та даних від кіберзагроз та кібератак:

захист мереж та систем: включає в себе встановлення інфраструктури захисту, такої як мережеві брандмауери, антивірусне програмне забезпечення, системи виявлення вторгнень та інші заходи для запобігання несанкціонованому доступу до системи;

шкідливі програми: захист від шкідливих програм, таких як віруси, троянці, шпигунське програмне забезпечення, які можуть негативно вплинути на безпеку систем та даних;

ідентифікація та автентифікація: використання механізмів ідентифікації та автентифікації, таких як паролі, біометричні дані, двофакторна аутентифікація та інші методи, для забезпечення доступу тільки авторизованим користувачам;

кібергігієна: виробництво та реалізація процедур та стандартів, спрямованих на попередження та реагування на кіберзагрози, включаючи плани відновлення після кібератак;

співробітництво та навчання: взаємодія з іншими організаціями, включаючи урядові агентства, індустріальні стандартизаційні організації та інші суб'єкти, для обміну інформацією та кращого розуміння кіберзагроз;

свідомість персоналу: проведення навчання та навчання персоналу з питань кібербезпеки, щоб підвищити рівень усвідомленості та уміння виявляти та уникати кіберзагроз;

реагування на інциденти: розробка та впровадження планів реагування на кіберінциденти для ефективного управління та мінімізації наслідків кібератак.

Кібербезпека є невід'ємною складовою будь-якої цифрової стратегії підприємства, оскільки вона допомагає забезпечити захист цифрових активів, конфіденційності даних та довіри клієнтів.

Співпраця та партнерство в сучасному бізнесі є ключовими для досягнення стратегічних цілей, спільного зростання та створення конкурентних переваг. Ось деякі аспекти співпраці та партнерства:

стратегічні партнерства (укладання стратегічних угод з іншими компаніями або організаціями з метою спільного розвитку нових продуктів, послуг або ринків. Це може включати спільні дослідження, розробку та маркетингові ініціативи);

технологічне партнерство (співпраця з технологічними партнерами для використання їхніх інноваційних рішень, платформ або послуг. Це дозволяє підприємствам ефективніше впроваджувати нові технології та підвищувати їхню конкурентоспроможність);

логістичні партнерства (укладання угод з постачальниками, перевізниками та іншими логістичними партнерами для оптимізації логістичних процесів та забезпечення швидкого та ефективного постачання товарів або послуг);

фінансові партнерства (співпраця з фінансовими установами або інвестиційними фондами для отримання капіталу для розвитку бізнесу, вкладення в нові проекти або розширення на нові ринки);

стартап-екосистема (участь у стартап-екосистемі шляхом співпраці з інкубаторами, ак-

селераторами та іншими стартапами з метою створення інноваційних продуктів та послуг або доступу до нових технологій та талантів);

спільна маркетингова діяльність (укладання угод з партнерами з метою спільної реклами, просування бренду та спільного маркетингу продуктів або послуг. Це може включати спільні рекламні кампанії, заходи та події).

Співпраця та партнерство дозволяють підприємствам скористатися синергією та спільними ресурсами для досягнення спільних цілей та забезпечення успіху в конкурентному бізнес-середовищі.

Ці стратегічні аспекти допомагають підприємствам не лише адаптуватися до цифрової економіки, але і забезпечити свою конкурентоспроможність у цьому середовищі.

Один із прикладів стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах цифровізації можна побачити у компанії Volkswagen Group, одного з провідних виробників автомобілів у світі. Volkswagen зосереджується на розвитку та виробництві електричних автомобілів, щоб відповісти на зростаючий попит на екологічно чисті транспортні засоби. Це дає їм перевагу на ринку, де в цифрову епоху споживачі все більше звертають увагу на екологічні аспекти. Volkswagen активно впроваджує цифрові технології в свої автомобілі, такі як системи автоматизованого водіння, інтелектуальні системи безпеки та зв'язку, а також мережі зв'язку для підтримки водіїв та пасажирів. Компанія також створює екосистему мобільності, що включає в себе послуги спільного використання автомобілів, мобільні додатки та сервіси, які допомагають клієнтам краще управляти та використовувати свої автомобілі. Volkswagen активно використовує цифрові канали комунікації, такі як соціальні медіа та мобільні додатки, для взаємодії з клієнтами, збору відгуків та надання підтримки.

