

УДК 338.43.330

Душенко О. А.,  
olegdushenko@gmail.com, ORCID ID: 0009-0001-8828-7952,  
здобувач, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

## **ІНСТРУМЕНТИ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЕКЗИСТЕНЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ**

**Анотація.** У статті розглянуто сучасні підходи до зміцнення конкурентоспроможності підприємств торгівлі в умовах економічної нестабільності. Виокремлено основні проблеми, що ускладнюють реалізацію конкурентних стратегій підприємств торгівлі. Запропоновано інструменти зміцнення конкурентоспроможності підприємств торгівлі в умовах екзистенційних викликів. Проаналізовано стратегії управління грошовими потоками, зокрема прогнозування фінансових операцій та автоматизацію контролю витрат. Визначено вплив руйнування логістичних ланцюгів на торговельну діяльність та обґрунтовано ефективність співпраці з вітчизняними виробниками й використання мультимодальних перевезень. Досліджено роль цифровізації бізнесу, зокрема впровадження ERP- та CRM-систем, RFID-технологій та Big Data-аналітики для підвищення ефективності управління ресурсами та персоналізації клієнтського обслуговування. Окреслено важливість омніканального маркетингу, персоналізованих програм лояльності та цифрового контент-маркетингу у забезпеченні стабільного рівня продажів. Розглянуто підходи до подолання дефіциту кадрів, включаючи корпоративне навчання, віддалену зайнятість та соціальні гарантії. Проаналізовано заходи з енергонезалежності підприємств через використання відновлюваних джерел енергії, енергоефективних технологій та оптимізацію ресурсів. Визначено значення розширення партнерських зв'язків, виходу на нові ринки, експортних стратегій та застосування сучасних маркетингових інструментів для забезпечення фінансової стабільності підприємств. Висвітлено необхідність комплексного підходу до адаптації бізнесу, що включає фінансові, технологічні, логістичні та маркетингові аспекти для подолання кризових викликів та сталого розвитку.

**Ключові слова:** управління грошовими потоками, цифровізація бізнесу, логістичні стратегії, омніканальний маркетинг, енергетична безпека, конкурентоспроможність, вихід на міжнародні ринки.

Dushenko O. A.,  
olegdushenko@gmail.com, ORCID ID: 0009-0001-8828-7952,  
Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

## **TOOLS FOR STRENGTHENING THE COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF EXISTENTIAL CHALLENGES**

**Abstract.** The article considers modern approaches to strengthening the competitiveness of trade enterprises in conditions of economic instability. The main problems that complicate the implementation of competitive strategies of trade enterprises are identified. Tools for strengthening the competitiveness of trade enterprises in conditions of existential challenges are proposed. Cash flow management strategies are analyzed, in particular, forecasting financial transactions and automation of cost control. The impact of the destruction of logistics chains on trade activities is determined and the effectiveness of cooperation with domestic manufacturers and the use of multimodal transportation is substantiated. The role of business digitalization is investigated, in particular, the implementation of ERP and CRM systems, RFID technologies and Big Data analytics to increase the efficiency of resource management and personalization of customer service. The importance of omnichannel marketing, personalized loyalty programs and digital content marketing in ensuring a stable level of sales is outlined. Approaches to overcoming the shortage of personnel are considered, including corporate training, remote employment and social guarantees. Measures for energy independence of enterprises through the use of renewable energy sources, energy-efficient technologies and resource optimization are analyzed. The importance of expanding partnerships, entering new markets, export strategies and using modern marketing tools to ensure the financial stability of enterprises is determined. The need for a comprehensive approach to business adaptation, including financial, technological, logistical and marketing aspects to overcome crisis challenges and sustainable development is highlighted.

**Keywords:** cash flow management, business digitalization, logistics strategies, omnichannel marketing, energy security, competitiveness, access to international markets.

