

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.
Ефективна економіка. 2024. № 6.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.79>

УДК: 658.338

А. В. Морохов,
аспірант, Луцький національний технічний університет
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-0766-2232>

ГЕНЕЗА ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ» МАЛОГО БІЗНЕСУ

A. Morokhov
Postgraduate student, Lutsk National Technical University

GENESIS OF THE DEFINITION OF THE CONCEPT OF “ENTERPRISE COMPETITIVENESS” OF SMALL BUSINESS

У статті обґрунтовано, що посилення конкурентного середовища зумовлює необхідність забезпечення підприємствами достатнього рівня конкурентоспроможності, який дозволить забезпечувати фінансову стабільність та задовольняти потреби ринку у конкурентоспроможних товарах, роботах, послугах. Зосереджено увагу на необхідності забезпечення конкурентоспроможності підприємствами малого бізнесу як найбільш перспективної ланки економіки з позиції розвитку конкурентного середовища та забезпечення підприємницької активності у країні. Автором проведено огляд літератури змісту поняття «конкурентоспроможність». Проведений огляд літературних джерел дозволив виділити шість основних підходи до його

змісту, а саме: здатність підприємства до ведення ефективної діяльності; управлінський вплив на створення конкурентоспроможних товарів, робіт, послуг; стратегічний імператив розвитку підприємства; наявні конкурентні переваги підприємства у порівнянні з іншими суб'єктами господарювання; утримання ринкової позиції (позиціонування) у конкурентному середовищі; ресурсні можливості підприємства конкурувати на ринку. У статті обґрунтовано, що в умовах посилення загроз національної безпеки, актуалізуються питання забезпечення економічної безпеки суб'єктів малого бізнесу. Також акцентовано увагу, що категорія конкурентоспроможності підприємства повинна відображати концепцію сталого розвитку, яка передбачає забезпечення сталого соціо-еколого-економічного розвитку. Зосереджено увагу на необхідності врахування SMART підходу до формування конкурентних переваг підприємств малого бізнесу, а також цифровізації процесів забезпечення їх конкурентоспроможності. Наведено процес трансформації змістових характеристик поняття «конкурентоспроможність підприємства»: ресурсна конкурентоспроможність, потенційна конкурентоспроможність, стратегічна конкурентоспроможність, ринкова конкурентоспроможність, безпечна конкурентоспроможність, стала конкурентоспроможність, SMART конкурентоспроможність, цифрова конкурентоспроможність. У статті обґрунтовано, що конкурентоспроможність підприємств малого бізнесу слід розглядати з позиції забезпечення безпеки та сталого розвитку, можливості застосування SMART підходів до розробки напрямів підтримки та масштабування конкурентного статусу, а також цифрових технологій як важливого інструменту трансформації бізнесу в умовах індустріалізації суспільства.

The article substantiates that strengthening of the competitive environment necessitates that enterprises ensure a sufficient level of competitiveness, which will ensure financial stability and meet the market needs for competitive goods, works, and services. The article focuses on the need to ensure competitiveness of small

business enterprises as the most promising link in the economy from the point of view of development of the competitive environment and ensuring entrepreneurial activity in the country. The author reviews the literature on the content of the concept of “competitiveness”. The conducted review of literature sources allowed allocating six main approaches to its content. These approaches are following: the ability of an enterprise to conduct effective activities; managerial influence on creation of competitive goods, works, services; strategic imperative of enterprise development; existing competitive advantages of an enterprise in comparison with other economic entities; maintaining a market position (positioning) in a competitive environment; resource capabilities of an enterprise to compete in the market. The article substantiates that in the context of increasing threats to national security, the issues of ensuring the economic security of small businesses are becoming more relevant. It is also emphasised that the category of competitiveness of an enterprise should reflect the concept of sustainable development, which provides for sustainable socio-ecological and economic development. Attention is focused on the need to take into account the SMART approach to the formation of competitive advantages of small businesses, as well as the digitalisation of processes to ensure their competitiveness. The process of transformation of the content characteristics of the concept of “enterprise competitiveness” is presented: resource competitiveness, potential competitiveness, strategic competitiveness, market competitiveness, safe competitiveness, sustainable competitiveness, SMART competitiveness, digital competitiveness. The article substantiates that competitiveness of small businesses should be considered from the perspective of ensuring security and sustainable development, the possibility of applying SMART approaches to the development of areas for maintaining and scaling up the competitive status, and digital technologies as an important tool for business transformation in the context of industrialisation of society.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство, малий бізнес, ресурсні можливості, конкурентні переваги, стратегія, сталий розвиток, безпека, SMART, цифровізація.

