

СЕКЦІЯ 1
ЕКОНОМІКА

УДК 330.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4263/2025-3-1>

Грицина Л.А.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Хмельницького національного університету*

Hrytsyna Lesia

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of International Economic Relations
Khmelnytskyi National University*РОЛЬ І МІСЦЕ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
У ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВTHE ROLE AND PLACE OF COMPETITIVENESS
IN THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті розглядається актуальність вивчення місця і ролі конкурентоспроможності в системі зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємства в умовах трансформацій глобального економічного порядку. Проаналізовано сучасні наукові підходи до трактування ЗЕД, виокремлено три основні напрями – функціонально-операційний, інституційно-системний та глобалістсько-економічний. Розкрито сутнісні характеристики ЗЕД, визначено місце конкурентоспроможності у забезпеченні довгострокової сталості ЗЕД підприємств, а також фактори, які впливають на формування конкурентних переваг. Особливу увагу було приділено аналізу внутрішніх і зовнішніх чинників конкурентоспроможності, систематизації підходів до її оцінювання. Розкрито три ключових стратегічних моделей формування конкурентних переваг – товарно-продуктової, позиційної та результативно-цільової. На основі проведеного аналізу обґрунтовано необхідність комплексного підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства в контексті його ЗЕД як критично важливого інструменту посилення ринкових позицій на міжнародному рівні.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, конкурентоспроможність, стратегічні моделі, конкурентні переваги, ринкова позиція, інтеграція, глобальна економіка, оцінювання конкурентоспроможності.

ANNOTATION

The article examines the relevance of studying the place and role of competitiveness within the system of a company's foreign economic activity (FEA) under the conditions of transformation of the global economic order. Contemporary academic approaches to interpreting FEA are analyzed, and three main approaches are identified: the functional-operational approach, which focuses on the types and functions of company activities related to entering foreign markets; the institutional-systemic approach, which emphasizes the legal, organizational, and intergovernmental foundations of FEA; and the globalist-economic approach, which considers FEA as a tool for integrating the national economy into the global economic system. This framework allows for the disclosure of the essential characteristics of FEA and the identification of competitiveness as a crucial factor in ensuring the long-term sustainability of a company's FEA. Particular attention is paid to the analysis of internal and external factors influencing competitiveness, as well as the systematization of approaches

to its assessment. The article presents the content of three key strategic models for building competitive advantages: the product-based model, which views a company's competitiveness as derived from the advantages inherent in specific types of goods and services as well as the overall product portfolio; the positional model, which defines competitive advantages through the company's market position, particularly its market share and ability to effectively respond to competitors' actions under both competitive and cooperative market conditions; and the performance-target model, which offers an integrated view of competitiveness as a multidimensional indicator reflecting the efficient use of a company's resources (resource aspect), its market position among competitors (positional aspect), and its ability to produce goods and services that meet consumer needs (product-based aspect). Based on the analysis, the article substantiates the need for a comprehensive approach to managing a company's competitiveness in the context of its FEA, viewing it as a critically important tool for strengthening its market positions at the international level.

Keywords: foreign economic activity, competitiveness, strategic models, competitive advantages, market position, integration, global economy, competitiveness assessment.

Постановка проблеми. У сучасних умовах динамічного розвитку світової економіки та зростання ролі інтеграційних процесів, зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) стає невід'ємним чинником забезпечення стійкого функціонування підприємств. Проте досягнення ефективності здійснення ЗЕД вимагає від підприємств забезпечення стійких конкурентних позицій на зовнішніх ринках в умовах трансформації глобального економічного порядку, підвищення турбулентності міжнародної торгівлі, швидких технологічних змін, а також загострення геоекономічних ризиків. У цьому контексті особливої актуальності набуває вивчення місця і ролі конкурентоспроможності у системі ЗЕД підприємства як одного з ключових чинників його успішного розвитку в міжнародному середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових джерел свідчить про зростаючу увагу науковців до проблематики зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Зокрема, вивченню теоретичних основ зовнішньоекономічної діяльності підприємств присвячені праці Вітка Ю. Д. [2], Батюка Р. Б. [3], Малишка Є. О. [4], Зосимова Ж. С. та Шталь Т. В. [5]. Вивченню питання конкурентоспроможності підприємств у сфері ЗЕД присвячені роботи Рахмана М. С. та Крятової А. С. [7], Мукан О. В. і Шарук А. М. [8], Клецик В. [9], Жань Х. [10]. Особливу увагу у роботах Євтушенка В. А. [1], Мозгової Г. В., Євтушенка В. А. та Серкової Н. В. [6] приділено проблемі управління ЗЕД підприємства за умов зростаючої конкуренції.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак не зважаючи на значний науковий інтерес до проблематики зовнішньоекономічної діяльності підприємств, все ще залишається потреба у комплексному вивченні місця і ролі конкурентоспроможності в системі ЗЕД підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є систематизація теоретичних підходів до зовнішньоекономічної діяльності підприємств, аналіз її взаємозв'язку з конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання та обґрунтування основних чинників формування конкурентних переваг підприємств у процесі здійснення ЗЕД.