**JEL Classification:** D22; H32; L26; L81; M21  
**DOI:** <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2025-81-14>

**Постановка проблеми.** Сьогодні торговельні підприємства стикаються з численними викликами, спричиненими економічною нестабільністю, глобальними змінами на ринку та швидким технологічним прогресом. Такі виклики змушують підприємства постійно адаптувати свої бізнес-моделі, щоб зберегти конкурентоспроможність та забезпечити фінансову стабільність. Відсутність чіткої стратегії може призвести до значних ризиків, таких як зниження ефективності управління, збільшення витрат та втрати фінансової стабільності. Це, у свою чергу, може стати причиною скорочення частки ринку та втрати конкурентних позицій підприємства.

Тому розробка інструментів для зміцнення конкурентоспроможності є надзвичайно важливою. Такі інструменти дозволять підприємствам адаптуватися до нових умов, знижувати витрати, підвищувати ефективність управління та забезпечувати стабільний розвиток. У підсумку це дозволить зберегти конкурентні переваги підприємств у довгостроковій перспективі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання конкурентоспроможності підприємств торгівлі є важливим напрямом наукових досліджень, оскільки сучасні економічні реалії вимагають ефективних стратегій адаптації та розвитку. У науковій літературі розглядаються різні аспекти цієї проблематики, зокрема цифровізація, інвестиційна привабливість, стратегічне управління та організаційно-економічні механізми. О. В. Ареф'єва досліджує вплив цифрових технологій на міжнародну конкурентоспроможність підприємств, наголошуючи на важливості їх інтеграції в глобальний економічний простір [1]. Це дозволяє підприємствам адаптуватися до нових умов і зміцнювати свої позиції на міжнародних ринках. У свою чергу, В. М. Білявський та М. М. Шепута підкреслюють важливість конкурентоспроможності як одного з основних чинників, що впливає на інвестиційну привабливість підприємств. Їхні дослідження дозволяють зрозуміти, як конкурентоспроможність безпосередньо впливає на залучення капіталу та розвиток бізнесу [2]. Л. В. Вербівська та І. В. Судук приділяють увагу стратегічним аспектам забезпечення конкурентоспроможності, розглядаючи основні принципи формування стратегії підприємств. Це дозволяє краще зрозуміти, які кроки необхідно робити для зміцнення позицій на ринку в умовах постійних змін [3]. З погляду теоретичних основ І. М. Кліменко займається аналізом генезису поняття конкурентоспроможності підприємства, що дозволяє з'ясувати еволюцію цього поняття і його актуальність у сучасному економічному середовищі [4]. З практичної точки зору Т. В. Ріпа пропонує змістову характеристику конкурентоспроможності підприємств торгівлі, що є основою для розробки конкретних методів і інструментів її зміцнення в галузі [5]. Додатково Н. В. Сурженко та І. В. Агєєва розробляють організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю, що є важливим для оптимізації внутрішніх процесів підприємства,

а також для успішної адаптації до зовнішніх економічних викликів [6]. О. М. Ткачук та Ю. П. Харкова акцентують увагу на конкурентних перевагах підприємств, що дозволяє зрозуміти, як саме ці переваги можуть стати основою для підвищення конкурентоздатності у висококонкурентних умовах [7]. Останнім часом також з'являються дослідження, що розглядають еволюцію трактування термінів, пов'язаних із конкурентоспроможністю. Так, І. В. Шаповалова проводить ретроспективний аналіз цих термінів, що дозволяє глибше зрозуміти суть конкурентоспроможності та її вплив на підприємства [8].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Конкурентоспроможність підприємства – це його здатність успішно працювати на ринку, витримуючи конкуренцію, та забезпечувати ефективність своєї діяльності в економічній, соціальній та екологічній сферах. Вона визначає, наскільки підприємство може задовольнити потреби споживачів порівняно з іншими учасниками ринку [8, с. 432].

Науковці трактують це поняття по-різному. Наприклад, В. М. Білявський та М. М. Шепута розглядають конкурентоспроможність як систему показників, що характеризують господарську діяльність підприємства і визначають його позиції серед конкурентів [1, с. 24]. О. В. Ареф'єва наголошує, що вона залежить від якості продукції, її асортименту, термінів постачання та вигідності умов для споживачів [2, с. 12]. О. М. Ткачук та Ю. П. Харкова підходять до питання ширше, вважаючи конкурентоспроможність узагальненою оцінкою переваг підприємства у формуванні ресурсного потенціалу, відповідності споживчим потребам та ефективності роботи загалом [7, с. 68].