Keywords: competitiveness, enterprise, small business, resource capabilities, competitive advantages, strategy, sustainable development, security, SMART, digitalization.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Трансформація економіки на макро-, мезо- та мікрорівнях, яка посилюється в умовах динамічного середовища та воєнного періоду, актуалізує питання утримання конкурентних позицій у ринковому середовищі, пошуку напрямів ефективного використання ресурсних можливостей, формування конкурентних переваг, розробки виваженої стратегії розвитку усіма суб'єктами господарювання. Водночас, посилення конкурентного середовища зумовлює необхідність забезпечення підприємствами достатнього рівня конкурентоспроможності, який дозволить, з однієї сторони, забезпечувати фінансову результативність суб'єкту господарювання, а з іншої – задовольняти потреби ринку у конкурентоспроможних товарах, роботах, послугах. Відповідно актуалізуються питання щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємствами малого бізнесу як найбільш вразливої ланки економіки в умовах воєнного періоду, проте як найбільш перспективної з позиції розвитку конкурентного середовища та забезпечення підприємницької активності у країні в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження генези поняття «конкурентоспроможність» висвітлено у багатьох наукових публікаціях, серед яких варто виділити таких авторів: Акімова Л., Бабина О., Беленький П., Брінь П., Дашко І., Демчук Н., Дикань В., Дмитренко Н., Должанський І., Іванов Ю., Іванюта В., Гуцуляк В., Журба І., Загорна Т., Злидень І., Коляденко Ю., Корж М., Кривенко Л., Крючкова Ж., Кузьмін О., Мацигура В., Піддубний І., Піддубна Л., Покропивний С., Пуцентейло П., Смолін І.,

Тарнавська Н., Тищенко О., Цибульська Е., Чуб І., Фісуненко П., Яремченко Л. та інші. Однак, і до нині ведеться досить активна дискусія з приводу категоріального апарату конкурентоспроможності підприємства, не існує одностайної думки змісту даного поняття, що зумовлює необхідність подальшого наукового пошуку вирішення даної проблеми.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є здійснення огляду літератури сутнісної характеристики категорії «конкурентоспроможність», виявлення її змістових ознак та подання авторського бачення категоріального апарату, який характеризує конкурентоспроможність підприємств малого бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В процесі обговорення категоріального апарату «конкурентоспроможність», науковці закладають різні змістові характеристики та ознаки у дане поняття. В процесі огляду літератури нами було виділено шість підходів до змісту поняття «конкурентоспроможність підприємства»:

1. Як здатність підприємства до ведення ефективної діяльності:
 - «здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку» [1];
 - «реальна та потенційна можливість фірм в існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів»[2];
 - «спроможність підприємства до отримання синергетичного ефекту від раціонального використання конкурентних переваг» [3].

За даним підходом науковці вважають, що конкурентоспроможність представляє собою здатність підприємства формувати та утримувати конкурентні переваги та, таким чином, забезпечувати результативну діяльність. Адже кожен суб'єкт господарювання формує власну спроможність та потенціал ведення конкурентної боротьби на ринку. У конкурентній боротьбі вагоме

значення відіграватиме фінансова спроможність підприємства, спроможність утримувати стійке становище на ринку, здатність ефективно формувати та розвивати інтелектуальний та інноваційний потенціал тощо. Проте, не усі підприємства малого бізнесу мають такі потенційні можливості та здатність успішно вести підприємницьку діяльність, що зумовлено багатьма чинниками. Серед таких чинників можна виділити відсутність стратегічного бачення у менеджерів, невміння адаптуватися до турбулентних умов середовища, неефективне використання ресурсів тощо. Тому, даний критерій є важливим з позиції формування конкурентних переваг підприємств малого бізнесу та забезпечення їх конкурентоспроможності.

2. Як управлінський вплив на створення конкурентоспроможних товарів, робіт, послуг:

- «сукупність важелів і способів впливу на сфери створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі та відповідальність суб'єктів господарювання, що реалізуються за допомогою сукупності управлінських засобів» [4];

- «здатність у поточному періоді та в довгостроковій перспективі забезпечувати більш високу порівняно з конкурентами ефективність виробництва та вигідність реалізації своїх товарів» [5].

Вважаємо, що конкурентоспроможність підприємств малого бізнесу залежить від уміння керівництва вірно обирати методи, функції, форми та інші управлінські інструменти, спрямовані на створення конкурентоспроможного продукту. Важливим за даним підходом є наявність менеджерських здібностей та навиків, а також лідерських компетентностей, які дозволять ефективно трансформувати потенційні можливості підприємства малого бізнесу у додану вартість, а саме готовий якісний продукт, який користуватиметься попитом у споживачів.

