

# Економіка та управління національним господарством

<https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-4-7>

УДК 352.9:346.2

JEL R19, R13

Р. Р. Білик, А. Г. Сарафінчан

## Пріоритети та механізми забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в сучасних умовах

*У статті зроблено аналіз основних факторів, що впливають на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання у швидкозмінній глобальній економіці. Досліджено значення інновацій, оперативної ефективності та стратегічного позиціонування у створенні стійких конкурентних переваг. Визначено, що успішна адаптація до ринкових умов вимагає від суб'єктів господарювання розроблення комплексних стратегій, які охоплюють не лише внутрішні процеси, але й зовнішнє співробітництво та політичну підтримку. Наголошено на динамічній взаємодії між різними факторами, які формують конкурентне середовище і підкреслюють важливість постійного інноваційного розвитку та стратегічної гнучкості для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності.*

*Ключові слова:* конкурентоспроможність, кризові умови, суб'єкти господарювання, конкурентні переваги, управління.

**Постановка проблеми.** У швидкозмінній глобальній економіці конкурентоспроможність суб'єктів господарювання є критичним чинником їх успіху та стійкості. Здатність ефективно конкурувати як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях залежить від багатьох факторів, серед яких технологічні інновації, оперативна ефективність і стратегічне позиціонування на ринку. Таким чином, ідентифікація та розуміння пріоритетів і механізмів, які лежать в основі конкурентоспроможності, є важливими для підприємств, які прагнуть процвітати у складних сучасних ринкових умовах.

В основі підвищення конкурентоспроможності лежить необхідність інновувати та адаптуватися. В епоху швидких технологічних зрушень і змін уподобань споживачів підприємства змушені постійно вдосконалювати свої продукти, послуги та процеси. Це передбачає не лише впровадження передових технологій, але й створення культури інновацій, яка спонукає до креативності та гнучкості. Роль цифрової трансформації, сталого розвитку та орієнтованості на клієнта у підвищенні конкурентоспроможності неможливо переоцінити. Ці елементи разом формують основу для підприємств не тільки задовольнити поточні ринкові вимоги, але й передбачити майбутні тенденції.

Щобільше, механізми забезпечення конкурентоспроможності виходять за межі внутрішніх стратегій і охоплюють зовнішню співпрацю та підтримку політики. Партнерства з науково-дослідними інститутами, участь у промислових кластерах і використання урядових політик, спрямованих на підтримку бізнесу, відіграють важливу роль у підсиленні конкурентної переваги фірми. Така співпраця забезпечує доступ до нових технологій.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** Питаннями розвитку суб'єктів господарювання займалось багато вітчизняних учених, а саме: С. Давимука [1-2], П. Жук [3], Л. Ключник [5-6], Р. Лупак [6], Д. Мушка [7], Г. Олексюк [8-11], Н. Попадинець [12], І. Перит [13] та ін. Однак на сьогодні малодослідженим залишається питання забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

**Метою статті** є дослідження основних складових діяльності та визначення пріоритетів забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

© Р. Р. Білик, А. Г. Сарафінчан, 2023.

**Виклад основного матеріалу.** У контексті сучасної динаміки ринкової економіки особливої актуальності набирає процес керування конкурентними перевагами суб'єктів господарювання, який є важливим для їх здатності ефективно адаптуватися до змін у умовах їх діяльності. Конкурентоспроможність, як іманентний механізм продуктивності суб'єкта господарювання, перетворює ринкове середовище на арену, де фактори впливають на динаміку конкурентної боротьби, у результаті чого формується конкурентоспроможність у межах певного сектору конкуренції. Загалом конкурентоспроможність суб'єкта господарювання становить собою відносну оцінку, що демонструє якісні відмінності у розвитку цього суб'єкта, порівняно з організаціями-конкурентами, з огляду на ступінь задоволення потреб споживачів за допомогою своєї продукції та ефективності економічно-фінансової діяльності.

Підтримання високої довгострокової конкурентоспроможності залежить від здобуття конкурентних переваг на ринку в певний період, що гарантує ефективне розпорядження ресурсами, орієнтацію на стратегічний маркетинг і значний стратегічний потенціал суб'єктів господарювання. Водночас окремі компоненти моделі досягнення конкурентоспроможності взаємопов'язані та сприяють посиленню одна одної (рис. 1).