Конкурентоспроможність підприємства можна розглядати як здатність адаптуватися до змін ринку, утримувати міцні позиції та задовольняти потреби клієнтів, незважаючи на внутрішні та зовнішні виклики. Це поняття має дві важливі складові [2, с. 12]:

- Вплив на розвиток підприємства – можливість розширювати ресурсну базу, вдосконалювати виробничі процеси, підвищувати якість продукції та послуг.
- Залежність від зовнішніх факторів – ринкової кон'юнктури, державної політики, рівня платоспроможного попиту, інфляції тощо.

Оцінюючи конкурентоспроможність, Н. В. Сурженко та І. В. Агєєва пропонують враховувати як внутрішні чинники (фінансовий стан, кадровий потенціал, технологічне оснащення, маркетингову стратегію), так і зовнішні умови (співпрацю з партнерами, ситуацію на ринку, економічні ризики). Лише комплексний підхід дозволяє зрозуміти реальну конкурентну позицію підприємства та сформувати ефективну стратегію розвитку [8, с. 232].

Формування ефективного організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі в Україні стикається з рядом серйозних проблем, обумовлених

як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. У сучасних умовах підприємства змушені адаптувати свої стратегії до нестабільного економічного середовища, високої конкуренції та системних викликів, що впливають на їхню життєздатність і розвиток.

До основних проблем, що ускладнюють реалізацію конкурентних стратегій, Т. В. Ріпа відносить наступне [7, с. 62]:

1. Обмеженість ресурсної бази підприємств через високі кредитні ризики та складнощі у залученні фінансування. Високі відсоткові ставки за кредитами та інфляційні процеси знижують можливості компаній щодо інвестування у розвиток.

2. Проблеми з ліквідністю та оборотним капіталом, що обмежують підприємства у фінансуванні операційної діяльності, закупівлі товарів та розширенні асортименту.

3. Коливання курсу національної валюти, що ускладнює процеси ціноутворення, закупівлі імпоротної продукції та довгострокове планування фінансової діяльності.

4. Руїнування логістичних і постачальницьких ланцюгів, що ускладнює забезпечення торговельних підприємств необхідними товарами як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

5. Обмеженість державної підтримки через пріоритетне фінансування оборонного сектора, що зменшує можливості для субсидування підприємств та сприяння їх розвитку.

6. Скорочення платоспроможного попиту населення, що безпосередньо впливає на рівень споживчої активності та обсяги продажів у торговельних компаніях.

7. Дефіцит кваліфікованих кадрів, спричинений високими темпами трудової міграції. Це створює проблеми із забезпеченням підприємств професійним персоналом та знижує рівень обслуговування споживачів.

8. Енергетична нестабільність, особливо в осінньо-зимовий період, що призводить до перебоїв у роботі підприємств, зростання витрат на забезпечення енергонезалежності та підвищення собівартості продукції.

9. Загострення конкуренції з боку іноземних компаній, що мають значно більші фінансові можливості, розвинену інфраструктуру та ефективні маркетингові стратегії.

10. Макроекономічна нестабільність, що створює додаткові ризики для ведення бізнесу, ускладнює прогнозування ринкових тенденцій та знижує інвестиційну привабливість сектора.

Усі ці фактори, на думку І. В. Шаповалової, потребують розробки та впровадження ефективних організаційно-економічних інструментів, які дозволять підприємствам адаптуватися до викликів та зберегти конкурентні позиції на ринку. Важливим завданням є створення стратегії, яка враховуватиме не лише поточні обмеження, а й довгострокові можливості для розвитку та зміцнення конкурентоспроможності українського торговельного бізнесу [10, с. 432].

В умовах нестабільного економічного середовища та структурних змін у глобальній і національній економіці торговельні підприємства, за словами І. М. Кліменко, змушені адаптувати свої бізнес-моделі, застосовуючи широкий спектр інструментів для зміцнення конкурентоспроможності. Від ефективного управління фінансовими ресурсами до цифрової трансформації та оптимізації логістичних процесів – комплексний підхід стає основою стійкості підприємств до викликів сучасного ринку [4, с. 146].

