



Наукові перспективи
Видавнича група

№ 2 (56)

2026

НАУКА i ТЕХНІКА

СЬОГОДНІ

З Україною

в серці!



Видавнича група «Наукові перспективи»

Всеукраїнська Асамблея докторів наук із державного управління

Асоціація науковців України

«Наука і техніка сьогодні»

Випуск № 2(56) 2026

Київ – 2026

Publishing Group «Scientific Perspectives»

Ukrainian Assembly of Doctors of Sciences in Public Administration

Association of Scientists of Ukraine

"Science and technology today"

Issue № 2(56) 2026

Kyiv – 2026

ISSN 2786-6025 Online

УДК 001.32:1 /3](477)(02)

R40-05553

DOI:  Crossref
we use DOIs

[https://doi.org/10.52058/2786-6025-2026-2\(56\)](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2026-2(56))

**«Наука і техніка сьогодні» (Серія «Педагогіка», Серія «Право», Серія «Економіка»,
Серія «Фізико-математичні науки», Серія «Техніка»):
журнал. 2026. № 2(56) 2026. С. 2589**



*Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 № 320
журналу присвоєно категорію "Б" із економіки та педагогіки
(спеціальності – 015 - Педагогічні науки; 076 - Економічні науки)*

*Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 06.06.2022 № 530 журналу
присвоєно категорію "Б" із права (спеціальність – 081 Юридичні науки)*

*Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 10.10.2022 № 894 журналу присвоєно
категорію "Б" із техніки (спеціальність - 122 Комп'ютерні науки)*

*Журнал видається за підтримки Міждержавної гільдії інженерів консультантів, Інституту філософії та
соціології Національної Академії Наук Азербайджану (Баку, Азербайджан), громадської організації «Християнська
академія педагогічних наук України» та громадської організації «Всеукраїнська асоціація педагогів і психологів з
духовно-морального виховання»*

*Рекомендовано до видавництва Президією Всеукраїнської Асамблеї докторів наук з державного управління
(Рішення від 24.02.2026, № 8/2-26)*



Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index
Copernicus (IC), міжнародної пошукової системи Google Scholar та до
міжнародної наукометричної бази даних Research Bible

Згідно Порядку формування Переліку наукових фахових видань України, затвердженого наказом МОН
України від 15.01.2018 № 32, повнотекстовий доступ до наукових статей журналу представлений на платформі
«Наукова періодика України» в Національній бібліотеці України імені В.І. Вернадського НАН України та в
Національному репозитарії академічних текстів

Головний редактор:



Головний редактор: Коренева Інна Миколаївна - доктор педагогічних наук, професор, декан факультету природничої і фізико-математичної освіти Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка; професор кафедри теорії і методики викладання природничих дисциплін Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка (Україна)

Редакційна колегія:

- **Бабчук Олена Григоріївна** - кандидат психологічних наук, доцент, завідувач кафедри психології та педагогіки Одеського державного університету внутрішніх справ (Україна)
- **Біляковська Ольга Орестівна** - доктор педагогічних наук, професор, завідувачка кафедри загальної педагогіки та педагогіки вищої школи Львівського національного університету імені Івана Франка (Україна)
- **Гончарук Валентина Анатоліївна** - кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри української літератури, українознавства та методик їх навчання Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (Україна)

- **Гуменюк Тетяна Костянтинівна** - доктор філософських наук, Заслужений працівник освіти України, професор, проректор з науково-педагогічної роботи, інноваційно-методичного забезпечення освітнього та наукового процесів Київської муніципальної академії музики ім. Р.М. Глієра (Київ, Україна)
- **Доктор Мутмайна** – викладач Університету Аль Асярія Мандар Сулавесі Барат, Індонезія, ад'юнкт-професор Департаменту освіти, Університет Manipal GlobalNxt Малайзії (Малазія)
- **Кожевникова Алла Власівна** - доцент кафедри освітології та педагогіки мистецтва МДПУ імені Богдана Хмельницького, (Україна)
- **Литовченко Ірина Миколаївна** - доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри англійської мови технічного спрямування №2 Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського" (Київ, Україна)
- **Марчук Оксана Олександрівна** - доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри загальної педагогіки та дошкільної освіти ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» (Рівне, Україна)
- **Небеленчук Ірина Олександрівна** - доктор педагогічних наук, старший викладач кафедри теорії і методики середньої освіти комунального закладу «Кіровоградський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти імені Василя Сухомлинського» (Кіровоград, Україна)
- **Островська Маріанна Ярославівна** - доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки, психології, початкової, дошкільної освіти та управління закладом освіти Закарпатського угорського університету імені Ференца Ракоці II (Україна, Берегово)
- **Р. Ахмад Закі Ель Ісламі** – доцент, професор, доктор філософії, Департамент наукової освіти, Факультет підготовки вчителів та освіти, Університет Султана Агенга Тіртаєса (Індонезія)
- **Шевчук Лариса Дмитрівна** - доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри математики, інформатики і методики навчання Університету Григорія Сковороди в Переяславі (Переяслав, Україна)

Статті розміщені в авторській редакції. Відповідальність за зміст та орфографію поданих матеріалів несуть автори

ISSN 2786-6025 Online

Швайка Д.М.

316

*РОЗВИТОК АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВИХ ЗАСАД ВЗАЄМО-
ДІЇ ІНСТИТУТІВ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА З
СЕКТОРОМ БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ УКРАЇНИ*

Шевченко М.В.

