



УДК 658

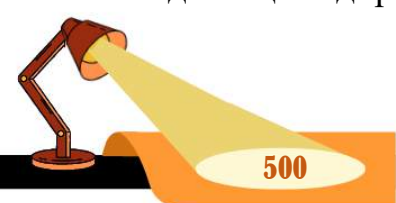
[https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-1\(11\)-500-510](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-1(11)-500-510)

Леськів Галина Зіновіївна кандидат технічних наук, доцент, Львівський державний університет внутрішніх справ, м. Львів, <https://orcid.org/0000-0002-4900-9466>

Пантелєєв Микита Мурадович аспірант, Львівський державний університет внутрішніх справ, м. Львів, <https://orcid.org/0000-0002-3305-8634>

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ УДОСКОНАЛЕННЯ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ, КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Анотація. У статті досліджено сутність підвищення конкурентоспроможності підприємства через удосконалення комунікації та інформаційного забезпечення. Доведено, що у сучасних умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій підвищення конкурентоспроможності підприємства стає ключовим чинником його успіху та стійкості на ринку. Починаючи з постановки проблеми, підкреслюється актуальність теми в умовах глобалізації, технологічного прогресу та економічної нестабільності. Проведено аналіз сучасних досліджень та публікацій провідних вчених, що висвітлюють різні аспекти конкурентоспроможності, зокрема стратегічний менеджмент, інновації, управління інформаційними системами та розвиток корпоративної культури. Метою дослідження стало визначення особливостей підвищення конкурентоспроможності підприємства через покращення комунікаційних та інформаційних процесів. В умовах глобальної економіки підприємства стикаються з підвищеною конкуренцією не лише на внутрішньому, а й на міжнародному рівнях, що вимагає від них постійного вдосконалення своїх продуктів, послуг та управлінських процесів. Використано методи індукції, дедукції, аналізу, синтезу, морфологічного аналізу, графічного та табличного подання даних. В процесі дослідження встановлено, що ефективні комунікаційні процеси сприяють внутрішній координації, покращенню взаємодії з клієнтами, зміцненню корпоративної культури та підвищенню зовнішньої репутації. Інформаційне забезпечення, в свою чергу, покращує прийняття рішень, оптимізує внутрішні процеси, підвищує якість обслуговування клієнтів та сприяє інноваціям. Доведено, що синергія між удосконаленою комунікацією та інформаційним забезпеченням створює сприятливе середовище для адаптації підприємства до ринкових змін, впровадження інноваційних рішень





та забезпечення стабільного розвитку. Встановлено, що комплексний підхід до розвитку конкурентоспроможності дозволяє підприємствам не лише витримувати жорстку конкуренцію, а й процвітати на ринку, забезпечуючи довгострокову успішність.

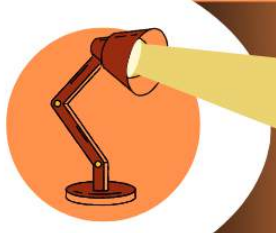
Ключові слова: конкурентоспроможність, комунікація, інформаційне забезпечення, інновації, стратегічний менеджмент, корпоративна культура, інформаційні системи, глобалізація, адаптація до змін, самоменеджмент, якість

Halyna Leskiv Lviv State University of Internal Affairs, Lviv,
<https://orcid.org/0000-0002-4900-9466>

Mykyta Panteleiev Lviv State University of Internal Affairs, Lviv,
<https://orcid.org/0000-0002-3305-8634>

INCREASING THE COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE THROUGH IMPROVING SELF-MANAGEMENT, COMMUNICATION AND INFORMATION SUPPORT