Н. В. Сурженко та І. В. Агеєва визначили, що однією з ключових проблем підприємств є обмежений доступ до фінансування через високі кредитні ставки та макроекономічну нестабільність. У таких умовах важливим інструментом стає диверсифікація джерел фінансування. Підприємства можуть залучати кошти через наступне [8, с. 232]:

- Факторинг – продаж дебіторської заборгованості фінансовим компаніям для швидкого отримання обігових коштів.

- Лізинг – дозволяє уникнути значних одноразових витрат на придбання обладнання, розподіляючи платежі на довший період.

- Грантове фінансування та державні програми підтримки – хоча вони обмежені, проте наявні можливості слід активно використовувати.

- Співпраця з міжнародними організаціями та фондами, які надають підтримку українському бізнесу в кризових умовах.

У сучасних умовах макроекономічної нестабільності підприємствам необхідно ретельно контролювати свої фінансові потоки, мінімізуючи ризики та забезпечуючи достатній рівень ліквідності. Для цього варто застосовувати комплексні фінансові інструменти та стратегії, які дозволять зберегти фінансову стійкість і конкурентні переваги.

Динамічне ціноутворення передбачає зміну цін залежно від внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на ринок. Його впровадження допомагає підприємствам гнучко реагувати на: коливання валютного курсу, що є критичним для імпортерів та компаній, які працюють із міжнародними постачальниками; рівень інфляції, який впливає на собівартість продукції та купівельну спроможність населення; попит та сезонні фактори, що дозволяє коригувати цінову політику для максимізації прибутків [5; 9].

Операційні витрати є одним із головних факторів, що впливають на фінансову стійкість підприємства. У контексті енергетичної нестабільності та зростання вартості енергоресурсів важливим заходом є модернізація обладнання та перехід на енергоефективні технології, включаючи: використання LED-освітлення для зниження витрат на електроенергію; автоматизацію систем опалення та кондиціювання.

Точне планування фінансових ресурсів допомагає підприємствам уникнути касових розривів та забезпечити стабільність фінансових операцій. Сучасні підходи до управління грошовими потоками включають створення системи коротко- та

довгострокового прогнозування, яка базується на історичних даних, макроекономічних показниках та очікуваних тенденціях ринку, та автоматизоване управління фінансовими потоками, що дозволяє оперативно відстежувати надходження та витрати коштів у режимі реального часу [6].

Руйнування логістичних ланцюгів значно ускладнює діяльність торговельних підприємств, що вимагає розробки нових стратегій у сфері постачання. Тому основним інструментом оптимізації конкурентоспроможності тут виступає співпраця з українськими виробниками, що дозволяє мінімізувати ризики, пов'язані з імпортом, та скоротити логістичні витрати, а також застосування мультимодальних логістичних рішень – поєднання різних видів транспорту (авто, залізничного, водного) для оптимального балансування вартості та швидкості доставки [12].

Оцифровування бізнесу є ключовим фактором зміцнення конкурентоспроможності, адже сучасні технології дозволяють оптимізувати процеси, зменшувати витрати та покращувати клієнтський досвід. Впровадження ERP-систем (Enterprise Resource Planning) допомагає інтегровано керувати фінансами, постачанням та запасами, що зменшує ризики дефіциту товарів і покращує контроль за витратами. Використання CRM-систем (Customer Relationship Management) сприяє персоналізації взаємодії з клієнтами, дозволяє прогнозувати попит та підвищує їхню лояльність через індивідуальний підхід. Автоматизація обліку товарних залишків завдяки RFID-технологіям значно спрощує інвентаризацію, мінімізує втрати та дозволяє уникнути ситуацій нестачі чи надлишку продукції. Використання Big Data та аналітики дає змогу підприємствам краще розуміти ринкові тенденції, швидко реагувати на зміни у споживчих вподобаннях та будувати більш точні прогнози попиту.