329

*ВЛАДНІ УПРАВЛІНСЬКІ ФУНКЦІЇ ТА ОЗНАКИ ЇХ ВИКОНАННЯ
ПРИВАТНИМИ ОСОБАМИ*

СЕРІЯ «Економіка»

Андрусів У.Я., Бойчук О.І.

339

*СИНЕРГІЯ ESG ТА ФІНТЕХУ В ФОРМУВАННІ СТАЛОЇ
ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ*

Васильєва О.В.

351

*КЛАСИЧНІ ТЕОРІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ: МЕТОДО-
ЛОГІЧНІ ОБМЕЖЕННЯ У КОНТЕКСТІ
УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЙ*

Гирка О.І., Скробато С.М., Бодак М.П., Ковальчук Х.І.

364

*СТРАТЕГІЯ ШРИНКФЛЯЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИС-
ЛОВОСТІ В УМОВАХ РИНКОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ*

Григорук А.А., Литвин Л.М.

379

*НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ “КОНКУ-
РЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА”*

Грінка Т.І., Горпинченко О.В.

394

*ЕЛЕКТРОННА ДЕМОКРАТІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПІДПРИЄМ-
НИЦЬКЕ СЕРЕДОВИЩЕ*

Живко З.Б., Панченко В.А., Остапенко О.М.

408

*ІННОВАЦІЙНА КОНЦЕПЦІЯ АДАПТАЦІЇ В СТРАТЕГІЧНОМУ
УПРАВЛІННІ БЕЗПЕКОЮ БІЗНЕСУ*

Григорук Анатолій Ананійович кандидат економічних наук, доцент кафедри філософії та суспільних наук, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, <https://orcid.org/0000-0003-4200-4440>

Литвин Любов Мирославівна кандидат економічних наук, доцент кафедри філософії та суспільних наук, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, <https://orcid.org/0000-0003-3850-6587>

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ “КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА”

Анотація. У статті здійснено системний аналіз наукових підходів до трактування поняття “конкурентоспроможність підприємства” в умовах сучасної ринкової економіки. Актуальність дослідження зумовлена посиленням конкурентної боротьби, глобалізаційними процесами, динамічними змінами зовнішнього середовища та необхідністю підвищення ефективності функціонування вітчизняних підприємств. Метою статті є узагальнення та критичне осмислення основних теоретичних підходів до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства, а також виявлення її сильних і слабких сторін.

У роботі проаналізовано еволюцію наукових поглядів на дану категорію в межах ресурсного, результативного, системного, стратегічного, інноваційного та маркетингового підходів. Обґрунтовано, що конкурентоспроможність підприємства є багатоаспектною економічною категорією, яка відображає здатність суб'єкта господарювання ефективно використовувати наявні ресурси, адаптуватися до змін зовнішнього середовища, формувати та реалізовувати конкурентні переваги з метою досягнення стійких позицій на ринку. Особливу увагу приділено взаємозв'язку конкурентоспроможності з показниками ефективності діяльності, інноваційного розвитку та стратегічного управління.

Узагальнення наукових підходів дозволило запропонувати комплексне розуміння конкурентоспроможності підприємства як інтегральної характеристики, що поєднує внутрішні можливості підприємства та результати його ринкової діяльності. Практичне значення статті полягає у можливості використання отриманих висновків для формування методологічної основи

ISSN 2786-6025 Online

оцінювання конкурентоспроможності та розроблення управлінських рішень, спрямованих на її підвищення.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкуренція, конкурентна боротьба, конкурентні переваги, наукові підходи, ефективність діяльності.

Hryhoruk Anatoly Ananiyovych Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy and Social Sciences, Ternopil National Pedagogical University named after Volodymyr Hnatyuk, <https://orcid.org/0000-0003-4200-4440>

Lytvyn Lyubov Myroslavivna Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy and Social Sciences, Ternopil National Pedagogical University named after Volodymyr Hnatyuk, <https://orcid.org/0000-0003-3850-6587>

SCIENTIFIC APPROACHES TO INTERPRETING THE CONCEPT OF “COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE”

Abstract. The article provides a systematic analysis of scientific approaches to interpreting the concept of ‘enterprise competitiveness’ in the context of the modern market economy. The relevance of the study is determined by intensifying competition, globalisation processes, dynamic changes in the external environment, and the need to improve the efficiency of domestic enterprises. The purpose of the article is to summarise and critically examine the main theoretical approaches to defining the essence of enterprise competitiveness, as well as to identify its strengths and weaknesses.

The paper analyzes the evolution of scientific views on this category within the framework of resource, performance, systemic, strategic, innovative, and marketing approaches.

It is substantiated that the competitiveness of an enterprise is a multifaceted economic category that reflects the ability of a business entity to effectively use available resources, adapt to changes in the external environment, and form and implement competitive advantages in order to achieve a stable position in the market. Particular attention is paid to the relationship between competitiveness and indicators of performance, innovative development, and strategic management.

The generalization of scientific approaches has made it possible to propose a comprehensive understanding of enterprise competitiveness as an integral characteristic that combines the internal capabilities of the enterprise and the results of its market activities. The practical significance of the article lies in the possibility

of using the conclusions obtained to form a methodological basis for assessing competitiveness and developing management decisions aimed at improving it.

Keywords: competitiveness of an enterprise, competition, competitive struggle, competitive advantages, scientific approaches, efficiency of activity.

Постановка проблеми. Сучасний рівень розвитку економіки характеризується постійними змінами в зовнішньому середовищі, мінливістю попиту, наявністю великої кількості підприємств різних форм власності, збільшення невизначеності та ризиків з якими стикається підприємство у процесі діяльності. Для того, щоб вижити в ринковій економіці підприємству необхідно оперативно реагувати на найменші зміни, які відбуваються в конкурентному середовищі.