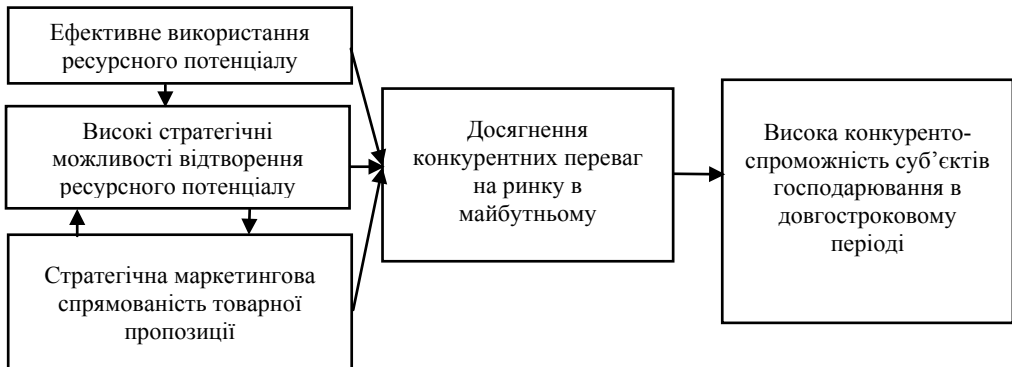


Рис. 1. Система фінансово-економічного забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання

Джерело: [6].

У сучасному контексті ринкових відносин роль стратегічного маркетингу стає дедалі більш значущою через зміни в динаміці зовнішнього конкурентного середовища. Вплив зовнішніх умов акцентує на все більшій необхідності суб'єктів господарювання у застосуванні стратегічного маркетингу, що дозволяє [7]:

- оцінювати стабільність конкурентного середовища;
- орієнтувати діяльність на стратегічні конкурентні переваги, враховуючи зміни у конкурентному середовищі;
- переосмислювати бізнес-портфель за допомогою інструментарію матричного стратегічного аналізу та інших.

Під час оцінювання рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання часто вдаються до методу, що базується на порівнянні показників ефективності з основними конкурентами. Однак такий підхід може бути не зовсім точним через його інгерентну суб'єктивність, оскільки оцінювання проводиться самими суб'єктами господарювання і не включає в себе аналіз сприйняття бренду споживачами.

Інтегроване дослідження сприйняття бренду споживачами за окремо визначеними критеріями дозволяє ідентифікувати слабкі місця суб'єктів господарювання у процесі задоволення потреб поточних і потенційних клієнтів на ринку. Оптимізація задоволення цих потреб зміцнює лояльність клієнтів до бренду, що, своєю чергою, сприяє підвищенню загальної ефективності діяльності суб'єкта та його конкурентоспроможності.

Функціонування суб'єктів господарювання в умовах конкурентного ринку значною мірою залежить від їхньої спроможності підтримувати власну конкурентність. Сучасне економічне оточення, характеризуючись високим ступенем непередбачуваності та динамізму, вимагає від суб'єктів господарювання ефективно-го управління та невід'ємного моніторингу конкурентоспроможності їх діяльності. Ефективне управління механізмом забезпечення конкурентоспроможності обумовлене можливістю суб'єктів господарювання формувати власні конкурентні переваги у ринковому середовищі та зберігати свій конкурентний статус [12].

Слід підкреслити, що конкурентні переваги становлять собою виражену перевагу суб'єктів господарювання над конкурентами в різноманітних аспектах їх діяльності. Іншими словами, конкурентна перевага учасника ринку проявляється через його перевищену експертність у порівнянні з конкурентами. Визначення конкурентних переваг базується на їх особливостях: по-перше, на відносному та порівняльному характері (виявляються тільки у контексті порівняння одного суб'єкта з іншим); по-друге, на залежності від специфічних умов і причин (наприклад, географічних або часових); по-третє, на підкоренні впливу різноманітних факторів; та, по-четверте, на динамічності, що передбачає зміни у часі в межах концепції життєвого циклу.

