УДК 65.012.3:658.5 **DOI: https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-7-8-320-321-120-126**

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК РЕАЛІЗАЦІЇ СУЧАСНИХ КОНКУРЕНТНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ

Воробйов Ю. Я., пошукач кафедри «Економіка та менеджмент», Український державний університет науки і технологій, м. Дніпро, Україна
e-mail: yurka48@yahoo.com
ORCID ID: 0009-0001-5875-5268

Анотація. *У статті досліджено актуальні напрямки удосконалення менеджменту підприємств за рахунок реалізації сучасних конкурентних компетенцій. Метою статті є дослідження та економічне обґрунтування розробки та реалізації сучасних конкурентних компетенцій промислових підприємств, що дозволяють удосконалити наявну систему менеджменту на підприємстві, підвищити його конкурентоспроможність як на внутрішньоукраїнському ринку, так і на зовнішньоекономічних ринках. Методологія дослідження передбачає використання методів: емпіричного дослідження (порівняння, спостереження), теоретичного дослідження (сходження від абстрактного до конкретного), загальнонаукових методів (абстрагування й конкретизація, аналіз та синтез, індукція та дедукція, аналогія) та ін. Актуальність вирішення наукової проблеми, що визначена у статті, полягає в тому, що в умовах нестійкої національної фінансово-економічної ситуації чітко сформована необхідність удосконалення системи менеджменту підприємств через розробку заходів з покращення конкурентних компетенцій. Результати дослідження такі: визначено ключові показники удосконалення системи менеджменту промислових підприємств через розробку заходів з покращення конкурентних компетенцій. Запропоновано управлінські механізми удосконалення системи менеджменту промислових підприємств. Отже, запропоновані автором для впровадження елементи конкурентних компетенцій промислових підприємств відкриють можливість для покращення управлінського апарату на вищому, середньому та нижчому рівнях управління. Оригінальність і практична цінність дослідження полягає в тому, що у статті обґрунтовано методологічний апарат причинно-наслідкового зв'язку між розробкою та впровадженням різноефективних стратегій підвищення конкурентоспроможності та роллю управлінського апарату у реалізації цих стратегій. Висновки дослідження такі: розкрито, що вибір тих чи інших підходів, які характеризують конкурентну компетентність підприємства, залежить від цілей менеджменту. У кожному варіанті повинні враховуватися найважливіші чинники підприємства: його репутація, фінансове становище, платоспроможність, достатні виробничий і науково-технічний потенціали. Результати проведеного дослідження можуть бути корисними для підприємств промислового сектору, організацій з іноземними інвестиціями.*

Ключові слова: *менеджмент, удосконалення менеджменту, підприємства промислового сектору, управлінська ефективність, конкурентоспроможність, конкурентні компетенції*

IMPROVEMENT OF ENTERPRISE MANAGEMENT DUE TO IMPLEMENTATION OF MODERN COMPETITIVE COMPETENCES

Vorobyov Yuriy, searcher of the "Economics and Management" department, Ukrainian State University of Science and Technologies, Dnipro, Ukraine
e-mail: yurka48@yahoo.com
ORCID ID: 0009-0001-5875-5268

Abstract. *The article examines current directions for improving enterprise management through the implementation of modern competitive competencies. The purpose of the article is research and economic substantiation of the development and implementation of modern competitive competencies of industrial enterprises, which allow to improve the existing management system at the enterprise, to improve its competitiveness both on the domestic and foreign economic markets. The research methodology involves the use of methods: empirical research (comparison, observation), theoretical research (ascending from the abstract to the concrete), general scientific methods (abstraction and concretization, analysis and synthesis, induction and deduction, analogy), etc. The urgency of solving the scientific problem defined in the article is that in the conditions of an unstable national financial and economic situation, the need to improve the management system of enterprises through the development of measures to improve competitive competencies is clearly formed. The results of the research are as follows: the key indicators of improving the management system of industrial enterprises through the development of measures to improve competitive competencies are determined. Management mechanisms for improving the management system of industrial enterprises are proposed. Thus, the elements of competitive competencies of industrial enterprises proposed by the author for implementation will open an opportunity to improve the management apparatus at the higher, middle and lower levels of management. The originality and practical value of the research lies in the fact that the article substantiates the methodological apparatus of the cause-and-effect relationship between the development and implementation of various effective strategies for improving competitiveness and the role of the management*

apparatus in the implementation and achievement of these strategies. The conclusions of the study are as follows: it is revealed that the choice of certain methods characterizing the competitive competence of the enterprise depends on the goals of management. In each option, the most important factors of the enterprise must be taken into account: its reputation, financial position, solvency, sufficient production and scientific and technical potential. The results of the conducted research can be useful for enterprises of the industrial sector, organizations with foreign investments.