Ці приклади показують, як Volkswagen використовує цифрові технології та стратегічний підхід до управління для збільшення своєї конкурентоспроможності в умовах цифровізації автомобільної промисловості.

Один із прикладів стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах цифровізації на підприємствах Японії можна побачити у компанії Toyota Motor Corporation, яка є одним з найбільших виробників автомобілів у світі та відома своєю інноваційною культурою та стратегічним підходом до бізнесу. Toyota вкладає значні ресурси у розвиток та виробництво електричних автомобілів, відповідаючи на зростаючий попит на екологічно чисті транспортні засоби. Компанія

вже представила свої моделі електромобілів і активно розробляє нові технології у сфері акумуляторів та електричних двигунів. Toyota впроваджує розумні технології та системи автоматизації у свої автомобілі, такі як системи безпеки, допоміжного водіння та зв'язку, що дозволяють забезпечити високу якість та безпеку продукції. Компанія використовує цифрові технології для оптимізації виробничих процесів та логістики, забезпечуючи швидку та ефективну поставку автомобілів до клієнтів та підтримуючи високий рівень якості. Toyota розвиває концепцію мобільності як сервісу (Mobility-as-a-Service), надаючи клієнтам доступ до різних видів транспорту через мобільні додатки та платформи. Компанія співпрацює з іншими технологічними компаніями та стартапами для розробки нових технологій та послуг у сфері автомобільної промисловості.

Ці приклади демонструють, як Toyota використовує цифрові технології та стратегічний підхід до управління для підвищення своєї конкурентоспроможності в умовах цифрової трансформації та швидкого розвитку автомобільного ринку.

Наведемо приклади стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах цифровізації на підприємствах в Україні:

Нова Пошта — одна з найбільших служб доставки в Україні, активно впроваджує цифрові технології для оптимізації своїх логістичних процесів. Вони використовують мобільні додатки та онлайн-сервіси для відстеження вантажів, автоматизованих систем сортування та електронних документів, що сприяє покращенню ефективності та збільшенню задоволеності клієнтів.

Rozetka — одна з найбільших онлайн-платформ електронної торгівлі в Україні, Rozetka активно інвестує в цифрові технології для покращення користувацького досвіду та оптимізації логістики. Вони використовують штучний інтелект для персоналізації пропозицій, а також аналітичні інструменти для прогнозування попиту та оптимізації запасів.

ПриватБанк — один з найбільших банків в Україні, активно впроваджує цифрові рішення для полегшення фінансових операцій своїх клієнтів. Вони пропонують широкий спектр мобільних додатків для онлайн-банкінгу, платежів та переказів грошей, а також використовують біометричні технології для підвищення безпеки.

SoftServe — одна з провідних ІТ-компаній в Україні, спеціалізується на розробці програмного забезпечення та консалтингу з цифрової трансформації. Вони працюють з клієнтами з

усього світу, допомагаючи їм впроваджувати цифрові стратегії, розробляти інноваційні продукти та покращувати їх технологічні процеси.

Укрзалізниця також активно впроваджує цифрові технології для покращення своїх послуг. Вони пропонують онлайн-бронювання квитків, використовують системи IoT для моніторингу стану вагонів та колісних пар, а також розробляють цифрові платформи для підвищення ефективності логістики та управління потоками пасажирів.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

За результатами дослідження визначено основи стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств. Деякі аграрні підприємства в Україні впроваджують цифрові агротехнології, такі як системи моніторингу поля, дрони для аналізу родючості ґрунту та врожайності, а також системи автоматизованого поливу та дозування добрив. Це дозволяє підвищити ефективність виробництва та отримати більший врожай. Аграрні підприємства збирають та аналізують великі обсяги даних щодо рослинництва та тваринництва за допомогою цифрових платформ та систем управління фермами. Це допомагає у прийнятті більш обґрунтованих рішень щодо виробництва, використання ресурсів та планування. Використання точного землеробства дозволяє аграрним підприємствам оптимізувати використання ресурсів, таких як добрива, вода та пестициди, за допомогою сучасних технологій, таких як GPS, сенсори та аналітика даних. Деякі аграрні підприємства в Україні активно розвивають електронну комерцію для продажу сільськогосподарської продукції. Це дозволяє їм здійснювати прямі продажі фермерських товарів без посередників та розвивати нові ринки збуту. Деякі аграрні підприємства використовують аналітичні та прогностичні системи для аналізу ринкових тенденцій, кліматичних умов та інших факторів, що впливають на виробництво. Це допомагає їм виробляти стратегічні плани та приймати рішення на основі даних.