Для формування ефективної стратегії поведінки на ринку в конкурентному середовищі, суб'єктам господарювання рекомендується (табл. 1): досліджувати механізми конкуренції та їх регулювання у сфері суспільного виробництва; визначати границі конкурентного ринку та основних конкурентів; проводити всебічний аналіз інтенсивності конкуренції на ринку та прогнозувати її зміни; аналізувати особливості зовнішнього конкурентного середовища; визначати конкурентний статус суб'єкта господарювання з урахуванням елементів його конкурентоспроможності та оцінювати рівень конкурентоспроможності; вибирати ефективні конкурентні стратегії з урахуванням особливостей зовнішнього конкурентного середовища та внутрішніх умов діяльності.

Зусилля для забезпечення конкурентоспроможності є одним з основних драйверів бізнесу, спрямованих на підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання. Конкурентоспроможність слугує важливим регулятором, що стимулює боротьбу за досягнення оптимальних умов для забезпечення високої результативності у господарсько-фінансовій сфері.

Підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання значною мірою залежить від ідентифікації, обґрунтування та систематизації факторів і ресурсів, які визначають її рівень. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність, можуть бути класифіковані як зовнішні, так і внутрішні, залежно від ступеня контролю з боку суб'єкта господарювання. Зовнішні фактори включають умови інвестування у певній галузі, регіоні чи країні, тенденції технічного прогресу, рівень конкуренції, наявність ресурсів тощо. Внутрішні фактори охоплюють заходи щодо оновлення виробничого обладнання та технологій, введення ефективних економічних стимулів, підвищення кваліфікації співробітників, розвиток конкурентних відносин у колективі та ін. Ці фактори можуть бути оптимізовані та керовані на рівні самого суб'єкта господарювання, його підрозділів чи навіть окремих робочих місць.

Зміцнення позицій конкурентоспроможності суб'єкта господарювання треба розглядати як тривалий послідовний процес виявлення та впровадження управлінських рішень у всіх сферах діяльності, що реалізується систематично згідно з вибраною стратегією довгострокового розвитку [13].

Організаційні ініціативи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, охоплюють такі заходи:

- надання пріоритету високій якості продукції;
- адаптація якості та технічних характеристик продукції до вимог і побажань споживачів;
- ідентифікація конкурентних переваг продукту, порівняно з альтернативами;