Актуальність досліджуваної проблеми ґрунтується на тому, що конкурентоспроможність підприємства є тією категорією, яка забезпечує його рентабельність, прибутковість, можливість підприємства адаптуватися до мінливих умов ринкової економіки. Не всі підприємства готові до введення конкурентної боротьби. Навіть наявність конкурентних переваг не забезпечує стабільного розвитку підприємства, адже потрібно вміти правильно використати наявні у нього інструменти, для покращення свого становища у конкурентній боротьбі. Тому на сьогодні дуже гостро постала проблема управління конкурентоспроможністю підприємства. Адже вдале використання наявних переваг є дуже важливим фактором формування стратегії підприємства, яка допоможе йому вистояти у конкурентній боротьбі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В економічній науці дана проблема представлена великою кількістю праць, в яких розглядаються питання конкурентоспроможності підприємства. Умовно її можна поділити на дві групи. Перша група – це праці, автори яких намагалися проаналізувати конкурентоспроможність як визначальний показник ефективної діяльності підприємства. До таких узагальнюючих праць належать роботи Бочко О., Кожушко П. [1], Буряченко О., Ткачук Л., Коваль Н. [2], Виноградової О., Асана А., Чарної О. [3], Ковтуненка К., Дідан К., Ковальчук О. [4], Кишакевича Б., Демидюка Б., Волинського О. [5], Мануйловича Ю. [6], Кадируса І. [7], які у своїх працях систематизували наявну інформацію про конкурентоспроможність підприємства, як економічну категорію та теоретичні підходи до неї. Так, Буряченко О., Ткачук Л., Коваль Н., Кадирус І. визначили чинники, які впливають на конкурентоспроможність підприємства [2; 7].

До другої групи належать праці, автори яких досліджували окремі аспекти оцінювання та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Так, Халімон Т. [8] досліджував стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Семенчук І., Мала Ю. [9] розробляли шляхи підвищення конку-

ISSN 2786-6025 Online

рентоспроможності підприємства. Частина науковців, зокрема Лук'янова В. [10], Вітлінський В. [11], Донець Л. [12] досліджували вплив ризиків на діяльність підприємства та його конкурентоспроможність. Інноваційну діяльність, як чинник підвищення конкурентоспроможності, досліджували Волков О., Денисенко М., Гречан А. [13].

Мета статті. Проаналізувати сутність конкурентоспроможності підприємства та огляд основних теоретичних підходів до неї.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність – це ринкова категорія, яка має динамічний характер, вона може змінюватися в залежності від кон'юктури ринку, конкуренції, зміни цін, реклами тощо. На сьогодні існує безліч визначень поняття “конкурентоспроможність”, які беруть до уваги певні її якості, такі як примусовість, динамічність, спільність конкурентних та монополістичних засад, а також зв'язок з інноваційними процесами.

Розглянемо і проаналізуємо деякі наукові підходи щодо тлумачення сутності поняття “конкурентоспроможність”.

Агеєва Є., Піча С. наголошує, що конкурентоспроможність – це здатність діяти в умовах конкуренції, отримувати при цьому прибуток, достатній для науково-технічного вдосконалення виробництва, стимулювання працівників і підтримки продукції на високому якісному рівні [14, с. 327]. На важливості конкуренції для конкурентоспроможності також наголошують Кишакевич Б., Демидюк Б., Волинський О. [5].

Осовська Г., Юшкевич О., Завадський Й. вважають, що конкурентоспроможність – можливість здійснювати свою діяльність за умов відкритого ринку і залишатися тривалий час прибутковим. Вони переконані, що існує чотири основних фактори, що визначають рівень конкурентоспроможності: технологія, наявність каналів, людських ресурсів, стан зовнішньоекономічної діяльності [15, с. 139-140].

На переконання Коноплицького В., Філіна Г. конкурентоспроможність є найбільш загальним показником ефективності економічного суб'єкта (підприємства, фірми), що визначає його потенціал в конкурентній боротьбі. Здатність підтримувати продуктивність праці на більш високому рівні, ніж у конкурентів [16, с. 209].

У дослідженні Ковтуненко К., Дідан К., Ковальчук О. конкурентоспроможність підприємства – багатопланова економічна категорія, яка не має загальноприйнятого, універсального визначення, що задовольняє всіх учасників ринкових відносин. Конкурентоспроможність підприємства як поняття містить великий комплекс економічних характеристик, які визначають положення підприємства на ринку, формування економічних умов виробництва, а також збуту товару підприємства [4, с. 103].

У монографії за редакцією Янкового О. наведено досить вдале визначення конкурентоспроможності, як сукупності об'єктивних відносин між суб'єктами господарювання в умовах ринкових відносин. Вони характеризуються постійним суперництвом товаровиробників за прихильність споживачів на основі переваг продукції, що виробляється або послуг, що надаються. Конкурентоспроможність підприємства забезпечується передусім виробничою ефективністю, яка реалізується завдяки сучасному обладнанню, технологіям, кваліфікованості працівників тощо [18, с. 16].

Конкурентоспроможності підприємства, як ринковій категорії властиві такі якості, як порівнюваність, просторовість, динамічність, предметність, атрибутивність, системність, об'єктивність [6, с. 14].

Порівнюваність це властивість конкурентоспроможності, яку визначають у порівнянні з підприємствами-конкурентами, які працюють на одному й тому ж ринку та випускають аналогічну продукцію або надають такі ж послуги.