3. Як стратегічний імператив розвитку підприємства:

- «відносна характеристика, що відображає стратегію розвитку підприємства в умовах функціонування змін оточуючого середовища, яка спрямована на якісно-кількісне забезпечення діяльності на ринку» [6];

- «здатність виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування» [7];

- «здатність підприємства до реалізації конкурентних переваг, які дають йому змогу ефективно розвиватися порівняно з іншими підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках» [8];

- «потенціальна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів» [9];

- «здатність підприємства здійснювати свою діяльність в умовах ринкових відносин і одержувати при цьому прибуток, достатній для науково-технічного удосконалення виробництва, стимулювання працівників і підтримки продукції на високому якісному рівні» [10];

- «здатність в умовах, що склалися, проектувати, виготовляти та збувати товари за ціновими та неціновими характеристиками більш привабливими для споживачів, аніж товари їх конкурентів» [11];

- «здатність досягти цільових ринкових позицій з відповідною чисельністю працівників і забезпечується виробництвом комерційно-перспективної продукції та ефективною діловою стратегією» [12];

- «здатність у реальному масштабі часу та перспективі формувати і використовувати систему знань, умінь і навичок спільного зі споживачем творення принадливого для нього продукту, випереджаючи за часом теперішніх і можливих конкурентів» [13];

- «здатність ефективно використовувати потенціал підприємства, а внутрішній потенціал – як основу утримання існуючих і розроблення нових конкурентних переваг для успішного ведення конкурентної боротьби на ринку товарів і послуг» [14];

- «здатність підприємства у довгостроковому періоді функціонувати в умовах ринкової економіки, створюючи та реалізовуючи продукцію, яка задовольняє потреби людей та є відмінною від аналогічної, при цьому займати

стійку позицію у певній галузі та отримувати регулярний прибуток, достатній для вдосконалення виробництва» [15];

- «можливість підприємства адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури, нового законодавства, змін податкової системи, прогнозувати цінову політику, займатися пошуком нових джерел фінансування, оптимізувати ефективність використання сировинних ресурсів, забезпечувати наявність висококваліфікованого персоналу та інші аспекти, що забезпечують необхідний успіх для компанії» [16].

Розглядаючи конкурентоспроможність підприємства згідно цього підходу, варто відмітити його важливість з позиції підтримки конкурентного статусу у стратегічній перспективі. Тут важливо виважено підійти до діагностики конкурентного середовища, формування системи цілей підвищення конкурентоспроможності підприємства малого бізнесу, вибору стратегії забезпечення його конкурентоспроможності, оцінки досягнення стратегічних цілей тощо. Пошук напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємств малого бізнесу повинен бути адаптований до умов ринкового середовища та запитів споживачів. Фактично у керівництва підприємства повинне бути стратегічне бачення потенційних запитів споживачів на його товари та послуги, що дозволить йому маневрувати та приймати вчасні превентивні управлінські рішення щодо забезпечення конкурентоспроможності.

4. Як наявні конкурентні переваги підприємства у порівнянні з іншими суб'єктами господарювання:

- «є складним багатоаспектним поняттям, що характеризує суперництво, боротьбу за досягнення вищих результатів, отримання конкурентних переваг шляхом ефективного використання всіх наявних ресурсів, виготовлення і реалізацію конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ведення ефективної господарської діяльності» [17];

- «наявність відмінностей даного підприємства від підприємств конкурентів за рівнем ефективності господарської діяльності, формами вияву

яких є спроможність пристосовуватися до умов економічної кон'юнктури й задовольнити своїми товарами та послугами потреби» [18];

- «виражає відмінність у розвитку конкретного підприємства від розвитку інших за ступенем задоволення товарами потреб споживачів і за ефективністю виробничої діяльності» [19];

- «динамічна характеристика здібності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища і забезпечувати при цьому визначений рівень конкурентних переваг» [20];

- «нова якісна характеристика організації, що забезпечує її конкурентний успіх, основою якої слугує комплекс позитивних відмінностей, достатніх для протистояння негативному впливу зовнішнього середовища для реалізації визначених цілей» [21];

- «внутрішні і зовнішні конкурентні можливості підприємства, які дозволяють йому проводити ефективну конкурентну боротьбу на ринку шляхом оптимального використання матеріальних і нематеріальних ресурсів» [22];

- «стан, в якому воно є спроможним до конкурентної боротьби, а наявність конкурентного потенціалу та сформованих на його основі конкурентних переваг відображує можливість та здатність це робити за їх рахунок та не допускати конкурентних прорахунків» [23];

- «інтегральна відносна характеристика підприємства, яка відображає стан підприємства відносно його конкурентів за певними показниками та характеризує ступінь конкурентної переваги над ними за різними вимірами (або, навпаки, перевагу конкурентів) у певний проміжок часу» [24];

- «економічна категорія, за допомогою якої створюються власниками підприємств конкурентні переваги у порівнянні з іншими підприємствами-аналогами, які є конкурентами, для покращення показника життєвої стійкості підприємства, тобто здатність конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів» [25].