Таблиця 1

Основні фактори формування конкурентоспроможності суб'єктів господарювання

<b>Етапи</b>	<b>Характеристика</b>
Розкриття принципів конкуренції та методів її управління в межах загального суспільного виробничого процесу	Суб'єкти господарювання, виступаючи учасниками конкуренції на різноманітних ринках, зокрема на ринках трудових ресурсів, матеріально-технічних ресурсів, грошових активів і фінансових інвестицій, визначають свою стратегію виходячи з особливостей кожного з них і власних пріоритетів. Особливості та пріоритетність цих ресурсів для суб'єктів господарювання відіграють основну роль у формуванні їхньої конкурентної стратегії та здатності до успішного розвитку в умовах ринкової економіки
Встановлення границь конкурентного ринкового простору та ідентифікація основних учасників конкуренції	Суб'єкти господарювання є учасниками конкуренції на різноманітних ринках, включаючи ринок праці, ринок матеріально-технічних ресурсів, грошових коштів і фінансових інвестицій. Важливо розглянути їх особливості та встановити пріоритетність цих ринків для суб'єктів господарювання
Проведення всебічного дослідження ступеня конкурентної активності на ринку з подальшим прогнозуванням змін цієї активності	Аналіз інтенсивності конкуренції повинен проводитись як у статичному, так і в динамічному аспектах. Основні чинники, які визначають рівень конкуренції, включають кількість конкурентів, темпи розвитку сектору, обсяги фінансових затрат, ефективність інвестування, ступінь розбіжностей між конкуруючими суб'єктами та ін. Механізми формування перешкод для входу на ринок охоплюють економію витрат завдяки масштабу виробництва, диверсифікацію продукції, необхідність капіталовкладень, перехідні витрати, доступ до дистрибуційних каналів і відносні переваги витрат, незалежно від обсягу виробництва
Аналіз особливостей зовнішнього середовища конкуренції	Аналіз зовнішнього оточення суб'єктів господарювання охоплює макро – та мікросередовища, з урахуванням впливу політичних, соціальних, економічних, демографічних та екологічних змін у суспільстві. Дослідження конкурентної діяльності має значення для стратегії та тактики ринкової поведінки, включаючи збір і оцінювання інформації про конкурентів та їхні наміри. Аналіз товарної політики конкурентів включає вивчення відгуків споживачів, порівняння комерційних характеристик і позиціонування товарів. Цінова політика конкурентів передбачає моніторинг цін і аналіз впливу еластичності попиту. Дослідження збутової системи виявляє методи та засоби стимулювання продажів, а вивчення фінансового стану конкурентів дозволяє оцінити їх платоспроможність, фінансову стабільність і рентабельність
Оцінювання позиції суб'єкта господарювання на ринку, залежно від елементів його конкурентоздатності та аналіз його конкурентоспроможності	Розроблення конкурентної карти ринку включає аналіз розподілу ринкових часток між суб'єктами господарювання та їх домінування в різних галузях. Важливо застосувати комплексні методи аналізу, що враховують взаємодію зовнішнього середовища та конкурентоспроможності. SWOT-аналіз дозволяє дослідити сильні та слабкі сторони суб'єктів господарювання, а також зовнішні загрози та можливості. Використання Бостонської матриці та моделі «Мак-Кінсі 7S» допомагає оцінити конкурентні позиції та розробити стратегію дій. Методи аналізу внутрішнього середовища, такі як GAP, LOTS, та PIMS, забезпечують глибше розуміння внутрішніх умов діяльності та їх вплив на конкурентоспроможність
Підбір оптимальних стратегій для конкуренції, заснований на аналізі умов зовнішнього ринкового середовища та внутрішніх факторів діяльності суб'єкта господарювання	Основні стратегії конкуренції, визначені М. Портером, включають стратегію мінімізації витрат, що передбачає оптимізацію виробничих обсягів і використання ефективних технологій для зниження собівартості продукції. Диференціація продукції та сфер діяльності вимагає відповідності виробництва та управління до ринкових потреб для забезпечення унікальності товару. Стратегія фокусування зосереджується на виборі конкретного сегменту ринку. Розвиток інноваційних стратегій і швидке реагування на ринкові зміни сприяє адаптації до зовнішнього середовища та розширення потужностей. Вертикальна інтеграція дозволяє контролювати більшу частину виробничого ланцюга, протистоячи при цьому недолікам горизонтальної інтеграції. Стратегія «збирання вершків» використовується для максимізації короткострокових вигод. Вибір базової стратегії залежить від динаміки ринку та конкурентоспроможності, що вимагає гнучкості та адаптації стратегій до змін ринкового середовища

*Джерело: узагальнено автором на основі [2; 8-11].*

- аналіз і виявлення слабких сторін продукції конкурентів;
- оцінювання зусиль конкурентів у вдосконаленні подібних товарів;

*Пріоритети та механізми забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в сучасних умовах*

- використання цінових стратегій для зміцнення конкурентних позицій;
- розроблення нових пріоритетних напрямів застосування продукції;
- диференціація продукції, що надає унікальні переваги, відповідно до переваг споживачів щодо певних категорій замічних товарів.

Агрегування методів підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та розширення їх частки на ринку дозволяє виділити найбільш поширені підходи:

- запровадження на ринок нових видів продукції;
- реалізація продукції за зниженою ціною або послуг;
- активне застосування рекламних кампаній;
- збільшення мережі торговельних представників для розширення дистрибуції товару.

Підтримка та розвиток конкурентних переваг стають важливим стратегічним орієнтиром, оскільки довгострокове ефективне функціонування в бізнес-середовищі забезпечується для тих суб'єктів господарювання, які активно піклуються про власну конкурентоспроможність. Процес забезпечення конкурентними перевагами створює економічні ініціативи для суб'єктів господарювання не лише задовольнятися досягнутими результатами, а й активно залучати нових клієнтів і створювати більш вигідні умови для розширення ринкової присутності.