Просторовість це властивість конкурентоспроможності, яку визначають у межах певного ринку, адже за однакових умов підприємство може бути конкурентоспроможним на одному ринку, але неконкурентоспроможним – на іншому.

Тому це потрібно враховувати у процесі його функціонування.

Ще однією властивістю конкурентоспроможності є динамічність. Вона є обмеженою у часі, адже під впливом різних обставин конкурентоспроможність підприємства може змінюватися, зростати або зменшуватися. Дослідження конкурентоспроможності підприємства передбачає постійний контроль за її рівнем, регулярний моніторинг показників, які на неї впливають та пошук джерел її формування.

Предметність передбачає виділення набору параметрів, з яких формується конкурентоспроможність підприємства, таких як висока якість продукції, застосування новітніх технічних засобів та технологій для її виробництва, високий рівень кваліфікації працівників, створення позитивного іміджу підприємства та його продукції в свідомості споживачів, використання маркетингових технологій для просування продукції на ринку, забезпечення підприємства ресурсами необхідними для виробництва та реалізації продукції, наявність запатентованих унікальних винаходів, здійснених працівниками підприємства, використання прогресивних технологій в управлінні тощо [7].

Атрибутивність як властивість конкурентоспроможності вимагає виділення унікальних характеристик, властивих даному підприємству, які забезпечують його перевагу над конкурентами. Це може бути унікальна продукція, яка виготовляється тільки на цьому підприємстві, оригінальна технологія виробництва або додаткові послуги, які надаються покупцям даного товару та ін.

ISSN 2786-6025 Online

Системність обумовлює дослідження максимально можливої кількості параметрів, які впливають на формування конкурентоспроможності підприємства, а також виявлення взаємозв'язку між їх складовими. Тобто системність передбачає виявлення сукупності наукових методів і практичних прийомів, які спрямовані на розв'язання проблем, які виникають у результаті функціонування підприємства [18, с. 278].

Об'єктивність як властивість конкурентоспроможності підприємства вказує на те, що її дослідження має ґрунтуватися на перевірній інформації, а висновки мають бути побудованими на основі точних аналітичних розрахунків.

На сучасному етапі розвитку економіки виділяють ряд ознак конкурентоспроможності підприємств. Їх класифікують за певними ознаками. За територіально-географічною ознакою конкурентоспроможність поділяють на такі види: міжнародна, внутрішньо національна та регіональна. За фіксацією у часі виділяють на певну дату в минулому, поточну або прогностичну. За рівнем конкуруючих об'єктів виділяють: галузеву (комплексу галузей), підприємства або товару.

Конкурентоспроможність галузі можна визначити на основі наявності в ній певних умов для виробництва та збуту продукції високої якості, яка може задовольнити вимоги споживачів. Конкурентоспроможність галузі це характеристика, яка визначає здатність підприємств входити до складу галузі, оперативно реагувати на зміни, які відбуваються в її структурі, зберігати та підвищувати ефективність виробництва та управління [18, с. 7].

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність виробляти та реалізовувати продукцію, яку воно виробляє швидко, дешево та якісно, тобто продавати її достатню кількість забезпечуючи при цьому високий технологічний рівень обслуговування. Загалом вона характеризується можливістю ефективно розпоряджатися наявними ресурсами в умовах існуючого ринку. Конкурентоспроможність підприємства виражається за допомогою його окремих складових, таких як технології, ресурси, менеджмент (у якому найважливіша роль відводиться стратегічному поточному плануванню), навички і знання персоналу тощо, які знаходять вираження в результаті, який виражається в якості продукції, її прибутковості та продуктивності тощо.

Конкурентоспроможність продукції характеризується ступенем її відповідності вимогам певних цільових груп споживачів або певного ринку за найважливішими технічними, економічними та екологічними характеристиками.

Конкурентоспроможність товару – це його здатність найбільш повно відповідати запитам споживачів порівняно з товарами представленими іншими виробниками на ринку товарів та послуг. Вона визначається рядом конкурентних переваг, таких як якість, технічний рівень, споживчі властивості

товару, які органічно пов'язані з цінами, установленими продавцями на даний товар. На ціну товару впливають переваги, які надає виробник товару своєму покупцеві. Це може бути сервіс (гарантійний та післягарантійний), реклама, імідж виробника товару, ситуація на ринку та коливання попиту на виготовлений товар. Конкурентоспроможність товару проявляється на ринку в момент його реалізації. Вона визначається покупцем, який купляючи продукцію, визначає рівень відповідності товару своїм потребам.

Конкурентоспроможність продукції тісно пов'язана з конкурентоспроможністю підприємства, вони співвідносяться як частина та ціле. Адже можливості підприємства конкурувати на товарному ринку залежать від конкурентоспроможності товару, який воно виробляє або послуги, яку надає споживачам. Крім того, на конкурентоспроможність впливають методи управління господарською діяльністю. Всі ці характеристики знаходять своє відображення на результатах конкурентної боротьби.

На думку Виноградової О., Асан Ж., Чарної О. конкурентоспроможність є багатогранне поняття, яке включає якісні і цінові параметри промислової продукції і залежне від рівня розвиненості менеджменту, системи управління фінансовими потоками, інвестиційної та інноваційної складовими його діяльності і відображає одну з найважливіших ринкових властивостей наявності конкуренції [3, с. 6-7].

Науковці Кишакевич Б., Демедюк Б., Волинський О. наголошують, що конкуренція представляє собою економічне суперництво, існуюче чи потенційне, між двома чи більше компаніями на відповідному ринку, коли їхні дії фактично обмежують можливості кожної з них впливати в односторонньому порядку на реалізацію продукції на цьому ринку [5, с. 43].