Abstract. This article investigates the essence of enhancing enterprise competitiveness through the improvement of communication and information support. It has been proven that in the current conditions of globalization and rapid technological development, enhancing the competitiveness of an enterprise becomes a key factor in its market success and stability. From the onset of problem identification, the relevance of the topic in the context of globalization, technological progress, and economic instability is emphasized. An analysis of contemporary research and publications by leading scholars, highlighting various aspects of competitiveness, including strategic management, innovation, information systems management, and the development of corporate culture, is conducted. The study aims to identify the features of enhancing enterprise competitiveness through improving communication and information processes. In the global economy, enterprises face increased competition not only domestically but also on an international level, which requires them to constantly improve their products, services, and management processes. The methods used include induction, deduction, analysis, synthesis, morphological analysis, and graphical and tabular data presentation. The research has established that effective communication processes facilitate internal coordination, enhance client interactions, strengthen corporate culture, and boost external reputation. Information support, in turn, improves decision-making, optimizes internal processes, enhances customer service quality, and fosters innovation. It has been demonstrated that the synergy between improved communication and information support creates a favorable environment

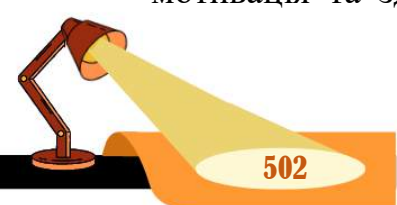


for the enterprise to adapt to market changes, implement innovative solutions, and ensure stable development. It has been established that a comprehensive approach to developing competitiveness allows enterprises not only to withstand stiff competition but also to thrive in the market, ensuring long-term success.

Keywords: competitiveness, communication, information support, innovation, strategic management, corporate culture, information systems, globalization, adaptation to change, self-management, quality

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій підвищення конкурентоспроможності підприємства стає ключовим чинником його успіху та стійкості на ринку. Конкурентоспроможність визначається здатністю підприємства ефективно конкурувати з іншими учасниками ринку, задовольняти потреби споживачів, адаптуватися до змін зовнішнього середовища та забезпечувати довгострокове зростання. В умовах глобальної економіки підприємства стикаються з підвищеною конкуренцією не лише на внутрішньому, а й на міжнародному рівнях, що вимагає від них постійного вдосконалення своїх продуктів, послуг та управлінських процесів.

Одним із ключових чинників, що впливають на конкурентоспроможність, є інновації, самоменеджмент та технологічний розвиток. Сучасні технології, такі як цифровізація, штучний інтелект, великі дані та інтернет речей, стають невід'ємною частиною бізнес-процесів, сприяючи підвищенню ефективності, зниженню витрат та покращенню якості продукції та послуг. Підприємства, які активно впроваджують інновації та використовують сучасні інформаційні системи, мають значну перевагу над конкурентами, забезпечуючи швидшу реакцію на зміни ринкових умов та потреб споживачів. Економічна нестабільність та глобальні кризи, такі як пандемії, геополітичні конфлікти та зміни в регуляторному середовищі, також підкреслюють необхідність підвищення конкурентоспроможності. Підприємства, що мають високу конкурентоспроможність, можуть краще адаптуватися до кризових ситуацій, зберігати свою ринкову позицію та забезпечувати стабільність бізнесу. Це особливо важливо для малих та середніх підприємств, які часто є більш вразливими до економічних коливань. Соціальні та екологічні аспекти також набувають все більшої ваги у формуванні конкурентоспроможності. Сучасні споживачі все більше звертають увагу на соціальну відповідальність підприємств, екологічність продукції та етичні стандарти ведення бізнесу. Підприємства, які враховують ці аспекти у своїй стратегії, не лише покращують свій імідж, але й здобувають довіру та лояльність клієнтів, що сприяє їхньому довгостроковому успіху. Не менш важливим є аспект управління людськими ресурсами. Висока кваліфікація працівників, їхня мотивація та здатність до постійного навчання та розвитку безпосередньо