Даний підхід є найбільш поширеним, де в основу конкурентоспроможності підприємства покладено його конкурентні переваги. Погоджуємось із

науковцями даного підходу, оскільки конкурентні переваги є тією відносною характеристикою, яка вирізняє та ідентифікує підприємство як конкурентоспроможне серед інших суб'єктів господарювання. Тут важливо визначити ті унікальні характеристики, види діяльності чи продукти, які сформують конкурентні переваги підприємства та зможуть забезпечити йому успіх у конкурентному середовищі. Такими конкурентними перевагами, наприклад, можуть бути: специфічні товари/продукти чи послуги, інтелектуальний капітал та нематеріальний актив, сформований та розвинений брендинг, унікальні технології, вигідне геополітичне розташування, низькі ціни і т.д. Важливо те, що, з однієї сторони, сформовані конкурентні переваги слід розвивати та масштабувати задля підтримки високого рівня конкурентоспроможності, а з іншої – виявляти нові, ті, які здатні зміцнити позиції на ринку.

5. Як утримання ринкової позиції (позиціонування) у конкурентному середовищі:

- «як специфічна ознака, виявляється в процесі конкуренції та дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві для забезпечення розширеного відтворювання, яке передбачає покриття всіх витрат виробництва й отримання прибутку від господарської діяльності» [26];

- «підтримка стійких позиції на ринку, за рахунок прибуткового функціонування, та привабливості для інвесторів, за рахунок гарного іміджу серед споживачів та різноманітних суб'єктів господарювання» [27];

- «визначає положення серед аналогічних суб'єктів господарювання, яке залежить від спроможності використовувати різні види ресурсів ефективніше, ніж конкуренти» [28];

- «здатність суб'єкта господарювання динамічно впливати на ринок для збереження його сегменту, захисту накопичених і розвитку потенційних стійких конкурентних переваг у ключових сферах бізнесу» [29];

- «можливість його ефективної господарської діяльності й її практичної реалізації в умовах конкурентного ринку» [30].

Підтримуємо позицію науковців даного підходу щодо важливості збереження міцної ринкової позиції підприємства у конкурентному середовищі. Має значення не лише вихід на ринок, а й утримання цих позицій та їх зміцнення задля забезпечення конкурентоспроможності підприємства малого бізнесу. Одним із інструментів утримання ринкових позицій є брендинг, який дозволяє позиціонувати підприємство, забезпечити його присутність та пізнаваність на ринку. Тому за цим критерієм забезпечення конкурентоспроможності підприємство потребує розробки бренду та його виведення на відповідний ринок.

6. Як ресурсні можливості підприємства конкурувати на ринку:

- «систематизований комплекс взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, який забезпечує отримання конкурентних переваг в умовах змінюваного зовнішнього середовища та обмежених ресурсів, сприяє досягненню поставлених конкурентних цілей та при раціональному використанні забезпечує підприємству високий конкурентний статус» [31];

- «комплексна порівняльна характеристика підприємства відносно конкурентів, що відображає його внутрішній потенціал, позицію в конкурентних сегментах ринку й здатність утримувати її під впливом дестабілізаційних факторів зовнішнього середовища» [32];

- «складне, багатоаспектне поняття, що не має загальновизнаного універсального визначення; концентроване вираження економічних, науково-технічних, виробничих, управлінських, маркетингових та інших можливостей, що реалізуються в товарах і послугах, успішно протистоять конкуруючим з ними закордонним товарам і послугам як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках» [33];

- «можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку» [34].

Погоджуємось, що підприємство зможе сформувати конкурентні переваги, володіючи необхідним обсягом та якістю ресурсів. Маючи ресурсні можливості,

підприємство здатне випускати конкурентоспроможний продукт чи послугу, створювати інноваційні продукти, масштабувати діяльність, вивчати емоційні уподобання споживачів, та відповідно бути лідером у конкурентному середовищі. Ефективне використання ресурсних можливостей дозволить утримувати міцний конкурентний статус, досягати поставлених стратегічних цілей, створювати додану вартість, бути успішним та фінансово спроможним.

Систематизацію підходів до змісту поняття «конкурентоспроможність підприємства» наведено у таблиці 1.

Виходячи із наведеної таблиці, можемо відмітити, що найбільше науковців притримується думки, що конкурентоспроможність підприємства формує така ознака як наявність стратегічного імперативу його розвитку.

Водночас, в умовах посилення загроз національної безпеки актуалізуються питання забезпечення економічної безпеки суб'єктів малого бізнесу. Підприємства повинні здійснювати діяльність в умовах безпечного стану, досягати нормативно безпечних значень показників. Вважаємо, що лише за таких умов можливе забезпечення конкурентоспроможності підприємства малого бізнесу. Кожне підприємство прагне сформувати та розвивати конкурентні переваги у фінансовій, маркетинговій, зовнішньоекономічній, кадровій, техніко-технологічній та інших складових, значення яких повинні відповідати безпечно пороговим показникам. Не досягаючи таких значень, підприємство втрачає свої лідируючі позиції на ринку, стає непривабливим для споживачів та знижує свій конкурентний статус.