У періоди економічної нестабільності зростає важливість ефективного маркетингу та розвитку багатоканальних продажів. Омніканальний маркетинг, що поєднує фізичні магазини, онлайн-платформи, мобільні додатки та соціальні мережі, створює єдиний клієнтський досвід і розширює можливості для продажів. Персоналізовані програми лояльності дозволяють утримати постійних клієнтів завдяки індивідуальним пропозиціям, знижкам та бонусним програмам. Гнучке ціноутворення та динамічні знижки допомагають підприємствам оперативно адаптуватися до змін купівельної спроможності споживачів, підтримуючи стабільний рівень продажів навіть у кризові періоди. Активне використання соцмереж та контент-маркетингу відіграє важливу роль у залученні клієнтів, адже споживачі все більше орієнтуються на інформаційні кампанії, відеорекламу та рекомендації блогерів.

Дефіцит кваліфікованих кадрів змушує підприємства переглядати підходи до управління персоналом та адаптуватися до нових реалій ринку праці. Важливим рішенням є створення корпоративних освітніх програм, які дозволяють готувати власні кадри та підвищувати кваліфікацію

працівників без необхідності пошуку нових спеціалістів. Впровадження гнучких графіків та можливості віддаленої роботи сприяє залученню працівників із регіонів, де обмежені перспективи для працевлаштування, а також підвищує загальну мотивацію персоналу. Посилення соціальних гарантій, зокрема медичного страхування, бонусних програм та підтримки співробітників у кризових ситуаціях, сприяє збереженню ключових кадрів і створенню позитивного іміджу компанії як надійного роботодавця [7, с. 62].

Енергетична безпека та екологічна сталість набувають особливого значення в умовах нестабільності в енергетичному секторі, що спонукає підприємства впроваджувати стратегії енергонезалежності. Інвестиції у відновлювані джерела енергії, зокрема встановлення сонячних панелей та використання генераторів, дозволяють зменшити залежність від централізованих мереж і забезпечити безперебійну роботу бізнесу. Перехід на енергоефективні технології, такі як LED-освітлення, модернізовані системи опалення та автоматизовані системи контролю енергоспоживання, допомагає суттєво скоротити операційні витрати та підвищити ефективність використання ресурсів. Оптимізація виробничих процесів та раціональне використання енергоресурсів стають важливими чинниками зниження собівартості продукції та підвищення загальної ефективності роботи підприємств [1, с. 65].

Розширення партнерських зв'язків та вихід на нові ринки є стратегічними напрямками, що дозволяють підприємствам адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, мінімізувати ризики, пов'язані з внутрішньою економічною нестабільністю, та знаходити нові можливості для розвитку. Співпраця з міжнародними компаніями відкриває доступ до іноземних інвестицій, технологічних інновацій та сучасних управлінських практик, що підвищує загальний рівень конкурентоспроможності підприємств. Інтеграція у глобальні ланцюги постачання та використання передових методів ведення бізнесу дозволяють компаніям не лише покращити ефективність власних процесів, а й закріпитися на міжнародних ринках, що забезпечує фінансову стабільність у довгостроковій перспективі.

Розширення ринків збуту через експорт є ключовим інструментом диверсифікації ризиків та пошуку нових джерел доходу. Використання сучасних онлайн-майданчиків та міжнародних платформ електронної комерції дає змогу підприємствам виходити на глобальний рівень без значних капіталовкладень у відкриття фізичних представництв за кордоном. Цифрові технології дозволяють оптимізувати процеси продажу, спростити логістичні операції та забезпечити гнучкість у роботі з міжнародними клієнтами. Крім того, активна участь у міжнародних виставках, бізнес-форумах та коопераційних програмах сприяє встановленню ділових контактів, формуванню довгострокових партнерств та обміну досвідом із провідними компаніями галузі.

Залучення стратегічних партнерів і вихід на нові ринки потребують глибокого аналізу цільової аудиторії, особливостей регіонального законодавства та адаптації бізнес-моделі до нових умов. Важливим фактором успіху є розуміння специфіки місцевих ринків, культурних особливостей та споживчих уподобань, що дозволяє ефективніше позиціонувати продукцію та послуги. Використання сучасних аналітичних інструментів і маркетингових стратегій допомагає підприємствам швидко реагувати на зміни у споживчому попиті, знаходити оптимальні канали збуту та зміцнювати власні конкурентні позиції. Таким чином, розширення партнерських зв'язків та вихід на нові ринки стають не лише способом виживання в умовах економічної нестабільності, а й потужним рушієм розвитку, що забезпечує стійкість бізнесу та його довгострокове процвітання [2, с. 12].