впливають на конкурентоспроможність підприємства. Інвестування в розвиток персоналу, створення сприятливих умов для праці та впровадження сучасних методів управління дозволяють підприємствам ефективніше використовувати свій потенціал та досягати високих результатів.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності підприємства є надзвичайно актуальним сьогодні через низку факторів, включаючи глобалізацію, технологічний прогрес, економічну нестабільність, соціальні та екологічні вимоги, а також важливість ефективного управління людськими ресурсами. Комплексний підхід до розвитку конкурентоспроможності дозволяє підприємствам не лише виживати в умовах жорсткої конкуренції, але й процвітати, забезпечуючи стабільний розвиток та довгострокову успішність на ринку. Отже, все це суттєво актуалізує обрану тему дослідження, особливо в контексті сьогодення, де є нові виклики та загрози, які перешкоджають підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Вважаємо за необхідне охарактеризувати подальший процес дослідження через визначення структури статті. Відтак, структура статті передбачає:

- аналіз останніх досліджень і публікацій у сфері проблем підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- формування мети й завдання дослідження;
- висвітлення ключових методів досягнення мети дослідження;
- виклад основного матеріалу й формування висновків по результатах дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначимо, що важливі аспекти проблем підвищення конкурентоспроможності підприємства розкривалися в роботах таких вчених, як О. Іваненко, Л. Горохова, Д. Васильчук, Н. Ковалів, Ю. Савченко, Е. Петренко, М. Ярмоленко, Ю. Григоренко, П. Ковалів, Р. Мельник, І. Шевченко, В. Клименко, О. Тарасюк, Є. Кузнєцов, М. Лисенко, В. Ткаченко, Д. Мороз, К. Левченко, О. Романюк, С. Ткачук, Ю. Волошин, Л. Бондар, Т. Жук, Н. Гончаренко, П. Шевченко, К. Олійник, Д. Карпенко, М. Костенко, В. Савчук, О. Силкін, Т. Шевченко, І. Литвин, В. Даниленко, Л. Сердюк, Е. Мірошниченко, І. Василенко, Р. Павленко, В. Литвиненко, О. Кучер, О. Чернов, Т. Левченко та інші. До прикладу, О. І. Ковтун [1] акцентує увагу на стратегічному контексті конкурентоспроможності, вказуючи на необхідність комплексного підходу до розробки та впровадження бізнес-стратегій, що включають ефективні комунікації та оптимізацію інформаційних потоків. Важливість технологічного аспекту в інформаційному забезпеченні підкреслюється в роботі О.Г. Додонова та співавторів [2], де обговорюється роль комп'ютерного моделювання інформаційно-аналітичних систем. Автори вказують, що вдосконалення цих систем сприяє покращенню управ-



лінських рішень, що безпосередньо впливає на підвищення конкурентних переваг підприємства. Т.А. Городня та І.В. Явтуховська [3] та Т.А. Городня і Д.О. Рибницький [4] розглядають діагностику фінансового стану та сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності, підкреслюючи значення точності та доступності інформації для ефективного аналізу та планування.

У контексті стратегічного управління, Л.Є. Довгань та співавтори [5] розкривають важливість інтеграції інформаційних систем у процеси прийняття стратегічних рішень, що дозволяє підприємствам швидше реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та адаптуватися до ринкових вимог. С.В. Мілевський та О.В. Мілов [6] зосереджують увагу на моделях аналізу та управління конкурентоспроможністю, з акцентом на використанні інформаційних технологій для оптимізації бізнес-процесів.

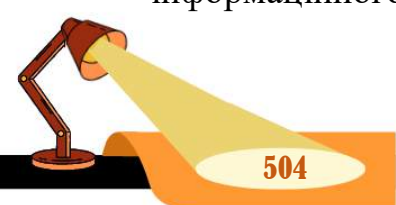
П.Р. Пуцентейло та О.О. Гуменюк [7] вважають стратегічний аналіз невід'ємною частиною управління підприємством, що включає глибоке дослідження інформаційних ресурсів для визначення довгострокових напрямків розвитку. Т.В. Андросова та О.Ю. Ляшенко [8] розглядають конкуренцію як основний стимул для інновацій, зокрема в аспектах удосконалення інформаційного забезпечення для забезпечення прозорості та ефективності ринкових механізмів. О.І. Драган [9] аналізує конкурентоспроможність у контексті технологічних інновацій, вказуючи на важливість інформаційних систем у формуванні стратегічних переваг. І.З. Должанський та Т.О. Загородня [10] наголошують на потребі навчання та розвитку як ключових елементів у підвищенні конкурентоспроможності, що також включає засвоєння нових комунікаційних інструментів та технологій.