***Keywords**: management, improvement of management, enterprises of the industrial sector, managerial efficiency, competitiveness, competitive competencies*

JEL Classification: D22, L21, M10, O32

Постановка проблеми. У ринковій системі господарювання категорія конкурентоспроможності та конкурентних компетенцій є ключовою та у концентрованому вигляді виражає економічні, науково-технічні, кадрові, управлінські, виробничі та маркетингові можливості підприємств, галузей та країни загалом.

Найбільш конкретним носієм конкурентоспроможності країни на внутрішньому та зовнішньому ринках є підприємство. Конкурентоспроможність країни та підприємства співвідносяться між собою як ціле та його частина. Можливість країни конкурувати на певних ринках залежить від результатів конкурентної боротьби та конкурентних компетенцій окремих підприємств та цілих галузей.

Продукцію, призначену на продаж, вважають товаром, що є результатом діяльності підприємства. Тому можемо сказати, що конкурентоспроможні товари можуть виробляти лише конкурентоспроможні підприємства. Проблемам їх конкурентних компетенцій і має бути приділено пильну увагу, оскільки без створення відповідних виробничо-технологічних та організаційно-управлінських умов по всіх етапах циклів виробів неможливо створити конкурентоспроможні товари. За допомогою кількісної оцінки конкурентоспроможності не тільки покупець, а й сам товаровиробник може оцінити свою реальну та потенційну здатність проектувати, виготовляти, реалізовувати, економічно та матеріально забезпечувати, технічно обслуговувати вироблені товари. Конкурентоспроможність на рівні підприємства вимагає від його менеджерів знання стану та тенденцій розвитку ринків, вміння створити такий товар і так довезти його до споживача, щоб він віддав перевагу саме цьому товару, а не всім іншим товарам конкурентів. Мистецтво перемоги у конкурентній боротьбі має відточуватись постійно насамперед на підприємствах – виробниках товарів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми потенційних можливостей підприємства у конкурентної боротьби представляє економічній науці важлива категорія – конкурентоспроможність підприємства. Незважаючи на широку популярність цієї категорії, кожен дослідник вкладає у поняття «конкурентоспроможність» свою систему позначень [1, 2, 4]. Тому досі немає загальноприйнятої трактовки цього поняття. Науковці І.О. Корчинський та М. І. Щадило [5] пропонують стратегію реалізації безпекових механізмів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств, що ґрунтується на дослідженні та розвитку конкурентних компетенцій підприємства. Видається доцільним проаналізувати найбільш відомі визначення конкурентоспроможності та сформувати до них своє ставлення. Автори В. В. Прохорова, В. М. Проценко, В. І. Чобіток [11] досліджують поняття «конкурентоспроможність» підприємства, як базове в управлінні і наявне по відношенню до підприємства доти, доки воно утримує конкурентну перевагу над конкурентами на ринку. Конкурентна перевага, на думку авторів М. І. Міщенко [7, 8, 9, 10], М. Литвиненко, С. Кучина [6], характеризується як «продуктивність використання ресурсів», де критерієм є рентабельність виробництва. Цю думку підтримують автори В. І. Іващенко, М. А. Болюх [3], які вважають, в основі визначення рівня конкурентоспроможності полягає економічний аналіз господарської діяльності. Конкурентні переваги існують тоді, коли підприємство може отримати рентабельність вище за середню для цієї галузі або сегменту ринку. На думку автора В. Янкового (V. Yankovyi) [12], конкурентна перевага визначається набором характеристик, властивостей товару чи послуги, що створюють певну перевагу над конкурентами.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Конкурентна перевага може бути внутрішньою та зовнішньою по відношенню до підприємства. Внутрішня перевага виходить з переваги підприємства з витрат виробництва, управління, що створює «цінність для виготовлювача» і меншу собівартість, ніж у конкурентів, а також ця перевага може полягати в активному впровадженні інновацій та здійсненні необхідних інвестицій. Зовнішня конкурентна перевага збільшує здатність підприємства змусити ринок

прийняти ціну товару більш високу, ніж у конкурентів, які не забезпечили відповідної якості. Цей комплекс може містити характеристики товару, що визначається сферою виробництва, а також фактори, що формують загалом економічні умови виробництва та збуту товарів фірми.

Метою статті є дослідження та економічне обґрунтування розробки та реалізації сучасних конкурентних компетенцій промислових підприємств, що дозволяють удосконалити наявну систему менеджменту на підприємстві, підвищити його конкурентоспроможність як на внутрішньоукраїнському ринку, так і на зовнішньоекономічних ринках.

Основний матеріал. Найбільш загальним визначенням конкурентоспроможності підприємства, на наш погляд, може бути таке визначення: конкурентоспроможність підприємства є комплексом економічних характеристик, орієнтованих на потреби споживачів і можливості конкурентів, знання стану і тенденцій розвитку ринку, вміння створювати такий товар і так доставляти його до споживачів, щоб вони віддавали перевагу його товару, а не всім іншим товарам конкурентів. Розглянемо коротко лише ті характеристики, які, на нашу думку, могли б знайти застосування на українських підприємствах. Це відповідатиме підходам до оцінки конкурентоспроможності підприємства з позицій: порівняльних переваг, теорії рівноваги та факторів виробництва, структурного та функціонального підходів до визначення критерію конкурентоспроможності, оцінки конкурентоспроможності підприємства за якістю продукції методом «профілів», матричних методів.