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю успішно працювати на ринку, витримуючи конкуренцію та забезпечуючи ефективність у економічній, соціальній та екологічній сферах. Вона залежить від якості продукції, асортименту, умов постачання, фінансового стану, кадрового потенціалу та маркетингової стратегії. Важливими факторами є також зовнішні умови, такі як ринкова кон'юнктура, державна політика, рівень платоспроможного попиту та інфляція.

Основними проблемами, що ускладнюють реалізацію конкурентних стратегій підприємств, є обмеженість ресурсної бази, проблеми з ліквідністю, валютні коливання, руйнування логістичних ланцюгів, недостатня державна підтримка, зниження купівельної спроможності населення, дефіцит кваліфікованих кадрів, енергетична нестабільність, конкуренція з боку іноземних компаній та макроекономічна нестабільність. Для підвищення конкурентоспроможності підприємствам необхідно впроваджувати ефективні фінансові інструменти, такі як факторинг, лізинг, грантове фінансування та міжнародні програми підтримки. Також важливо використовувати динамічне ціноутворення, оптимізувати операційні витрати та модернізувати енергоспоживання.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ареф'єва О. В. Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі : монографія. Київ : ФОП Маслаков, 2019. 342 с.
2. Білявський В. М., Шепута М. М. Конкурентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості. *Інноваційна економіка*. 2017. № 11-12. С. 129-134.
3. Вербівська Л. В., Судук І. В. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства та основні принципи її формування. *Молодий вчений*. 2017. № 10. С. 827-833.
4. Кліменко І. М. Генезис сутності та трактування поняття конкурентоспроможності

підприємства. *Економічний вісник університету / Ун-т Григорія Сковороди в Переяславі*. 2016. Вип. 31(1). С. 143-150.

5. Куцук П. О. Внутрішня торгівля України у системі міжгалузевих зв'язків: сучасні тенденції і ключові диспропорції. *Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць*. 2021. № 31. С. 5-12. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-31-01>.

6. Куцук П., Лупак Р., Качан О. Специфіка механізмів державної політики розвитку внутрішньої торгівлі. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2023. Вип. 28. С. 4-13. DOI: <https://doi.org/10.35774/rarrpsu2023.28.004>. URL: <http://rarrpsu.wunu.edu.ua/index.php/rarrpsu/article/view/469>.

7. Ріпа Т. В. Змістова характеристика конкурентоспроможності підприємств торгівлі. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. №10. С. 47-77.

8. Сурженко Н. В., Агєєва І. В. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2014. № 1. С. 232-235.

9. Ткачук О. М., Харкова Ю. П. Конкурентні переваги підприємства. *Перспективні напрямки наукової думки : матеріали міжнародної науково-практичної конференції 18 квітня 2018 року у м. Тернопіль : зб. наук. праць "АЮГОС" / відп. за випуск Голденблат М. А. Обухів : Друкарня "Друкарник" (ФОП Гуляєва В.М.), 2018. Т. 3. С. 66-70.*

10. Шаповалова І. В. Конкурентні переваги підприємства: ретроспективний аналіз трактування термінів. *Економіка і суспільство*. 2017. № 10. С. 427-432.

11. International Trade Administration Highlights 2024 Achievements to Strengthen U.S. Competitiveness and Economic Security. Press Releases Issued by the International Trade Administration. *Official Website of the International Trade Administration*. URL: <https://www.trade.gov/press-release/international-trade-administration-highlights-2024-achievements-strengthen-us>.