Професор Гарвардської школи бізнесу Портер М. також відзначає, що конкурентоспроможність об'єкту залежить від мінливості конкуренції і визначає конкуренцію як динамічну категорію, яка базується на постійному оновленні та пошуку стратегічних відмінностей [18, с. 39].

Поняття конкурентоспроможності включає сукупність характеристик, які впливають на становище підприємства на галузевому, регіональному та світовому ринку.

Рівень конкурентоспроможності підприємства віддзеркалює підсумки роботи усіх його підрозділів, а також стан середовища в якому функціонує підприємство на даний проміжок часу. За "ступенем виявлення" конкурентоспроможність поділяють на фактичну (реальну), яка визначається у результаті суперництва між відповідними об'єктами в процесі залучення коштів споживачів в обмін на однорідні товари та потенційну, яка відображає максимальну фактичну конкурентоспроможність враховуючи чинники певного ринку чи окремого сегменту.

ISSN 2786-6025 Online

Класиком теорії конкуренції та конкурентоспроможності є Портер М., який досліджував категорію “конкурентних переваг” як ключових факторів успіху, характерних для певного підприємства чинників, що дають йому переваги над конкурентами. Він виділяв два основних види конкурентних переваг: більш низькі витрати та диференціація товарів [18, с. 54]. Портер М. доводить, що конкурентна перевага залежить від ефективності використання наявних у підприємства ресурсів, де критерієм її оцінки виступає рентабельність виробництва. Рівень конкурентної переваги необхідно оцінювати щодо підприємства-лідера в галузі в якій функціонує конкретне підприємство [18, с. 55].

Ряд економістів вважає, що конкурентна перевага підприємства визначається якщо його прибуток є вищим, ніж прибуток конкурентів. Більш високі прибутки дозволяють інвестувати нерозподілений прибуток у майбутні проекти. Якщо така перевага зберігається протягом тривалого часу, це характеризує стійку конкурентну перевагу підприємства. Портер М. виділяє два головних шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства. Перший – це зниження собівартості продукції, що дозволить збільшити прибутки, забезпечивши рентабельність виробництва і тим самим збільшити частку ринку, яку займає підприємство. Другий спосіб це диференціація продукції (послуг) в тих напрямках, які є затребуваними покупцями [18, с. 60-62].

Проте щоб диференціація призвела до росту конкурентоспроможності підприємства потрібно, щоб виконувалися ряд умов, зокрема диференціація повинна привести до появи унікального продукту. Елемент унікальності якого повинен мати цінність для покупців. Ця цінність має бути такою, що покупець погодиться сплатити за неї цінову винагороду. Елемент диференціації має бути стійким, щоб конкуренти не змогли його відтворити у найближчому майбутньому. Цінова премія, яку готові платити покупці повинна бути більшою ніж витрати, які несе фірма для створення і збереження даного елемента диференціації. Якщо елемент диференціації є невідомий на ринку, то потрібно розробити чітку стратегію просування товару, для того щоб покупці дізналися про його появу. Результатом диференціації є збільшення конкурентоспроможності підприємства.

Стратегія диференціації характеризує здатність фірми заявити про свою особливість, тобто відмінність від конкурентів. І дозволяє підвищити свою частку ринку при незмінній або вищій ціні продукції. Конкурентоспроможність зумовлена здатністю підприємства диктувати ціну товару на ринку, яка може перевищувати ціни конкурентів.

І при цьому товар не втрачає своєї еластичності попиту з ціною для диференційованого товару.

Науковці виділяють три рівні дослідження конкурентоспроможності підприємства: оперативний, тактичний та стратегічний. На оперативному рівні показником конкурентоспроможності продукції є інтегральна оцінка конкурентоспроможності продукції, тобто тих видів продукції, які виробляються підприємством. На тактичному рівні вона проявляється через показник загальногосподарського стану підприємства, а на стратегічному рівні конкурентоспроможність вимірюється інвестиційною привабливістю підприємства, тобто ступенем зростання вартості бізнесу [17, с. 12-13].

На сьогоднішній день в теорії та практиці економічного аналізу відсутній єдиний комплексний показник конкурентоспроможності підприємства, тому що певний показник, який забезпечує високу конкурентоспроможність продукції на певний момент часу, не є гарантією успішної діяльності підприємства в майбутньому. Причиною цього є те, що певний показник відображає тільки одну сторону конкурентоспроможності підприємства, інші ж його сторони залишаються поза увагою, що неминуче призведе до неправильних висновків щодо рівня показника, який досліджується.

Коли ми говоримо про конкурентоспроможність підприємства, то можемо виділити три частинні її ознаки, такі як рентабельність виробництва, ринкова позиція, яка виражається часткою ринку, яку охоплює підприємство та цінова еластичність попиту споживачів. Ці ознаки потрібно розглядати і використовувати комплексно, якщо ж аналізувати лише одну з них тоді отримаємо викривлене уявлення про рівень економічного розвитку.

Конкурентоспроможність є складною економічною категорією, в якій знайшла вираження взаємодія всіх її складових елементів, зокрема внутрішніх, які включають виробничі, економічні, науково-технічні тощо та зовнішніх, життєвоутворюючих, адаптивних відносин між підприємствами щодо реалізації певної продукції на ринку чи сегменті ринку. Так до внутрішніх характеристик належать рентабельність виробництва, до зовнішніх – частка ринку. Внутрішні і зовнішні характеристики конкурентоспроможності об'єднуються в ціновій еластичності попиту.