Виклад основного матеріалу дослідження. Критичний аналіз визначення поняття зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) свідчить про наявність багатовекторних підходів до пояснення змісту даного феномену у науковій літературі. Загалом можна виділити три основні підходи до трактування ЗЕД. Прихильники першого – функціонально-операційного, акцентують увагу на видах і функціях діяльності підприємства, пов'язаних з виходом на зовнішній ринок, веденням експортно-імпорتنих операцій, організацією взаємодії із зарубіжними контрагентами. Прихильники другого – інституційно-системного – зосереджуються на нормативно-правових, організаційних та міждержавних засадах здійснення ЗЕД, підкреслюючи важливість суб'єктного складу, правових підстав здійснення ЗЕД, а також місця діяльності – на території України або за її межами. Прихильники третього – глобалістсько-економічного – розглядають ЗЕД як інструмент інтеграції національної економіки у світове господарство, акцентуючи увагу на значенні міжнародного поділу праці, глобальної кооперації, руху інвестицій тощо.

В той же час спільним у багатьох трактуваннях поняття є розуміння ЗЕД як універсального та комплексного явища, що охоплює економічні, організаційні, правові, комунікаційні та управлінські компоненти. ЗЕД розглядається як сукупність дій або системи відносин, що здійснюються суб'єктами господарювання у межах економічної взаємодії з іноземними партнерами з метою отримання прибутку, розширення

ринків збуту, освоєння нових технологій або посилення конкурентних переваг.

Ж. С. Зосимова, Т. В. Шталь [5] пропонують виділити наступні основні сутнісні характеристики ЗЕД підприємства: 1) ЗЕД підприємства є складовою частиною загальнооекономічної діяльності; 2) діяльність, яка пов'язана з виходом на зовнішній ринок, тобто па інший, міжнародний, рівень функціонування; 3) суб'єктами даної діяльності є контрагенти з різних країн; 4) ЗЕД підприємства є способом включення країни до процесів міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації; 5) метою даної діяльності є ефективне використання переваг міжнародного поділу праці; 6) специфічні умови реалізації цієї діяльності, тобто мають бути враховані національне та міжнародне законодавство, правила і техніка розрахунків, ділові звичаї країн-партнерів [5].

Основні причини розвитку ЗЕД підприємства на думку [6] є збільшення продажів та прибутку, короткострокова безпека, довгострокова безпека, збільшення інноваційного потенціалу, економія від масштабу виробництва, конкуренція. Як бачимо питання конкуренції є однією з причин та передумов розвитку ЗЕД підприємства.

Як зазначають М. С. Рахман, А. С. Крятова [7] конкурентоспроможність як похідна конкуренції – це мірило спроможності об'єктів або суб'єктів до самовираження і самоствердження в умовах конкурентної боротьби, пов'язане з ефективним управлінням підприємством чи країною у цілому, формується залежно від постановки та досягнення цілей підприємства/країни у конкурентній боротьбі на основі своїх конкурентних переваг або потенціалу [7].

У сучасній науковій літературі представлено значну кількість методів оцінки конкурентоспроможності підприємств, кожен з яких характеризується певними перевагами та недоліками. Спільними рисами цих методів є використання чотирьох ключових етапів: визначені та вибір критеріїв конкурентоспроможності; оцінки відібраних критеріїв з використанням експертних методів; обґрунтуванні оптимального методу оцінки; інтеграція показників, що визначають рівень конкурентоспроможності [8].

Критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства охоплюють ключові аспекти раціонального використання його внутрішнього потенціалу. Вона характеризуються, зокрема: – відношенням показників у контексті порівняння з іншими учасниками ринку, причому конкурентоспроможність зростає зі зміцненням позиції підприємства на міжнародних або глобальних ринках; – результативністю господарської діяльності в умовах ринкової конкуренції, що проявляється у формі комплексної порівняльної оцінки, яка відображає сукупність переваг підприємства над його конкурентами; – збалансованістю розвитку підприємства, де конкурентоспроможність продукції

Таблиця 1

Підходи до трактування поняття «зовнішньоекономічна діяльність»

Функціонально-операційний	Інституційно-системний	Глобалістсько-економічний
М.Б. Владичин, Н.С. Струк Сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних функцій підприємства відповідно до зовнішньоекономічних зв'язків держави, пов'язаних із виходом підприємства на зовнішній ринок та участю у зовнішньоекономічних операціях, форми та методи якої узагальнюються відповідно до цілей та завдань підприємства. Дроздова Г. М. Сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та оперативно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних із його виходом на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях. Покровська В. В. Сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та оперативно-комерційних функцій експортно-орієнтованих підприємств із урахуванням обраної економічної стратегії, форм та методів роботи на ринку іноземного партнера. Федорець Л. М. Сукупність видів діяльності суб'єктів господарювання усіх форм власності, спрямованих на організацію взаємодії із зарубіжними партнерами та контрагентами з метою отримання прибутку. Машталір Я. П. Сукупність зовнішньоекономічних операцій у сфері господарської діяльності, які здійснює підприємство з метою отримання прибутку через створення та реалізацію конкурентних переваг унаслідок виходу на світовий ринок.	О. П. Гребельник господарювання суб'єктів України та іноземних суб'єктів, яке ґрунтується на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами. думку С. Є. Хруповича, зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, яка заснована на вигідних взаємовідносинах і здійснюється на території України, або за її межами з метою ефективного використання переваг міжнародно го поділу праці. Н. В. Валінкевич: «зовнішньоекономічна діяльність в Україні – діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами». Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. «зовнішньоекономічна діяльність» – це діяльність вітчизняних та чужоземних суб'єктів господарювання, що базується на взаєминах між ними і здійснюється як на території України, так і поза її межами Діяльність суб'єктів господарювання	О.Є. Новіков, Т.Ш. Садридінов Важливий і потужний чинник економічного зростання і розвитку кожної країни та спосіб включення економіки кожної країни до системи світового господарства, отже, і до процесів міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації, що особливо актуально в умовах зростаючих тенденцій до глобалізації. Козак Ю.Г. Система економічних відносин, які складаються в процесі обміну ресурсами всіх видів між державами та їхніми економічними суб'єктами. Фатенко-Ткачук А. О. Система міжнародних економічних відносин, які виникають між суб'єктами господарювання країн світу внаслідок виробництва, обміну й споживання товарів, послуг та дій в умовах необмеженості потреб та ресурсів і на основі міжнародного поділу праці, унаслідок виходу за межі національних господарств із метою максимізації прибутку (як явище); складний ланцюг дій – від пошуку (зародження) підприємницької ідеї до її втілення в конкретний проект, який забезпечує виготовлення товарів, виконання роботи та надання послуг, конкурентоспроможних на міжнародних ринках (як процес). Сухарський В. зовнішньоекономічна діяльність – це сукупність напрямків, форм і методів торговельно-економічного, науково-технічного співробітництва, а також кредитних і валютно-фінансових відносин певної країни із зарубіжними державами з метою ефективного використання переваг міжнародного поділу праці. Напрямки, форми, методи

Джерело: узагальнено на основі [1–5]

чи послуг, які виробляються або надаються, є складовим, але не тотожним елементом загальної конкурентоспроможності, незважаючи на тісний взаємозв'язок між цими категоріями [7].