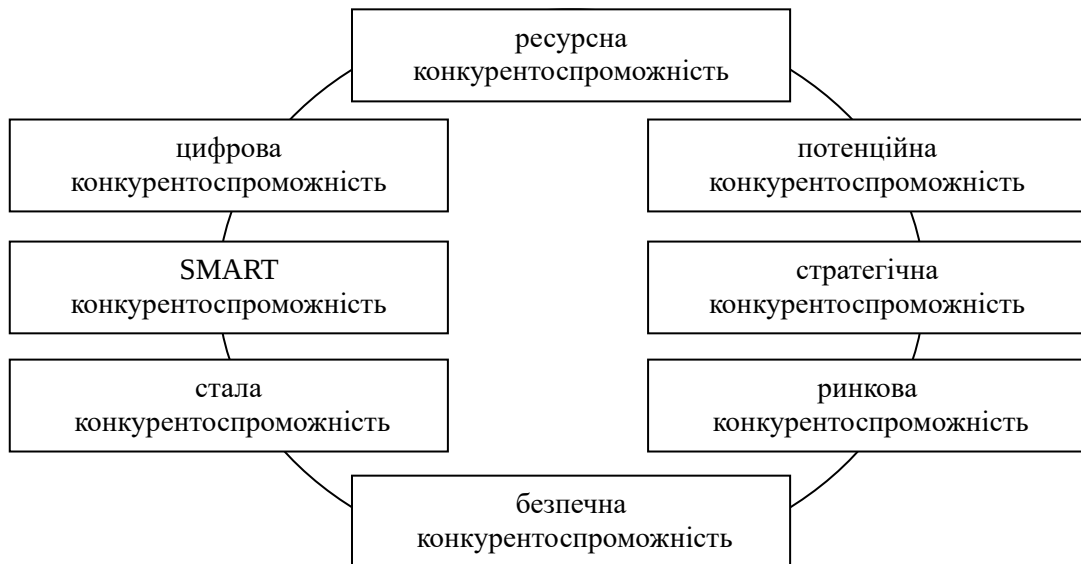
**Таблиця 1. Систематизація підходів до змісту поняття
«конкурентоспроможність підприємства»**

Прихильники (науковці)	Підходи					
	Здатність підприємства до ведення ефективної діяльності	Управлінський вплив на створення конкурентоспроможних товарів, робіт, послуг	Стратегічний імператив розвитку підприємства	Наявні конкурентні переваги підприємства у порівнянні з іншими суб'єктами	Утримання ринкової позиції (позиціонування) у конкурентному середовищі	Ресурсні можливості підприємства конкурувати на ринку
Покропивний С.	+					
Журба І., Коляденко Ю.	+					
Злидень І.	+					
Кузьмін О.		+				
Цибульська Е., Мацигура В.		+				
Пуцентейло П.Р			+			
Должанський І., Загорна Т.			+			
Іванов Ю., Тищенко О.			+			
Піддубний І., Піддубна Л.			+			
Дикань В.			+			
Акімова Л., Корж М., Чуб І.			+			
Дмитренко Н.			+			
Тарнавська Н.			+			
Гуцуляк. В.			+			
Крючкова Ж.			+			
Яремченко Л.			+			
Демчук Н., Донських А., Ясинський В.				+		
Іванюта В.				+		
Кривенко Л.				+		
Беленький П.				+		
Смолін І.				+		
Бабина О.				+		
Фісуненко П.				+		
Брінь П., Мохамад Нехме				+		
Дашко І.				+		
Воронкова А.					+	
Шевельова С.					+	
Брітченко І., Ладунка І.					+	
Бечко П., Голобородько Я.					+	
Вініченко І.					+	
Кирчата І., Поясник Г.						+
Тридід О.						+
Бугас В., Невмержицька С., Бугас Н.						+
Янковий О.						+
Усього	3	2	11	9	5	4

З іншої сторони, варто зауважити, що конкурентоспроможність підприємства визначається системою показників, які характеризують його економічний розвиток, дотримання екологічних вимог виробництва та споживання, а також соціальну складову. Отож, можна стверджувати, що категорія конкурентоспроможності підприємства повинна відображати концепцію сталого розвитку, яка передбачає забезпечення сталого соціо-еколого-економічного розвитку. В умовах глобалізації та турбулентності середовища, підприємства постійно вступають у жорстку конкурентну боротьбу за споживача, що потребує відповідального виробництва продукції як критерію економічно виправданого використання ресурсів та можливостей; застосування екологічного підходу до виробництва органічної продукції та уникнення деструктивного навантаження на довкілля, а також соціальної складової, спрямованої на створення сприятливих умов праці для працівників та на задоволення потреб споживача як соціумів суспільства. Тому, саме сталий розвиток виступає тим критерієм, який здатен забезпечити конкурентоспроможність підприємства та його сталу конкурентну позицію у ринковому середовищі.