12. The Case for Trade and Competitiveness. *World Economic Forum*. A joint paper of the World Economic Forum Global Agenda Council on Trade & FDI and Global Agenda Council on Competitiveness. Paper has been drafted by Richard Baldwin, Anabel Gonzalez, Selina Jackson, Kevin Murphy, Razeen Sally and Harsha V. Singh. September 2015. 16 p. URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GAC\\_Competitiveness\\_2105.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_GAC_Competitiveness_2105.pdf).

## REFERENCES

1. Aref'ieva, O. V. (2019), Konkurentospro-mozhnist' pidpriemstv u mizhnarodnomu tsyfrovomu prostori : monohrafiia. FOP Maslakov, Kyiv, 342 s.
2. Biliavs'kyj, V. M. and Sheputa, M. M. (2017), Konkurentospromozhnist' pidpriemstva iak

faktor pidvyschennia joho investytsijnoi pryvablyvosti. *Innovatsijna ekonomika*, № 11-12, s. 129-134.

3. Verbiv's'ka, L. V. and Suduk, I. V. (2017), Stratehiia zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva ta osnovni pryntsyipy ii formuvannia. *Molodyj vchenyj*, № 10, s. 827-833.

4. Klimenko, I. M. (2016), Henezys sutnosti ta traktuvannia poniattia konkurentospromozhnosti pidpriemstva. *Ekonomichnyj visnyk universytetu / Un-t Hryhoriia Skovorody v Pereiaslavi*, vyp. 31(1), s. 143-150.

5. Kutsyk, P. O. (2021), Vnutrishnia torhivlia Ukrainy u systemi mizhhaluzevykh zv'iazkiv: suchasni tendentsii i kliuchovi dysproportsii. *Pidpriemnytstvo i torhivlia : zbirnyk naukovykh prats'*, № 31, s. 5-12. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-31-01>.

6. Kutsyk P., Lupak R. and Kachan O. (2023), Spetsyfika mekhanizmv derzhavnoi polityky rozvytku vnutrishn'oi torhivli. *Rehional'ni aspekty rozvytku produktyvnykh syl Ukrainy*, vyp. 28, s. 4-13. DOI: <https://doi.org/10.35774/rarrpsu2023.28.004>, available at: <http://rarrpsu.wunu.edu.ua/index.php/rarrpsu/article/view/469>.

7. Ripa, T. V. (2016), Zmistova kharakterystyka konkurentospromozhnosti pidpriemstv torhivli. *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, №10, s. 47-77.

8. Surzhenko, N. V. and Ahieieva, I. V. (2014), Orhanizatsijno-ekonomichnyj mekhanizm upravlinnia konkurentospromozhnosti. *Zbirnyk naukovykh prats' Tavrijs'koho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu*, № 1, s. 232-235.

9. Tkachuk, O. M. and Kharkova, Yu. P. (2018), Konkurentni perevahy pidpriemstva. *Perspektyvni napriamky naukovoï dumky : materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii 18 kvitnia 2018 roku u m. Ternopil' : zb. nauk. prats' "ΛΟΗΟΣ"* / vidp. za vypusk Holdenblat M. A. Drukarnia "Drukaryk" (FOP Huliaieva V.M.), Obukhiv, T. 3, s. 66-70.

10. Shapovalova, I. V. (2017), Konkurentni perevahy pidpriemstva: retrospektyvnyj analiz traktuvannia terminiv. *Ekonomika i suspil'stvo*, № 10, s. 427-432.

11. International Trade Administration Highlights 2024 Achievements to Strengthen U.S. Competitiveness and Economic Security. Press Releases Issued by the International Trade Administration. *Official Website of the International Trade Administration*, available at: <https://www.trade.gov/press-release/international-trade-administration-highlights-2024-achievements-strengthen-us>.

12. The Case for Trade and Competitiveness. *World Economic Forum*. A joint paper of the World Economic Forum Global Agenda Council on Trade & FDI and Global Agenda Council on Competitiveness. Paper has been drafted by Richard Baldwin, Anabel Gonzalez, Selina Jackson, Kevin Murphy, Razeen Sally and Harsha V. Singh. September 2015. 16 p., available at: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GAC\\_Competitiveness\\_2105.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_GAC_Competitiveness_2105.pdf).

*Стаття надійшла до редакції 17 січня 2025 року*