Должанський І. досліджуючи конкурентоспроможність підприємства, доводить важливість аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів конкурентоспроможності, крім того він приділяв значну увагу дослідженню сильних та слабких сторін підприємства для того, щоб реально оцінити свої можливості у конкурентній боротьбі та розробленні заходів для накопичення коштів, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність підприємства та забезпечили йому покращення становища на ринку [20, с. 32]. До зовнішніх факторів конкурентоспроможності підприємства належать політичний розвиток держави, економічні зв'язки, які виникають між суб'єктами господарювання, наявність конкуренції на ринку, розташування виробничих сил, наявність

ISSN 2786-6025 Online

сировинних ресурсів, рівень розвитку техніки та технологій, система управління промисловістю, концентрація виробництва та законодавча база. До внутрішніх факторів конкурентоспроможності належать методи управління підприємством, ступінь відповідності технологій процесу виробництва, рівень організації процесу виробництва, система довгострокового планування, використання в діяльності маркетингових концепцій, інноваційний характер виробництва, ступінь задоволення додаткових потреб споживачів та якість розробки нових товарів.

У спектр вибраних показників має входити показник ефективності виробничо-збутової діяльності, капітальних вкладень, а також резерви, які виникли у результаті зменшення витрат виробництва. Під час діяльності підприємства важливо аналізувати витрати обігу, які здійснюються для того, щоб виявити непродуктивні витрати під час руху товарів від продавця до покупця [21, с. 87-91].

Красностанова Н., Маковеєв П. виділяють такі фактори конкурентоспроможності підприємства як Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), до якого належать якість наукових досліджень, можливість запровадження інновацій у виробничий процес, розробка нових товарів, міра володіння існуючими технологіями. Наступним фактором є виробництво, яке включає такі елементи, як низька собівартість продукції, якість продукції, яка виготовляється, висока міра використання виробничих можливостей підприємства, його вигідне розташування, кваліфіковані спеціалісти, висока продуктивність праці, можливість виготовлення великої кількості продукції різних розмірів, а також наявність ресурсів для виготовлення замовлень покупців [22, с. 55-57]. Маркетинг як один з факторів конкурентоспроможності включає розгалужену мережу оптових дистриб'юторів, наявність мережі точок роздрібної торгівлі, які належать підприємству, порівняно низькі витрати спрямовані на реалізацію продукції, швидка доставка, яка забезпечується високою кваліфікацією працівників, які відповідають за реалізацію продукції, наявність технічної підтримки для продукції, яка надається при купівлі та використанні продукції, професійне виконання замовлень покупців, різноманітність видів продукції, яку пропонує підприємство, вміння продавати, яскравий дизайн, який приваблює покупця, наявність гарантії на продукції.

Важливу роль у діяльності підприємства відіграє персонал, який, як фактор конкурентоспроможності, повинен володіти певними якостями, такими як особливий талант, вміння запроваджувати певні нововведення для контролю за якістю товару або послуги, яка надається, володіння навиками розроблення дизайнів, вміння працювати з технологіями, здатність створювати ефективну рекламу, вміння швидко реалізовувати нову продукцію в промислове виробництво.

Не менш важливим фактором є організація, яка включає рівень використання інформаційних систем, вміння оперативно реагувати на ситуацію на ринку, великий досвід та нововведення в галузі менеджменту. Крім того існують й інші фактори, зокрема позитивний імідж, низькі витрати спрямовані на реалізацію продукції чи надання послуг, вигідне розташування підприємства, доброзичливі та комунікабельні працівники, доступ на фінансові ринки та наявність патентів [22, с. 55].

Всі ці фактори впливають на конкурентоспроможність підприємства, визначають її. Так само як і в попередній класифікації в ній можна простежити поділ на внутрішні (НДДКР, виробництво, персонал) та зовнішні (імідж, здатність швидко реагувати на ситуацію на ринку) чинники проте цей поділ не настільки явний. Конкурентоспроможність підприємства визначається функцією всіх його внутрішніх чинників (персоналу, науково-дослідної та техніко-технологічної баз, фінансів, маркетингу, управління). Вони виконують роль як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, за даними яких ми можемо зробити висновок про рівень конкурентоспроможності підприємства.

Всі наведені фактори конкурентоспроможності є груповими чинниками, які поєднують в собі дію первинних факторів конкурентоспроможності. Кожен з яких неможливо визначити використовуючи лише один показник, вони визначаються за допомогою експертних або математико-статистичних методів оцінювання діяльності підприємства. До внутрішніх первинних чинників конкурентоспроможності можна віднести показники стану та ефективності використання основного та оборотного капіталів, фінансові коефіцієнти ліквідності та платоспроможності, ділової активності тощо. А до зовнішніх: політичні ризики підприємницької діяльності, наявність мережі оптових та роздрібних дистриб'юторів продукції, конкурентна структура галузі тощо.

Янковий О. пропонує узагальнюючу схему взаємодії часткових ознак та факторів конкурентоспроможності підприємства, в якій конкурентоспроможність визначалася використовуючи дані головних частинних ознак, а головні фактори за допомогою первинних техніко-технологічних, економічних, кон'юнктурних та інших чинників конкурентоспроможності підприємства. На сьогодні ця схема є найбільш обґрунтованою і прийнятною у практичному використанні для оцінювання конкурентоспроможності підприємства [17, с. 19].

Буряченко О., Ткачук Л., Коваль Н. пропонують найважливіші заходи, які спрямовані на посилення конкурентної сили підприємства (з якими можна погодитися): вдосконалення техніко-економічних характеристик та якості продукції підприємства; орієнтація на споживачів; спрямування зусиль на досягнення переваг над конкурентами; активна рекламна діяльність та освоєння нових ринків; збільшення асортименту продукції та розробка нових брендів [2].