Віддаючи належне науковому внеску провідних вчених, зазначимо, що низка теорій і концепцій в контексті підвищення конкурентоспроможності підприємства через удосконалення комунікації, самоменеджменту та інформаційного забезпечення, досі залишаються не розкритими повною мірою, що й зумовило вибір даної тематики, її сучасну актуальність.

Метою дослідження є характеристика особливостей підвищення конкурентоспроможності підприємства через удосконалення комунікації, самоменеджменту та інформаційного забезпечення. Об'єктом дослідження виступає конкурентоспроможність сучасного підприємства. Методологія статті передбачає застосування наступних методів, серед яких:

1. Метод індукції та дедукції, порівняння і систематизації: для визначення та характеристики особливостей підвищення конкурентоспроможності підприємства через удосконалення комунікації, самоменеджменту та інформаційного забезпечення.

2. Метод синтезу і аналізу: для доведення важливості підвищення конкурентоспроможності підприємства через удосконалення комунікації та інформаційного забезпечення.





3. Метод морфологічного аналізу: для групування системних засад щодо процесу підвищення конкурентоспроможності підприємства через удосконалення комунікації та інформаційного забезпечення.

4. Графічний й табличний методи: для якісного подання результатів дослідження.

5. Абстрактно-логічний метод: для формування теоретичних узагальнень і висновків дослідження, щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства через удосконалення комунікації та інформаційного забезпечення.

Основне завдання статті являє собою визначення яким підвищити конкурентоспроможність сучасного підприємства через комунікації, самоменеджмент та інформаційне забезпечення.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність підприємства – це здатність організації створювати, просувати та реалізовувати свою продукцію або послуги на ринку настільки ефективно, щоби привертати стійкий інтерес споживачів, обганяти суперників та зберігати динамічну позицію у бізнес-середовищі. Вона формується на основі системи внутрішніх та зовнішніх чинників, серед яких: наявність ефективної стратегії розвитку, гнучкість управлінських рішень, використання сучасних технологій та інноваційних підходів, а також здатність підприємства адаптуватися до постійних змін у запитах клієнтів, умовах постачання та вимогах регулятивного поля. Важливо відзначити, що конкурентоспроможність – це не статична характеристика, а безперервний процес підвищення й утримання конкурентних переваг, що проявляється у високій якості продукції, розумному ціноутворенні, оперативності логістики, ефективному просуванні бренду та належному управлінні ланцюгами постачань. У структурі конкурентоспроможності вагому роль відіграють нематеріальні ресурси: імідж, ділова репутація, кваліфікація персоналу, управлінська культура та рівень використання інформаційних систем. Важливим аспектом є вміння належним чином комунікувати з цільовими аудиторіями, акумулювати, обробляти та поширювати релевантну інформацію, а також підтримувати внутрішню комунікацію, спрямовану на згуртованість та мотивацію колективу. Отже, конкурентоспроможність, у широкому сенсі, виступає багатограним інтегральним показником, що відображає рівень економічної сили та сталість ринкових позицій підприємства у взаємодії з динамічним, часто непередбачуваним середовищем.