Розглядаючи конкурентні переваги підприємства науковці зазвичай виокремлюють дві ключові групи чинників, які відіграють визначальну роль у їх формуванні. Перша група охоплює внутрішні чинники, до яких можна віднести ресурсний потенціал підприємства та механізми організації його використання, що реалізується через функціонування системи менеджменту, ефективність мотиваційної підсистеми, рівень концентрації виробництва, галузеву спеціалізацію, рівень диверсифікації виробничо-господарської діяльності, організацію взаємодії з контрагентами, маркетингову стратегію, асортиментну політику, систему ціноутворення, а також механізми збуту та просування продукції на ринку. До іншої групи прийнято відносити зовнішні чинники, які поділяються

на три підкатегорії: 1) інституційні чинники, що включають правові, нормативні та регуляторні механізми, які стають умовами функціонування підприємств на ринку та можуть змінюватися залежно від галузі; 2) інфраструктурні чинники, серед яких – фінансові, страхові, інноваційні та консалтингові установи, а також бізнес-інкубатори та венчурні фонди, що забезпечують супровід ринкової діяльності; 3) ринкові чинники, які охоплюють характеристики попиту й пропозиції, місткість, рівень конкуренції, цінову динаміку, а також загальну ринкову кон'юнктуру [9].

Якщо з розглядати підходи до реалізації конкурентних переваг, можна виділяти три базові концепції. Перша – товарно-продуктова – розглядає конкурентоспроможність підприємства як похідну від конкурентних переваг, що притаманні окремим видам продукції та послуг, а також товарному портфелю загалом. На міжнародному рівні цей підхід акцентує увагу на

порівняльних характеристиках товарної пропозиції, які притаманні різним ринкам. Проте зосередженість лише на запитах споживачів може обмежити управлінську увагу до внутрішніх процесів підприємства, таких як ефективність використання ресурсів, виробнича гнучкість, інноваційна активність тощо.

Друга – позиційна – визначає конкурентні переваги підприємства з точки зору його позиції на ринку, що визначається зокрема часткою в продажах, та здатністю ефективно реагувати на дії інших учасників ринку в умовах як конкуренції ринку, так і кооперації. Проте посилення акцентування на позиційних механізмах – таких як зростання масштабів виробництва або диверсифікація операцій – може призвести до зниження якості продукції та зниження задоволення інтересів споживачів.

Третя – результативно-цільова – пропонує інтегроване бачення конкурентоспроможності як багатовимірного показника, що відображає рівень ефективного використання ресурсів підприємства (ресурсний аспект), його ринкову позицію серед конкурентів (позиційний аспект) та здатність виробляти товари й послуги, що відповідають потребам споживачів (товарно-продуктовий аспект). Цей підхід орієнтований на синтез розглянутих компонентів для цілеспрямованої розробки управлінських рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій підприємства [10].

Особливостями формування конкурентоспроможності підприємства при здійсненні ЗЕД є необхідність врахування політичних, економічних, культурних, а подекуди і релігійних особливостей країн, що розглядаються як цільові ринки діяльності підприємства. Зважаючи на це збір інформації щодо особливостей конкуренції у відповідному секторі економіки вибраних країн та бар'єрів входу на ринок виступає початковим етапом при розробці системи управління конкурентоспроможності підприємства. Як зазначають Мукан О. В., Шарук А. М. [8] на даному етапі доцільно вивчати досвід виходу українських компаній на нові міжнародні ринки, особливості законодавчого аспекту бізнес функціонування та захисту авторських прав в іноземній країні, а також шукатиме інформацію для проведення маркетингового дослідження [8]. У поєднанні із детальним аналізом внутрішніх можливостей, сильних і слабких сторін підприємства це дозволяє об'єктивно визначити потенційні конкурентні переваги підприємства на при здійсненні ЗЕД. Однак визначення потенційних конкурентних переваг є недостатнім для ефективної ЗЕД. Саме тому важливо визначити пріоритетні напрями посилення потенційних конкурентних переваг, які за допомогою спеціально розроблених заходів будуть введені у розряд реалізованих переваг [11]. Ця підготовча стадія є критичною для формування успішних передумов ЗЕД підприємства, оскільки неправильне визначення наявних передумов

може у майбутньому вплинути на досягнення поставлених цілей.

Наступним важливим кроком є формування цілісного механізму реалізації конкурентних переваг підприємства. На цьому етапі розробляється сукупність методів і інструментів, що відповідають основним напрямам реалізації конкурентних переваг згідно з положеннями обраної стратегії підвищення конкурентоспроможності. Паралельно формується система оцінювання ефективності реалізації переваг, а також визначаються відповідні показники. Важливою умовою динамічного зростання та зміцнення конкурентних позицій підприємства виступає запровадження інноваційних рішень в організаційній, технологічній та управлінській сферах [11].