ISSN 2786-6025 Online

Висновки. Отже, конкурентоспроможність підприємства дуже складне економічне явище, яке є комплексною характеристикою підприємства. Вона визначає його здатність протидіяти конкурентам ефективно використовуючи наявні у його розпорядженні ресурси, виготовляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію та отримувати від цього прибутки. На підвищення конкурентоспроможності впливають різні чинники, на які підприємству необхідно зважати та використовувати. На нашу думку до найважливіших чинників, які визначають позиції підприємства на ринку належить діагностика, інноваційно-інвестиційний розвиток та управління ризиками, виведення на ринок нових видів продукції, зниження ціни на продукцію, або послугу, широке використання рекламних заходів, реалізація товару через більшу кількість торгових представників та інше. Все це є дуже ефективними чинниками спрямованими на підвищення його конкурентоспроможності.

Таким чином, аналіз конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах є дуже важливим фактором, який впливає на його подальшу діяльність. Від того як він буде здійснений залежить його подальший розвиток, вибір методів та стратегії розвитку підприємства.

Література:

1. Бочко О.Ю., Кожушко П.І. Теоретичні підходи до дефініції “конкурентоспроможність підприємства”. *Економіка і суспільство*. № 61, 2024. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82>
2. Буряченко, О., Ткачук, Л., & Коваль, Н. Конкурентоспроможність як визначальний показник ефективності діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. № 32, 2021. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-60>
3. Виноградова О.В., Асан А.Ж., Чарна О.О. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. № 3(37), 2021, С.4-11.
4. Ковтуненко К.В., Дідан К.О., Ковальчук О.В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність і підходи до визначення. *Бізнес Інформ*. 2021. № 3. С.100-104.
5. Кишакевич Б., Демидюк Б., Волинський О. Конкурентоспроможність підприємства: економічна сутність та еволюція поглядів. *Економічний простір*. 2023. №186. С.40-43.
6. Мануйлович Ю. М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64
7. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104
8. Халімон Т.М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія “Міжнародні економічні відносини та світове господарство”. 2016. Вип. 10. Частина 2. С. 117-120.
9. Семенчук І. М., Мала К. Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. *Агросвіт*. 2019. № 4. С. 56–61.
10. Лук’янова В. В. Діагностика ризику діяльності підприємства: монографія. Хмельницький : ПП Ковальський В. В., 2007. 312 с.

ISSN 2786-6025 Online

11. Вітлінський В. В., Великоіваненко В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія. К.: КНЕУ, 2004. 480 с.
12. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 312 с.
13. Волков О. І., Денисенко М. П., Гречан А. П. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. 3-є вид. К. : Центр учбової літератури, 2007. 662 с.
14. Агеев Є. Я., Піча С. В. Ринкова економіка: основні терміни, поняття і визначення: навч. економ. словник-довідник : Т. 1. Львів : Новий світ-2000, 2001. 506 с.
15. Осовська Г. В., Юшкевич О. О., Завадський Й. С. Економічний словник. К. : Кондор, 2009. 358 с.
16. Коноплицький В. А., Філіна Г. І. Економічний словник: тлумачно-термінологічний. К. : КНТ, 2007. 580 с.
17. Конкуренентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
18. Портер М. Стратегія конкуренції і методи аналізу галузей і діяльності конкурентів. К. : Основи, 1997. 451 с.
19. Дейнега О. В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств. Наукові праці Вінницького національного технічного університету. Електронне наукове фахове видання. Відділ Логістика. 2008. С. 61-68. URL: http://www.nbuuv.gov.ua/portal/natural/VNULP/Logistyka/2008_623/10.pdf
20. Должанський І. З., Загородна Т. О. Конкуренентоспроможність підприємства : навч. посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
21. Загорна Т. О. Конкуренентоздатність фірми в системі стратегічного маркетингу. Торгівля і ринок України. Донецьк : ДонДУЕТ, 2000. Вип.11, Т. 1, С. 87-91.
22. Красностанова Н. Е., Маковеев П. С. Стратегічний аналіз і оцінка конкурентоспроможності промислового виробництва. *Фінансова консультація*. 2001. №21-22. С. 55-59.

References:

1. Bochko, O. Yu., & Kozhushko, P. I. (2024). Teoretychni pidkhody do definitsii "konkurentospromozhnist pidpryiemstva" [Theoretical approaches to the definition of 'enterprise competitiveness']. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and society*, (61) <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82> [in Ukrainian]
2. Buriachenko, O., Tkachuk, L., & Koval, N. (2021). Konkurentospromozhnist yak vyznachalniy pokaznyk efektyvnosti diialnosti pidpryiemstva [Competitiveness as a key indicator of a company's performance]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, (32) <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-60> [in Ukrainian]
3. Vynohradova, O. V., Asan, A. Zh., & Charna, O. O. (2021). Konkurentospromozhnist pidpryiemstva yak ekonomichna katehoriia [Competitiveness of an enterprise as an economic category]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes – Economics. Management. Business* 3(37), 4–11 [in Ukrainian]
4. Kovtunencko, K. V., Didan, K. O., & Kovalchuk, O. V. (2021). Konkurentospromozhnist pidpryiemstva: sutnist i pidkhody do vyznachennia [Competitiveness of an enterprise: essence and approaches to definition]. *Biznes Inform – Business Inform* (3), 100–104 [in Ukrainian]
5. Kyshakevych, B., Demydiuk, B., & Volynskyi, O. (2023). Konkurentospromozhnist pidpryiemstva: ekonomichna sutnist ta evoliutsiia pohliadiv [Competitiveness of an enterprise: economic essence and evolution of views]. *Ekonomichnyi prostir – Economic space* (186), 40–43 [in Ukrainian]