Механізми досягнення конкурентоспроможності вимагають безперервної уваги та вдосконалення, виражаючись через неперервні зусилля суб'єктів господарювання покращувати своє становище на ринку, нарощувати ресурсний потенціал, що забезпечує надійність фінансових взаєморозрахунків з постачальниками, Державним бюджетом та іншими елементами фінансової системи. Інтенсивність конкуренції на ринку вимагає від суб'єктів господарювання зосередитися на розвитку власних конкурентних можливостей з метою досягнення максимальної ефективності.

Основною економічною характеристикою суб'єктів господарювання у контексті бізнес-діяльності для ефективного застосування ринкових методів господарювання та забезпечення конкурентоспроможності є оптимальне використання мотиваційних інструментів у керуванні людськими ресурсами. Необхідно розробити організаційну систему взаємодій, орієнтовану на задоволення економічних інтересів усіх учасників процесу формування механізму підтримки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання загалом.

Варто підкреслити, що процес підтримки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання ґрунтується на специфічному економічному механізмі. Цей механізм включає в себе систему основних елементів, що регулюють процес розроблення та впровадження керівних рішень у сфері економічної діяльності суб'єктів господарювання. Для ефективної та цілеспрямованої роботи цієї системи важливо, щоб усі її структурні компоненти взаємодіяли як єдиний організм, координуючи управління економічним потенціалом суб'єктів господарювання. Водночас, аналізуючи суб'єкти економічних відносин через призму управління функціональною системою, важливо виділити концепцію «корпоративного суб'єкта господарювання» як саморегульований механізм ведення бізнесу [1; 4].

Реалізація цілей вимагає від суб'єктів господарювання проведення кваліфікованого відбору, навчання та оцінювання співробітників, стимулювання зростання ефективності праці, а також виконання соціальних обов'язків. Кожен суб'єкт господарювання розробляє унікальні системи управління персоналом, спрямовані на підтримку конкурентоспроможності, які базуються на принципах справедливості, послідовності у діях, дотриманні норм трудового законодавства, рівності та виключенні будь-яких форм дискримінації.

**Висновки.** Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання може бути визначена як здатність до підтримання конкурентних переваг, які сприяють привабливості споживацького інтересу в умовах ринкової конкуренції. Розглядати характеристики конкурентоспроможності цілеспрямовано лише для тих об'єктів, що мають чітко визначену ціль і прагнуть до її досягнення через конкурентну боротьбу.



Таким чином, забезпечення тривалої конкурентоспроможності вимагає від суб'єктів господарювання розроблення та впровадження стратегічних керівних рішень, які слугують основою для формування та реалізації конкурентних переваг.

#### Список використаних джерел

1. Давимука С. А., Ключник Л. В. Активи домашніх господарств у формуванні інвестиційного потенціалу України в умовах соціально-економічної нестабільності. *Регіональна економіка*. 2020. №2 (96). С. 85-93.
2. *Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні*: монографія / [наук. ред. С. А. Давимука]; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2016. 425 с.
3. Жук П. В., Сірик З. О. Інвестиційний потенціал територіальних громад: суть поняття та питання управління. *Регіональна економіка*. 2017. № 2. С. 16-22.
4. Kluchnyk L., Davymuka S. Savings and migration capital of households: world experience and domestic realities. *Economic and Regional Studies*. 2020. No 14 (2). P. 170-187.
5. Ключник Л. В. Організація публічного управління в територіальних громадах: організаційні та фінансові аспекти. *Регіональна економіка*. 2019. №4. С. 104-112.
6. Лупак Р. Л., Дідич А. М. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.6. С. 248-252.
7. Мушка Д. В., Бондаренко В. М., Попадинець Н. М. Сутність та еволюція digital-маркетингу. *Регіональна економіка*. 2021. №2(100). С. 200-204. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2021-2-18>
8. Олексюк Г. В., Попадинець Н. М., Пітюлич М. М. Інноваційне підприємництво як елемент стратегічного управління розвитком регіону. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2023. № 1. С. 15-22. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-314-1-2>
9. Олексюк Г. В., Куйбіда В. С., Лисяк Н. М., Попадинець Н. М. Організація планування розвитку територій у контексті децентралізації державного управління: поєднання інтегрованих, просторових та економічних підходів. *Економіка України*. 2021. № 11. С. 23-38.
10. Олексюк Г. В., Попадинець Н. М., Самотій Н. С. Управління територіальними громадами на засадах територіального маркетингу: теоретико-методологічні аспекти. *Регіональна економіка*. 2021. №3(101). С. 15-27. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2021-3-2>
11. Олексюк Г. В., Хром'як Й. Я., Попадинець Н. М. Маркетингова стратегія як інструмент реалізації стратегічного плану розвитку територіальних громад. *Економіка України*. 2022. № 7. С. 67-88.
12. Попадинець Н. М., Кошко Т. А. Інноваційний розвиток нафтогазотранспортних підприємств: стратегічне управління. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2021. Том 6. № 3. С. 19-24. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-3-2>
13. Перит І. Економічна сутність домогосподарств як учасників підприємницької діяльності. *Економічний дискурс*. 2019. Вип. 3. С. 72-77. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/20\\_2019/15.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/20_2019/15.pdf)