В умовах переходу до нового технологічного укладу, а саме Індустрії 4.0 забезпечення конкурентоспроможності підприємства повинне відбуватись із врахуванням інноваційного підходу, де вагоме місце належить застосуванню SMART підходів до формування його конкурентних переваг. Використання SMART підходу дозволить визначити та сформулювати ті конкурентні переваги, які стануть важливими та ключовими при адаптації підприємства до нових запитів споживачів та можливостей, які створює конкурентне середовище. SMART підхід є тим критерієм, який дозволяє створити інноваційно унікальну споживчу цінність, ефективно використати наявні ресурсні можливості, укріпити свою ринкову присутність, забезпечити пізнаваність серед споживачів, а відтак – забезпечити конкурентоспроможність підприємства у стратегічній перспективі. Варто зауважити, що в умовах діджиталізації суспільства, важливим є розгляд конкурентоспроможності з позиції цифровізації, яка

дозволить застосовувати різні інформаційно-комунікаційні технології у формуванні та розвитку конкурентних переваг, збільшувати конкурентоспроможність підприємств малого бізнесу на основі технологій, інновацій та інтелектуального капіталу. Трансформація змістових характеристик поняття «конкурентоспроможність підприємства» наведена на рисунку 1.



**Рис. 1. Трансформація змістових характеристик поняття
«конкурентоспроможність підприємства»**

Наведений рисунок ілюструє різновекторність категорії конкурентоспроможності підприємства, яка синтезує у собі такі характеристики, як ресурси, можливості, стратегію, ринок, сталість, SMART та цифровізацію. Усі ці ознаки є визначальними для довгострокового зростання підприємства малого бізнесу, ефективного ведення конкурентної боротьби, забезпечення конкурентного статусу у ринковому середовищі.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Таким чином, пропонується на фоні існуючих змістових характеристик (здатність підприємства до ведення ефективної діяльності, управлінський вплив на створення конкурентоспроможних товарів, робіт, послуг, стратегічний імператив розвитку підприємства, наявні конкурентні переваги підприємства у порівнянні з іншими суб'єктами господарювання, утримання ринкової позиції (позиціонування) у конкурентному середовищі,

ресурсні можливості підприємства конкурувати на ринку), конкурентоспроможність підприємств малого бізнесу розглядати з позиції забезпечення безпеки та сталого розвитку, можливості застосування SMART підходів до розробки напрямів підтримки та масштабування конкурентного статусу, а також цифрових технологій як важливого інструменту трансформації бізнесу в умовах індустріалізації суспільства. Досліджуючи конкурентоспроможність підприємств малого бізнесу із цих позицій, можна буде усесторонньо підійти до оцінки та виваженого вибору напрямів її забезпечення в умовах сьогодення.

Література

1. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підручник. Київ : КНЕУ. 2001. 528 с.
2. Журба І. О., Коляденко Ю. М. Сутність і значення конкурентоспроможності підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. Збірник наукових праць. 2012. Випуск 35. С. 97-103.
3. Злидень І. М. Концептуальні засади системного управління конкурентним потенціалом. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. Економічна серія. 2005. С. 63-67.
4. Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. Львів : Компакт-ЛВ. 2005. 304 с.
5. Цибульська Е. І., Мацигура В. І. Теоретичні підходи до формування стратегії підвищення конкурентоспроможності організації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 22. Ч. 3. С. 98-102.
6. Пуцентейло П. Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції. *Інноваційна економіка*. № 4. 2015. С. 80-86.
7. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури. 2006. 384 с.

8. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія. За заг. ред. Ю.Б. Іванова, О.М. Тищенка. Харків : ІНЖЕК, 2006. 384 с.
9. Піддубний І., Піддубна Л. Теорія конкурентоспроможності: сучасний стан і предметно-методологічні аспекти розвитку. *Економіка України*. 2007. № 8. С. 52-60.
10. Стратегічне управління : навч. посіб. В.Л. Дикань та ін. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 272 с.
11. Акімова Л. М., Корж М. В., Чуб І. В. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства : монографія. Рівне : НУВГП. 2017. 121 с.
12. Дмитренко Н. М. Конкурентоспроможність переробних підприємств малого бізнесу в АПК : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Херсонський держ. ун-т. Херсон, 2008. 191 с.
13. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : монографія. Тернопіль : Економічна думка. 2008. 570 с.
14. Гуцуляк В. Р. Концептуальні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Агросвіт*. 2016. № 24. С. 82-85.
15. Крючкова Ж.В. Сутність конкуренції і конкурентоспроможності аграрних підприємств як економічних категорій. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 12. С. 49-53.
16. Яремченко Л. М. Конкурентоспроможність підприємства: економічна сутність та чинники впливу. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія. Одеса : Атлант, 2017. С. 57-66.
17. Демчук Н.І., Донських А.С., Ясинський В.М. Економічна сутність конкурентоспроможності підприємства та шляхи її підвищення. *Економіка і суспільство*. Випуск № 13. 2017. С. 424-430.
18. Іванюта В.Ф. Теоретико-методологічні підходи формування конкурентоспроможності. *Агроінком*. 2008. № 1-2. С. 97–101.