ISSN 2786-6025 Online

6. Manuilovych, Yu. M. (2013). Doslidzhennia sutnosti ta traktuvannia poniattia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Research into the essence and interpretation of the concept of enterprise competitiveness]. *Marketynh i menedzhment innovatsii – Marketing and innovation management* (4) URL: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu.gov.ua/cgiirbis_64 [in Ukrainian]

7. Kadyrus, I. H. (2014). Konkurentospromozhnist pidpriemstva ta faktory, shcho na nei vplyvaiut [Competitiveness of an enterprise and factors influencing it]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy* (5) URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104 [in Ukrainian]

8. Khalimon, T. M. (2016). Stratehii pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Strategies for improving the competitiveness of an enterprise]. *Naukovi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo – Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series “International Economic Relations and World Economy”* 10(2), 117–120 [in Ukrainian]

9. Semenjuk, I. M., & Mala, K. Yu. (2019). Shliakhy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv kharchovoi promyslovosti [Ways to improve the competitiveness of food industry enterprises]. *Ahrosvit – Agro World* (4), 56–61 [in Ukrainian]

10. Lukianova, V. V. (2007). Diagnostyka ryzyku diialnosti pidpriemstva [Diagnosis of enterprise risk: monograph]. *Khmelnytskyi: PP Kovalskyi V. V. – Khmelnytskyi: Private Enterprise Kovalsky V. V.*, 312 [in Ukrainian]

11. Vitlinskyi, V. V., & Velykoivanenko, V. V. (2004). Ryzykologhiia v ekonomitsi ta pidpriemnytstvi [Riskology in economics and entrepreneurship: monograph]. *Kyiv: KNEU – K.: KNEU*, 480 [in Ukrainian]

12. Donets, L. I. (2006). Ekonomichni ryzyky ta metody yikh vymiriuvannia [Economic risks and methods of measuring them: textbook]. *Kyiv: Tsentri navchalnoi literatury – K.: Centre for Educational Literature*, 312 [in Ukrainian]

13. Volkov, O. I., Denysenko, M. P., & Hrechan, A. P. (2007). Ekonomika ta orhanizatsiia innovatsiinoi diialnosti (3rd ed.) [Economics and Organisation of Innovative Activity: Textbook. 3rd edition.]. *Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury – K.: Centre for Educational Literature*, 662 [in Ukrainian]

14. Aheiev, Ye. Ya., & Picha, S. V. (2001). Rynkova ekonomika: osnovni terminy, poniattia i vyznachennia (Vol. 1) [Market economy: basic terms, concepts and definitions: educational economic dictionary-reference book]. *Lviv: Novyi svit–2000 – Lviv: New World-2000*, 1, 506 [in Ukrainian]

15. Osovska, H. V., Yushkevych, O. O., & Zavadskii, Y. S. (2009). Ekonomichni slovnyk [Economic dictionary]. *Kyiv: Kondor – K.: Condor*, 358 [in Ukrainian]

16. Konoplytskyi, V. A., & Filina, H. I. (2007). Ekonomichni slovnyk: tлумachno-terminolohichni [Economic Dictionary: Explanatory and Terminological]. *Kyiv: KNT – K.: KNT*, 580 [in Ukrainian]

17. Yankovyi, O. H. (Ed.). (2013). Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia [Competitiveness of an enterprise: assessment of the level and directions for improvement: monograph]. *Odesa: Atlant – Odessa: Atlant*, 470 [in Ukrainian]

18. Porter, M. (1997). Stratehiia konkurentsii i metody analizu haluzei i diialnosti konkurentiv [Competition strategy and methods of analysing industries and competitors' activities]. *Kyiv: Osnovy – K.: Fundamentals*, 451 [in Ukrainian]

19. Deineha, O. V. (2008). Metodolohichni aspekty otsiniuvannia konkurentozdatnosti pidpriemstv [Methodological aspects of assessing the competitiveness of enterprises. Scientific works of Vinnytsia National Technical University]. *Naukovi pratsi Vinnytskoho natsionalnoho*

ISSN 2786-6025 Online

tekhnichnoho universytetu – Scientific works of Vinnytsia National Technical University. Electronic scientific professional publication. Logistics Department, 61–68 [in Ukrainian]

20. Dolzhanskyi, I. Z., & Zahorodna, T. O. (2006). Konkurentospromozhnist pidpriemstva [Competitiveness of an enterprise: textbook]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury – K.: Centre for Educational Literature, 384 [in Ukrainian]

21. Zahorna, T. O. (2000). Konkurentozdatnist firmy v systemi stratehichnoho marketynhu. Torhivlia i rynek Ukrainy [Competitiveness of a company in the strategic marketing system. Trade and market of Ukraine]. Donetsk : DonDUET – Donetsk: DonDUET 11(1), 87–91 [in Ukrainian]

22. Krasnostanova, N. E., & Makoveiev, P. S. (2001). Stratehichniy analiz i otsinka konkurentospromozhnosti promyslovoho vyrobnytstva. Finansova konsultatsiia [Strategic analysis and assessment of industrial production competitiveness]. Finansova konsultatsiia – Financial advice, (21–22), 55–59 [in Ukrainian]

Дата першого надходження статті до видання: 10.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 25.02.2026