#### References

1. Davymuka, S. A., & Klyuchnyk, L. V. (2020). Aktyvy domashnikh gospodarstv u formuvanni investytsiynoho potentsialu Ukrayiny v umovakh sotsial'no-ekonomichnoyi nestabil'nosti [Assets of households in the formation of the investment potential of Ukraine in conditions of socio-economic instability]. *Rehional'na ekonomika – Regional economy*, 2(96), 85-93. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2020-2-7> [in Ukrainian].
2. Davymuka, S. A. (Ed.), Fedulova, L. I., Popadynets, N. M., & et al. (2016). *Innovatsiynyy rozvytok pidpryyemstv sfery torhivli: svitovi tendentsiyi ta praktyka v Ukraini* [Innovative development of enterprises in the sphere of trade: world tendencies and practice in Ukraine]. Lviv: Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine.
3. Zhuk, P. V., & Siryk, Z. O. (2017). Investytsiynyy potentsial terytorial'nykh hromad: sut' ponyattya ta pytannya upravlinnya [Investment potential of territorial communities: the essence of the concept and issues of management]. *Rehional'na ekonomika – Regional economy*, 2, 16-22. [in Ukrainian].
4. Klyuchnyk, L., & Davymuka, S. (2020). Savings and migration capital of households: world experience and domestic realities. *Economic and Regional Studies*, 14 (2), 170-187. DOI: <https://doi.org/10.2478/ers-2020-0025>
5. Klyuchnyk, L. V. (2019). Orhanizatsiya publichnoho upravlinnya v terytorial'nykh hromadakh: orhanizatsiyni ta finansovi aspekty [Organization of public administration in territorial communities: organizational and financial aspects]. *Rehional'na ekonomika – Regional economy*, 4, 104-112. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2019-4-9> [in Ukrainian].
6. Lupak, R. L., & Didych, A. M. (2010). Ekonomichni osnovy zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva v umovakh rynkovykh vidnosyn [Economic bases of providing of competitiveness of enterprise in the conditions of market relations]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific bulletin of NLTU of Ukraine]: Vol. 20.6 (pp. 248-252). [in Ukrainian].
7. Mushka, D. V., Bondarenko, V. M., & Popadynets, N. M. (2021). Sutnist' ta evolyutsiya digital-marketynhu [Nature and evolution of digital-marketing]. *Rehional'na ekonomika – Regional Economy*, 100 (2), 200-204. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2021-2-18>. [in Ukrainian].