19. Кривенко Л.В. Сучасні механізми забезпечення конкурентоспроможності національної економіки : монографія. Суми : СумДУ, 2018. 330 с.

20. Беленький П. Дослідження проблем конкурентоспроможності. *Вісник НАН України*. 2007. № 5. С. 9-18.

21. Смолін І.В. Стратегічна конкурентоспроможність підприємства: змістовні імперативи та критерії оцінювання. *Стратегія економічного розвитку України*. 2015. № 36. С. 126-137.

22. Бабина О.Є. Потенціал як системна економічна категорія. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 36. С. 23–26.

23. Фісуненко П. А. Підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства: сутність та еволюція поняття. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. Випуск 2 (58) 2020. С. 152-161. URL : http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2020/58_2020/30.pdf

24. Брінь П. В., Мохамад Нехме. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, показники та методичні засади динамічної оцінки. Причорноморські економічні студії. Випуск 64. 2021. С. 36-43. URL : http://bses.in.ua/journals/2021/64_2021/9.pdf

25. Дашко І. М. Конкурентоспроможність підприємства: загальні риси та відмінності. *Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»*. № 1 (30). 2016. С. 103-110. URL : <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/121287>

26. Воронкова А. Е. Конкурентоспроможність підприємства: механізм управління та діагностика. *Економіка промисловості*. 2009. № 3. С. 133-137.

27. Шевельова С. О. Конкурентоспроможність молочного підкомплексу : монографія. Тернопіль : Збруч, 2001. 408 с.

28. Брітченко І. Г., Ладунка І. С. Актуальні проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Сер. Економіка. 2015. Вип. 1(1). С. 116-118.

29. Бечко П. К., Голобородько Я. О. Теоретичні засади сутності економічних категорій «конкуренція» і конкурентоспроможність». *Ефективна економіка*. № 7. 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191>

30. Вініченко І. І. Еволюція підходів у дослідженні конкурентоспроможності. *Агросвіт*. 2012. Вип. 8. С. 3-6.

31. Кирчата І. М., Поясник Г. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі : монографія. Харків : ХНАДУ, 2009. 160 с.

32. Тридід О.М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.06.01. Донецьк, 2003. 24 с.

33. Бугас В. В., Невмержицька С. М., Бугас Н. Р. Економічна сутність конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. № 11. 2018. С. 94-97.

34. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня і напрями підвищення : монографія. За ред. О.Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.

References

1. Pokropivnyi, S.F. (2001), *Ekonomika pidpryiemstva* [Enterprise economics], KNEU, Kyiv, Ukraine.

2. Zhurba, I.O. and Kolyadenko, Yu.M. (2012), “The essence and significance of enterprise competitiveness”, *Zbirnyk naukovykh prats' “Problemy i perspektyvy rozvytku bankivs'koi systemy Ukrainy”*, vol. 35, pp. 97-103.

3. Zlyden I. M. (2005), “Conceptual principles of system management of competitive potential”, *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho universytetu im. V.N. Karazina. Ekonomichna seriia*, pp. 63-67.

4. Kuzmin, O. Ye. and Horbal, N. I. (2005), *Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva* [Management of the international competitiveness of the enterprise], Kompakt-LV, Lviv, Ukraine.

5. Tsybulska, E. I. and Matsygura, V. I. (2018), “Theoretical approaches to the formation of a strategy for increasing the competitiveness of the organization”, *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Ser. Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, vol. 22, no. 3, pp. 98-102.

6. Pucenteilo, P. R. (2015), “Enterprise competitiveness: definition analysis methodology”, *Innovatsijna ekonomika*, vol. 4, pp. 80-86.

7. Dolzhansky, I. Z. and Zagorna, T. O. (2006), *Konkurentospromozhnist' pidpryiemstva* [Competitiveness of the enterprise], Center for Educational Literature, Kyiv, Ukraine.

8. Ivanova, Yu.B. and Tishchenka, O.M. (2006), *Teoretychni osnovy konkurentnoi stratehii pidpryiemstva* [Theoretical foundations of the company's competitive strategy], INZHEK, Kharkiv, Ukraine.

9. Piddubny, I. and Piddubna, L. (2007), "Theory of competitiveness: current state and subject-methodological aspects of development", *Ekonomika Ukrainy*. vol. 8, pp. 52-60.

10. Dykan, V. L. (2013), *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management]. Center for Educational Literature, Kyiv, Ukraine.

11. Akimova, L.M., Korzh, M.V. and Chub, I.V. (2017), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu promyslovoho pidpryiemstva* [Management of the competitiveness of an industrial enterprise], NUVHP, Rivne, Ukraine.