Слід зазначити, що сама потреба у підвищенні конкурентоспроможності підприємства є надзвичайно актуальною в умовах посилення глобальної конкуренції, швидкого технологічного прогресу та зростаючих вимог споживачів до якості та доступності товарів і послуг. Зростання ролі інформаційних ресурсів та комунікаційних мереж означає, що успішні компанії не просто



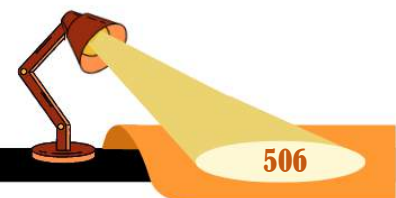
прагнуть вдосконалити свій виробничий цикл або логістику, а й активно інвестують у комунікації, маркетингові дослідження, інформаційну аналітику та сучасні інструменти взаємодії з клієнтами, постачальниками та партнерами. Такий підхід дозволяє їм своєчасно реагувати на ринкові зміни, передбачати майбутні тенденції та формувати нові конкурентні стратегії.

Досягнути підвищення конкурентоспроможності через удосконалення комунікації та інформаційного забезпечення можливо завдяки створенню цілеспрямованої системи обміну інформацією та досвідом між усіма учасниками бізнес-процесу, розбудові ефективної внутрішньої та зовнішньої комунікаційної інфраструктури. Це передбачає використання сучасних комунікаційних каналів, впровадження інформаційних систем управління знаннями, налагодження регулярного збору та аналізу даних про споживачів, конкурентів, постачальників. Завдяки цьому підприємство отримує можливість швидко та оперативно знаходити потрібну інформацію, забезпечувати злагоджену взаємодію між відділами, попереджати помилки та неточності у процесах планування та прийняття рішень, а також своєчасно оновлювати знання про ринок та власні конкурентні позиції (табл.1).

Таблиця 1.

Вплив комунікації на підвищення конкурентоспроможності підприємства

Особливості впливу	Сутність та характеристика
1	2
Покращення внутрішньої координації та співпраці	Ефективні комунікаційні процеси сприяють кращій координації між різними відділами та рівнями управління в межах підприємства. Чіткий обмін інформацією дозволяє швидко вирішувати проблеми, уникати дублювання зусиль та забезпечувати узгодженість дій у досягненні стратегічних цілей. Внутрішні комунікаційні платформи, такі як корпоративні месенджери, внутрішні портали та регулярні збори, сприяють створенню єдиного бачення та підвищують загальну ефективність роботи команди
Підвищення якості взаємодії з клієнтами	Відкриті та прозорі комунікації з клієнтами дозволяють краще розуміти їхні потреби та очікування, що сприяє більш точному налаштуванню продуктів та послуг під їхні вимоги. Використання CRM-систем, активне ведення соціальних мереж, регулярні опитування та зворотний зв'язок допомагають зміцнити довіру клієнтів, підвищити їхню лояльність та залученість, що безпосередньо впливає на конкурентні переваги підприємства





Продовження табл. 1

1	2
Зміцнення корпоративної культури та мотивації працівників	Відкрита та ефективна комунікація сприяє формуванню позитивного корпоративного клімату, де працівники відчують свою важливість, отримують підтримку та мотивацію для досягнення високих результатів. Регулярні зустрічі, внутрішні новини, програми визнання та заохочення сприяють підвищенню залученості працівників, їхньої продуктивності та готовності впроваджувати інновації, що є ключовими чинниками конкурентоспроможності підприємства
Покращення зовнішньої репутації та брендингу	Ефективні комунікаційні стратегії допомагають формувати та підтримувати позитивний імідж підприємства на ринку. Публічні звіти, прес-релізи, участь у галузевих конференціях та активна присутність у медіа сприяють підвищенню впізнаваності бренду та зміцненню його репутації. Добре налагоджені зв'язки з громадськістю та партнерами дозволяють підприємству виділятися серед конкурентів, залучати нових клієнтів та встановлювати довгострокові бізнес-відносини

Окрім того, вдосконалення комунікаційних та інформаційних процесів сприяє формуванню сприятливого корпоративного клімату, де працівники відчують повагу, взаємну підтримку та готовність керівництва до нововведень. Коли працівники мають доступ до необхідної інформації, чітких інструкцій та можуть вільно обмінюватися ідеями, це сприяє підвищенню їхньої продуктивності, мотивації та інноваційного мислення. У результаті, підприємство стає більш гнучким, здатним швидко адаптуватися до змінних умов та випереджати конкурентів у створенні нових пропозицій, що відповідають актуальним потребам клієнтів і дозволяють постійно нарощувати свою конкурентну стійкість (табл.2).