**Пріоритети та механізми забезпечення конкурентоспроможності  
суб'єктів господарювання в сучасних умовах**

8. Oleksyuk, H. V., Popadynets, N. M. & Pityulych, M. M. (2023) Innovatsiynne pidpryyemnytstvo yak element stratehichnoho upravlinnya rozvytkom rehionu [Analysis of the use of project management tools by Ukrainian companies]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky» – Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Series «Economic Sciences»*, 1, 15-22. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-314-1-2> [in Ukrainian].
9. Oleksyuk, H. V., Kuybida, V. S., Lysyak, N. M., & Popadynets, N. M. (2021). Orhanizatsiya planuvannya rozvytku terytoriy u konteksti detsentralizatsiyi derzhavnoho upravlinnya: poyednannya intehrovanykh, prostorovykh ta ekonomichnykh pidkhodiv [Organization of territorial development planning in the context of decentralization of state administration: a combination of integrated, spatial and economic approaches]. *Ekonomika Ukrayiny – Economy of Ukraine*, 11, 23-38. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.11.023> [in Ukrainian].
10. Oleksyuk, H. V., Popadynets, N. M., & Samotiy, N. S. (2021). Upravlinnya terytorial'nymy hromadamy na zasadakh terytorial'noho marketynhu: teoretyko-metodolohichni aspekty [Management of territorial communities on the basis of territorial marketing: theoretical and methodological aspects]. *Rehional'na ekonomika – Regional economy*, 3(101), 15-27. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2021-3-2> [in Ukrainian].
11. Oleksyuk, H. V., Khromyak, Y. Ya., & Popadynets, N. M. (2022). Marketynhova stratehiya yak instrument realizatsiyi stratehichnoho planu rozvytku terytorial'nykh hromad [Marketing strategy as a tool for the implementation of the strategic plan for the development of territorial communities]. *Ekonomika Ukrayiny – Economy of Ukraine*, 7, 67-88. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.07.067> [in Ukrainian].
12. Popadynets, N., & Kotsko, T. (2021). Innovatsiynnyy rozvytok naftotransportnykh pidpryyemstv: stratehichne upravlinnya [Innovative development of oil transport companies: strategic management. Ukrainian]. *Ukrayins'kyi zhurnal prykladnoyi ekonomiky ta tekhniky – Journal of Applied Economics and Technology*, 6(3). 19-24. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-3-2> [in Ukrainian].
13. Peryt, I. (2019). Ekonomichna sutnist' domohospodarstv yak uchasnykiv pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti [The economic essence of households as participants in entrepreneurial activity]. In *Ekonomichnyy dyskurs [Economic discourse]*: Vol. 3 (pp. 72-77). DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2019-3-7> [in Ukrainian].

**Bilyk R. R., Sarafinchan A. H. Priorities and mechanisms for ensuring the competitiveness of business entities in current condition.**

*In a rapidly changing global economy, the competitiveness of business entities is a critical factor in their success and resilience. The ability to compete effectively both domestically and internationally depends on many factors, including technological innovation, operational efficiency, and strategic market positioning. Thus, it is important to identify and understand the priorities and mechanisms that are the basis of competitiveness for businesses that want to thrive in today's challenging market environment. This introduction aims to elaborate on these aspects, emphasizing their importance and the dynamic interactions that shape the competitive environment. The article aims to study the main components of activity and determine the priorities for ensuring the competitiveness of business entities in the current conditions. The article analyzes the key aspects influencing the competitiveness of business entities in a rapidly changing global economy. The importance of innovations, operational efficiency, and strategic positioning in creating sustainable competitive advantages is examined. The article shows that successful adaptation to market conditions requires business entities to develop comprehensive strategies that cover not only internal processes but also external cooperation and political support. The author emphasizes the dynamic interaction between various factors that shape the competitive environment and underlines the importance of continuous innovation and strategic flexibility to ensure long-term competitiveness. The competitiveness of business entities can be defined as the ability to maintain competitive advantages that contribute to attracting consumer interest in a competitive market. The author suggests considering the characteristics of competitiveness only for those entities that have a clearly defined goal and seek to achieve it through competition. The article proves that ensuring long-term competitiveness requires business entities to develop and implement strategic management decisions that serve as the basis for the development and implementation of competitive advantages.*

*Keywords: competitiveness, crisis conditions, business entities, competitive advantages, management.*

*Білик Ростислав Романович – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії, менеджменту та адміністрування Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (e-mail: [rostikbiluk78@gmail.com](mailto:rostikbiluk78@gmail.com), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1894-6828>).*

*Bilyk Rostyslav Romanovych – Dr.Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Associate Professor of the Department of economic theory, management and administration of the Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University.*

*Сарафінчан Андрій Георгійович – аспірант кафедри економічної теорії, менеджменту та адміністрування Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (e-mail: [sarafinchan.ah@gmail.com](mailto:sarafinchan.ah@gmail.com), ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-3953-2633>).*

*Sarafinchan Andriy Heorhiyovych – Postgraduate of the Department of economic theory, management and administration of the Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University.*

Надійшло 21.09.2023 р.