12. Dmytrenko, N. M. (2008). "Competitiveness of processing enterprises of small business in the agricultural sector", Abstract of Ph.D. dissertation, Economics and enterprise management, Kherson State University, Kherson, Ukraine.

13. Tarnavska, N. P. (2008), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Management of the competitiveness of enterprises: theory, methodology, practice], Economic thought, Ternopil, Ukraine.

14. Hutsulyak, V. R. (2016), "Conceptual approaches to assessing the level of competitiveness of agricultural enterprises", *Ahrosvit*, vol. 24. pp. 82-85.

15. Kryuchkova, Zh.V. (2016), "The essence of competition and competitiveness of agricultural enterprises as economic categories". *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 12, pp. 49-53.

16. Yaremchenko, L. M. (2017), *Konkurentospromozhnist' pidpryiemstva: ekonomichna sutnist' ta chynnyky vplyvu. Teoretychni, metodolohichni ta praktychni aspekty konkurentospromozhnosti pidpryiemstv* [Enterprise competitiveness: economic essence and influencing factors. Theoretical, methodological and practical aspects of the competitiveness of enterprises], Atlant, Odesa, Ukraine.

17. Demchuk, N.I., Donskikh, A.S. and Yasynskyi, V.M. (2017), "The economic essence of enterprise competitiveness and ways to increase it", *Ekonomika i suspil'stvo*, vol. 13, pp. 424-430.

18. Ivanyuta, V.F. (2008), "Theoretical and methodological approaches to the formation of competitiveness", *Agroincom*, vol. 1-2, pp. 97-101.

19. Kryvenko, L.V. (2018), *Suchasni mekhanizmy zabezpechennia konkurentospromozhnosti natsional'noi ekonomiky* [Modern mechanisms for ensuring the competitiveness of the national economy], Sumy State University, Sumy, Ukraine.

20. Belenky, P. (2007), "Study of problems of competitiveness". *Visnyk NAN Ukrainy*, vol. 5, pp. 9-18.

21. Smolin, I.V. (2015), "Strategic competitiveness of the enterprise: meaningful imperatives and assessment criteria", *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, vol. 36, pp. 126-137.

22. Babina, O.E. (2011), "Potential as a systemic economic category", *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 36, pp. 23-26.

23. Fisunenکو, P.A. (2020), "Approaches to determining the competitiveness of an enterprise: the essence and evolution of the concept", *Naukovo-vyrobnychyj zhurnal "Biznes-navihator"*, [Online], vol. 2 (58), pp. 152-161, available at: http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2020/58_2020/30.pdf

24. Brin, P.V. and Mohamad, Nehme (2021), "Enterprise competitiveness: essence, indicators and methodological principles of dynamic assessment", *Prychornomors'ki ekonomichni studii*, [Online], vol. 64, pp. 36-43, available at: http://bses.in.ua/journals/2021/64_2021/9.pdf

25. Dashko, I.M. (2016), "Enterprise competitiveness: common features and differences", *Mizhnarodnyj naukovo-vyrobnychyj zhurnal "Stalyj rozvytok ekonomiky"*, [Online], vol. 1 (30), pp. 103-110, available at: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/121287>.

26. Voronkova, A.E. (2009), "Enterprise competitiveness: management mechanism and diagnostics", *Ekonomika promyslovosti*, vol. 3, pp. 133-137.

27. Shevelyova, S. O. (2001), *Konkurentospromozhnist' molochnoho pidkompleksu* [Competitiveness of the dairy sub-complex], Zbruch, Ternopil, Ukraine.

28. Britchenko, I.G. and Ladunka, I.S. (2015), “Actual problems of increasing the competitiveness of products of domestic enterprises”, *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho universytetu*, vol. 1(1), pp. 116-118.

29. Bechko, P. K. and Holoborodko, Y. O. (2015), “Theoretical foundations of the essence of the economic categories competition and competitiveness”. *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 7, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4191>

30. Vinichenko, I. I. (2012), “Evolution of approaches in the study of competitiveness”, *Ahrosvit*, vol. 8, pp. 3-6.

31. Kirchata, I.M. and Poyasnyk, G.V. (2009), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryemstva v hlobal'nomu seredovyschi* [Managing the competitiveness of an enterprise in a global environment], KHNAHU, Kharkiv, Ukraine.

32. Tridyd, O.M. (2003), “Enterprise development strategy in crisis conditions”, Ph.D Thesis, Economy, organization and management of enterprises, Donetsk National University, Donetsk, Ukraine.

33. Bugas, V.V., Nevmerzhitska, S.M. and Bugas, N.R. (2018), “Economic essence of competitiveness and competitive advantages of the enterprise”, *Modern Economics*, vol. 11, pp. 94-97.

34. Yankoviy, O.H. (2013), *Konkurentospromozhnist' pidpryemstva: otsinka rivnia i napriamy pidvyschennia* [Enterprise competitiveness: assessment of the level and directions for improvement], Atlant, Odesa, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 04.06.2024 р.