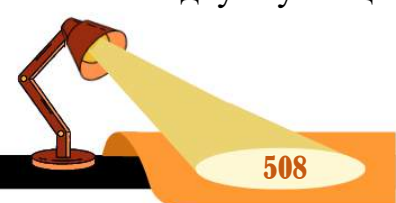


Таблиця 2.

**Вплив інформаційного забезпечення на підвищення
конкурентоспроможності підприємства**

Особливості впливу	Сутність та характеристика
Покращення прийняття рішень	Інформаційні системи забезпечують доступ до актуальних та достовірних даних, що дозволяє керівництву підприємства здійснювати обґрунтовані та своєчасні рішення. Аналітичні інструменти та бізнес-інтелект допомагають ідентифікувати тенденції ринку, оцінювати ефективність діяльності та прогнозувати майбутні зміни, що сприяє стратегічному плануванню та мінімізації ризиків
Оптимізація внутрішніх процесів	Впровадження сучасних інформаційних технологій дозволяє автоматизувати рутинні операції, покращити управління ресурсами та підвищити ефективність виробничих та адміністративних процесів. Це призводить до зниження витрат, скорочення часу на виконання завдань та підвищення загальної продуктивності підприємства
Підвищення якості обслуговування клієнтів	Ефективне інформаційне забезпечення дозволяє краще розуміти потреби та очікування клієнтів через аналіз їхніх даних та зворотного зв'язку. Використання CRM-систем (Customer Relationship Management) сприяє персоналізації пропозицій, покращенню комунікації та зміцненню лояльності клієнтів, що безпосередньо впливає на конкурентні переваги підприємства
Сприяння інноваціям та розвитку	Інформаційні технології стимулюють обмін знаннями та ідеями між співробітниками, сприяють розвитку нових продуктів та послуг. Доступ до сучасних інформаційних ресурсів та інструментів дозволяє підприємству швидше адаптуватися до змін на ринку, впроваджувати інноваційні рішення та підтримувати високу конкурентоспроможність у динамічному бізнес-середовищі

Підвищення конкурентоспроможності можливе через вдосконалення комунікацій, самоменеджмент та інформаційного забезпечення, що включає розвиток внутрішніх і зовнішніх каналів зв'язку, впровадження систем управління знаннями та використання сучасних інформаційних технологій. Це сприяє своєчасному доступу до важливих даних, підвищенню мотивації працівників, формуванню інноваційного середовища, а також налагодженню кращої взаємодії з клієнтами, партнерами та постачальниками, що в кінцевому підсумку зміцнює позиції підприємства у конкурентному середовищі.





Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що удосконалення комунікаційних процесів є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства, оскільки забезпечує ефективну взаємодію між внутрішніми підрозділами та зовнішніми стейкхолдерами. Ефективна внутрішня комунікація сприяє кращій координації дій, зменшенню ризику виникнення помилок та прискоренню процесів прийняття рішень. Наприклад, чітка комунікація між відділами дозволяє швидше реагувати на зміни ринкових умов, адаптувати стратегії та оперативно впроваджувати інновації. Інформаційне забезпечення, у свою чергу, відіграє ключову роль у забезпеченні підприємства актуальною та достовірною інформацією, необхідною для прийняття стратегічних та оперативних рішень. Синергія між удосконаленою комунікацією та інформаційним забезпеченням створює середовище, в якому підприємство може швидко адаптуватися до нових викликів, впроваджувати інноваційні рішення та забезпечувати стабільний розвиток, тим самим значно підвищуючи свою конкурентоспроможність на ринку.