На сучасному етапі розвитку одним із поширених інноваційних рішень у даних сферах виступає процес діджиталізації, який Шкурат М.Є. [12] визначає як «процес перетворення ресурсів компанії на нові джерела доходу, зростання та інших операційних результатів, які підвищують цінність підприємства завдяки використанню можливостей, що пропонуються діджитал-технологіями. Це надає змогу розробляти необхідні бізнес-стратегії, створювати унікальний клієнтський досвід, пропонувати нові продукти і послуги та більш ефективно використовувати ресурси компанії завдяки новим поєднанням інформації, людського капіталу і технологічних ресурсів підприємства» [12].

Для підвищення конкурентоспроможності доцільно застосовувати чотири цифрові стратегії:

- 1) діджиталізація продуктів та процесів, що передбачає впровадження цифрових стратегій для автоматизації виробничих процесів, застосування передових інформаційних технологій, роботизації тощо;

- 2) інтелектуальна інтеграція, зосереджується на покращенні взаємодії із споживачами, даний напрям орієнтований на детальне опрацювання характеристик і дизайну продукції;

- 3) зацікавленість покупців та доступність, увага приділяється збору та аналізу даних щодо інтересів і поведінки клієнтів, а також впровадженню механізмів стимулювання для підвищення їхньої лояльності;

- 4) багатогранна екосистема, що орієнтується на формування інтерактивного середовища співпраці між підприємствами, споживачами, користувачами та партнерами з метою створення цифрових екосистем або платформ, що забезпечують комплексну підтримку бізнес-процесів і посилюють позиції компанії на ринку [12].

Останніми кроками на шляху реалізації конкурентних переваг підприємств у ЗЕД є моніторинг отриманих результатів і розробка заходів спрямованих на коригування реалізованих заходів.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження показало, що зовнішньо-

економічна діяльність є складовою частиною стратегічного розвитку підприємств у сучасних умовах глобалізації, що передбачає вихід на міжнародні ринки, інтеграцію у світову економіку та використання переваг міжнародного поділу праці. При цьому конкурентоспроможність підприємства виступає ключовим фактором успішної міжнародної діяльності. Формування ж конкурентних переваг у ЗЕД повинно ґрунтуватися на комплексному підході, що поєднує: внутрішні чинники (ресурсний потенціал, управлінські механізми, маркетингові стратегії), зовнішні чинники (ринкові умови, інституційне середовище, інфраструктурна підтримка) та інноваційні інструменти (діджиталізація, автоматизація, аналіз даних). Останні виступають ключовими чинниками посилення конкурентних позицій підприємства при здійсненні ЗЕД, забезпечуючи додаткові можливості для адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища, дозволяючи оптимізувати бізнес-процеси, покращити взаємодію з клієнтами та створити цифрові екосистеми для ефективної роботи на міжнародних ринках.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Євтушенко В. А. Інструменти вдосконалення менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Бізнес-навігатор*. 2021. Вип. 4. С. 66–71
2. Вітко Ю. Д. Морфологічний аналіз сутності поняття «зовнішньоекономічна діяльність підприємств». *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2016. Вип. 249. С. 101–109
3. Батюк Р. Б. Оцінка дефініції «зовнішньоекономічна діяльність аграрних підприємств». *Наукові записки Української академії друкарства*. 2020. № 2 (61). С. 141–155.
4. Малишко Є. О. Сучасне розуміння поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Приазовський економічний вісник*. 2022. Вип. 2. С. 101–105.
5. Зосимова Ж. С., Шталь Т. В. Наукові підходи до визначення поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2013. Т. 18. Вип. 1 (1). С. 134–136.
6. Мозгова Г. В., Євтушенко В. А., Серкова Н. В. Теоретичне обґрунтування особливостей формування та розвитку управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Бізнес Інформ*. 2023. № 3. С. 152–157.
7. Рахман М. С., Крятова А. С. Проблеми підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на зовнішньому ринку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 49. С. 51–55.
8. Мукан О. В., Шарук А. М. Концептуальні засади оцінювання конкурентоспроможності підприємства в умовах виходу на нові міжнародні ринки. *Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development*. 2021. Vol. 3. № 2. С. 91–98.
9. Клецик В. Суть поняття «конкурентоспроможність підприємств». *Аграрна економіка*. 2024. Т. 17, № 3–4. С. 90–96.
10. Жань Х. Концептуальні засади управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. *Облік і фінанси*. 2023. № 4. С. 91–96.
11. Ковтуненко К. В., Ковальчук О. В., Живодер Д. П. Організаційне забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах виходу на зовнішні ринки. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. № 12/4. С. 9–12.
12. Шкурят М. Є. Глобальна конкурентоспроможність в умовах діджиталізації: аналіз бізнес-стратегій міжнародних компаній. *Економіка і організація управління*. 2023. Вип. 4. С. 59–71.