Література:

1. Гаращук О. В. Роль освіти у формуванні інноваційно-креативної компетентності кадрів в умовах економіки знань. Регіональні студії. 2022. № 30. С. 195—201.
2. Гаращук О., Куценко В. Освітньо-інноваційний маркетинг у контексті підготовки кон-

курентоспроможних фахівців. Редакційна колегія. 2019. № 2. С. 104—110.

3. Гаращук О.В., Куценко В.І. Освітня сфера — важливий чинник інноваційного сталого розвитку. Вісник Національної академії педагогічних наук України. 2021. № 3 (2). С. 1—7.

4. Євтушенко Н. О., Гурін Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2022. № 3—4. С. 24—28.

5. Євтушенко, Н. О., Дрокіна, Н. І., Савенко, Н. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. Економічний простір. 2020. № 156. С. 129—135.

6. Ковтуненко К., Ковтуненко Ю., Фоміна Н., Ковальчук О., Ковтуненко Д. Фактори управління конкурентоспроможністю персоналу виробничого підприємства в умовах невизначеності. International Journal of Production Management and Engineering. 2022. № 10 (2). С. 225—235.

7. Ложачевська О. М., Гнатенко І. А., Сухомлин А. В., Мельник О. Ю. Моделювання інфраструктури підприємництва неінноваційного менеджменту на національному та регіональному рівнях в умовах децентралізації. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 18. С. 5—10.

8. Мартин О. М., Лемещенко Н. І., Артемчук В. А., Парохненко А. С. Моделювання системи управління конкурентоспроможністю підприємства на основі маркетингу в умовах зміни споживчих переваг та розвитку інноваційного підприємництва. Формування ринкових відносин в Україні. 2022. № 1 (248). С. 146—152.

9. Сусликов С. В., Клименко М. А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах невизначеності. ECONOMICS: time realities. 2023. № 3 (67). С. 56—64.

References:

1. Harashchuk, O. V. (2022), "The role of education in the formation of innovative and creative competence of personnel in the conditions of the knowledge economy", Regional studios, vol. 30, pp. 195—201.

2. Harashchuk, O. and Kutsenko, V. (2019), "Educational and innovative marketing in the context of training competitive specialists", Editorial board, vol. 2, pp. 104—110.

3. Harashchuk, O. V. and Kutsenko, V. I. (2021), "The educational sphere is an important factor of innovative sustainable development", Bulletin of the national academy of pedagogical sciences of Ukraine, vol. 3 (2), pp. 1—7.

4. Yevtushenko, N. O. and Gurin, T. V. (2022), "Enterprise competitiveness management: theo-

retical aspect", Economy. Management. Business, vol. 3—4, pp. 24—28.

5. Yevtushenko, N. O., Drokina, N. I. and Savenko, N. V. (2020), "Strategic management of enterprise competitiveness: theoretical aspect", Economic space, vol. 156, pp. 129—135.

6. Kovtunenکو, K., Kovtunenکو, Yu., Fomina, N., Kovalchuk, O. and Kovtunenکو, D. (2022), "Factors of management of the competitiveness of the personnel of a manufacturing enterprise in conditions of uncertainty", International Journal of Production Management and Engineering, vol. 10 (2), pp. 225—235.

7. Lozhachevsko, O. M., Hnatenko, I. A., Sukhomlyn, L. V. and Melnyk, O. Yu. (2021), "Modeling of the entrepreneurship infrastructure of neo-innovative management at the national and regional levels in conditions of decentralization", Investments: practice and experience, vol. 18, pp. 5—10.

8. Martyn, O. M., Lemeshchenko, N. I., Artemchuk, V. A. and Parokhnenko A. S. (2022), "Modeling of the enterprise competitiveness management system based on marketing in the conditions of changing consumer preferences and the development of innovative entrepreneurship", Formation of market relations in Ukraine, vol. 1 (248), pp. 146—152.

9. Suslikov, S. V. and Klymenko, M. A. (2023), "The system of managing the competitiveness of the enterprise in conditions of uncertainty", ECONOMICS: time realities, vol. 3 (67), pp. 56—64.

Стаття надійшла до редакції 07.07.2024 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

**Ефективна
ЕКОНОМІКА**

Виходить 12 разів на рік

**Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)
Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292**

e-mail: economy_2008@ukr.net

 viber: +38 050 3820663