Література:

1. Ковтун, О. І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст: монографія. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії. 2010. 276 с.
2. Додонов О.Г., Коваль О.В., Глоба Г.С., Бойко Ю.Д. Комп'ютерне моделювання інформаційно-аналітичних систем. Київ: ІПРІ НАН України, 2017. 239 с.
3. Городня Т.А., Явтуховська І.В. Діагностика фінансового стану підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. - Вип. 23.16. С. 207-212.
4. Городня Т.А., Рибницький Д.О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.9., с. 26.
5. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артименко А.П. Стратегічне управління: навч. посібн. Київ: Центр навч. літ.-ри. 2009. 440 с.
6. Мілевський С.В., Мілов О.В. Моделі аналізу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. Наукове видання. Харків: Вид. ХНЕУ. 2007. 156 с.
7. Пуцентейло П.Р., Гуменюк О.О. Стратегічний аналіз як важливий елемент управління підприємством. Інноваційна економіка. 2016. № 3-4 (62). С.196-205.
8. Андросова Т. В., Ляшенко О.Ю. Конкуренція як економічна категорія ринкового господарювання. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2011, Вип. 1. С. 17-26.
9. Драган О.І. Конкурентоспроможність підприємств в умовах технологічної конкуренції: методологічний аспект. Економіка ринкових відносин. 2008. С. 55-59.
10. Должанський І.З., Загородня Т.О. Конкурентоспроможність підприємств: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури. 2010. 384 с.

References:

1. Kovtun, O. I. (2010). Konkurentospromozhnist pidpriemstva: stratehichniy kontekst [Competitiveness of the enterprise: strategic context]. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi komertsii noi akademii. [in Ukrainian].
2. Dodonov, O. G., Koval, O. V., Globa, G. S., & Boyko, Y. D. (2017). Kompiuterne modeliuвання informatsiino-analitychnykh system [Computer modeling of information-analytical systems]. Kyiv: IPRi NAN Ukrainy. [in Ukrainian].



3. Horodnia, T. A., & Yavtukhovska, I. V. (2013). Diagnostyka finansovoho stanu pidpriemstva [Diagnostics of the financial condition of the enterprise]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 23(16), 207-212. [in Ukrainian].
4. Horodnia, T. A., & Rybnytskyi, D. O. (2010). Suchasni pidkhody do otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Modern approaches to assessing the competitiveness of an enterprise]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 20(9), 26. [in Ukrainian].
5. Dovhan, L. Y., Karakai, Y. V., & Artymenko, A. P. (2009). *Stratehichne upravlinnia: navch. posib* [Strategic management: textbook]. Kyiv: Tsentri navch. lit-ry. [in Ukrainian].
6. Milevskiy, S. V., & Milov, O. V. (2007). *Modeli analizu ta upravlinnia konkurentospromozhnosti promyslovykh pidpriemstv* [Models for analysis and management of competitiveness of industrial enterprises]. Kharkiv: Vyd. KhNEU. [in Ukrainian].
7. Putsenteilo, P. R., & Humeniuk, O. O. (2016). *Stratehichniy analiz yak vazhlyvyi element upravlinnia pidpriemstvom* [Strategic analysis as an important element of enterprise management]. *Innovatsiina ekonomika*, 3-4(62), 196-205. [in Ukrainian].
8. Androsova, T. V., & Liashenko, O. Y. (2011). *Konkurentsiiia yak ekonomichna katehoriia rynkovoho hospodariuvannia* [Competition as an economic category of market management]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, 1, 17-26. [in Ukrainian].
9. Dragan, O. I. (2008). *Konkurentospromozhnist pidpriemstv v umovakh tekhnolohichnoi konkurentsii: metodolohichniy aspekt* [Competitiveness of enterprises in the context of technological competition: methodological aspect]. *Ekonomika rynkovykh vidnosyn*, 55-59. [in Ukrainian].
10. Dolzhanskyi, I. Z., & Zahorodnia, T. O. (2010). *Konkurentospromozhnist pidpriemstv: navch. posib* [Competitiveness of enterprises: textbook]. Kyiv: Tsentri navchalnoi literatury. [in Ukrainian].