REFERENCES:

1. Ievtushenko V. A. (2021) Instrumenty vdoskonalennia menedzhmentu zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstva [Tools for improving the management of enterprise foreign economic activity]. *Biznes-navigator*, vol. 4, pp. 66–71 (in Ukrainian)
2. Vitko Yu. D. (2016) Morfolohichniy analiz sutnosti poniattia "zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstv" [Morphological analysis of the essence of the concept "foreign economic activity of enterprises"]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Seriya: Ekonomika, ahraryni menedzhment, biznes.*, vol. 249, pp. 101–109 (in Ukrainian)
3. Batiuk R. B. (2020) Otsinka definitsii "zovnishnoekonomichna diialnist ahrarynykh pidpriemstv" [Assessment of the definition "foreign economic activity of agricultural enterprises"]. *Naukovi zapysky Ukrainsoi akademii drukarstva*, no. 2 (61), pp. 141–155. (in Ukrainian)
4. Malysko Ye. O. (2022) Suchasne rozuminnia poniattia zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstv [Modern understanding of the concept of foreign economic activity of enterprises]. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk*, vol. 2, pp. 101–105. (in Ukrainian)
5. Zosymova Zh. S., Shtal T. V. (2013) Naukovi pidkhody do vyznachennia poniattia zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstva [Scientific approaches to defining the concept of enterprise foreign economic activity]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomika*, T. 18, vol. 1 (1), pp. 134–136. (in Ukrainian)
6. Mozghova H. V., Yevtushenko V. A., Sierkova N. V. (2023). Teoretychne obhruntuvannia osoblyvostei formuvannia ta rozvytku upravlinnia zovnishnoekonomichnoiu diialnistiu pidpriemstva [Theoretical justification of the features of formation and development of foreign economic activity management at enterprises.]. *Biznes Inform*, no. 3, pp. 152–157. (in Ukrainian)
7. Rakhman M. S., Kriatova A. S. (2020). Problemy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ukrainskykh pidpriemstv na zovnishnomu rynku [Problems of increasing the competitiveness of Ukrainian enterprises in foreign markets]. *Infrastruktura rynku*, vol. 49, pp. 51–55. (in Ukrainian)
8. Mukan O. V., Sharuk A. M. (2021) Kontseptualni zasady otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva v umovakh vykhodu na novi mizhnarodni rynky [Conceptual foundations of assessing enterprise competitiveness in the context of entering new international markets]. *Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development*, vol. 3, no. 2, pp. 91–98. (in Ukrainian)
9. Kletsyk V. (2024) Sut poniattia "konkurentospromozhnist pidpriemstv" [The essence of the concept "enterprise competitiveness"]. *Ahrarna ekonomika*, vol. 17, no. 3–4, pp. 90–96. (in Ukrainian)

10. Zhan Kh. (2023) Kontseptualni zasady upravlinnia mizhnarodnoi konkurentospromozhnistiu pidpriemstva [Conceptual foundations of managing the international competitiveness of an enterprise]. *Oblik i finansy*, no. 4, pp. 91–96. (in Ukrainian)
11. Kovtunenکو K. V., Kovalchuk O. V., Zhyvoder D. P. (2020) Orhanizatsiine zabezpechennia upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva v umovakh vykhodu na zovnishni rynky [Organizational Support for Managing Enterprise Competitiveness in the Context of Entering Foreign Markets]. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, no. 12/4, pp. 9–12. (in Ukrainian)
12. Shkurat M. Ye. (2023) Hlobalna konkurentospromozhnist v umovakh didzhytalizatsii: analiz biznes-strategii mizhnarodnykh kompanii [Competitiveness in the Context of Digitalization: Analysis of Business Strategies of International Companies]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, vol. 4, pp. 59–71. (in Ukrainian)