Метод порівняльних переваг, званий іноді законом порівняльних переваг, ґрунтується на тому, що підприємство спеціалізується на виробництві та продажу тих товарів, які йому обходяться відносно дешевше за конкурентів. Володіння перевагами, що дозволяють забезпечити підприємству нижчі витрати виробництва, є передумовою завоювання їм ринку своєї країни чи інших країн, тобто це дає можливість бути конкурентоспроможним. До особливостей прояву конкурентних переваг належать такі напрямки: постійне використання нововведень; пошук нових, більш досконалих форм товарів, що випускаються; покращення якості товарів на всіх стадіях їх створення та продажу; встановлення високих цін на нові товари до появи на ринку аналогічних товарів, виготовлених конкурентами; сервісне обслуговування постачальників сировини та споживачів продукції.

Теорія рівноваги підприємства характеризує такий його стан, коли воно не має стимулів до збільшення обсягу виробництва, збільшення чи зменшення своєї частки на ринку.

Теорія факторів виробництва виходить з того, що кожен з факторів використовується з найбільшою ефективністю, але у підприємства немає і надприбутку, тому сторонні підприємства не мають стимулів для вступу в цю галузь або у цей сегмент ринку. Структурний підхід до визначення критерію конкурентоспроможності ґрунтується на знаннях концентрації виробництва та капіталу, що є бар'єрами для входження на ринок нових суб'єктів господарювання. Основними бар'єрами, зазвичай, є: розмір капіталу, необхідний для організації більш ефективного виробництва, ступінь диференціації продукції, економічність великомасштабного виробництва, ємність ринку. Функціональний підхід до визначення критерію конкурентоспроможності ґрунтується на аналізі трьох груп показників ринкової діяльності підприємства.

У першу групу включають показники, що відображають ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства, відношення чистого прибутку до чистого продажу, відношення чистого прибутку до чистої вартості матеріальних активів, відношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу. До другої групи показників належать: відношення чистих продажів до чистої вартості матеріальних активів, відношення чистих продажів до чистого оборотного капіталу. Показники другої групи характеризують стан виробничої сфери діяльності підприємства – переважно інтенсивність використання основного та оборотного капіталу. Третю групу складають показники, пов'язані з фінансовою діяльністю підприємства: відношення оборотного капіталу до поточного боргу (погашеного протягом 1 року), період оплати поточних рахунків, відношення поточного боргу до вартості матеріальних активів, відношення загального боргу до вартості матеріальних активів, вартості матеріально-виробничих запасів, відношення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу. Функціональний метод дозволяє оцінити конкурентоспроможність окремих підприємств чи груп, які є складовими частинами фірм, галузей. І тут також застосовують такі показники. Це продуктивність праці, розрахована як відношення величини доданої вартості до загальної кількості зайнятих на підприємстві, відношення чистої доданої вартості до кількості зайнятих на підприємстві. Зіставлення названих показників характеризує рівень конкурентоспроможності підприємств, об'єднань, галузей. Додатково як показники

конкурентоспроможності можуть використовуватися показники рентабельності інвестицій та норми прибутку.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства за якістю продукції методом «профілів» базується на виявленні різних критеріїв задоволення запитів споживачів щодо якогось продукту, потім встановлюється їх ієрархія та порівняльна важливість у межах спектра характеристик, які можуть помітити та оцінити споживачі, проводиться порівняння техніко-економічних даних продукту з іншими конкуруючими продуктами. Ця процедура здійснюється у три етапи. На першому етапі встановлюється, який є ринок (чи ринки) для цього товару і які вимоги ринків. Для кожного ринку необхідно встановити, наскільки його вимоги задовольняються товарами, що конкурують на ньому, порівнюючи з ідеальним продуктом, який хотів би мати споживач. Інформація на цьому етапі збирається з урахуванням опитування досить представницьких груп споживачів. Потім вирішується питання: яким має бути створений продукт, щоб його можна було реалізувати із забезпеченням максимальної рентабельності? На останньому етапі аналізується робота маркетингового підрозділу підприємства та всієї товаропровідної мережі, порівнюючи з аналогічними підрозділами конкурентів. Мета цього етапу – визначити тривалість (час) продажу та вивчити можливості її зниження. Оцінка конкурентоспроможності підприємства з урахуванням характеристик якості продукції здійснюється за допомогою системи показників. Різновидом такого підходу є накладання один на одного векторів компетентності показників різних підприємств на осях багатокутників конкурентоспроможності (секторограм) [5]. В результаті графічного з'єднання вершин векторів отримаємо певний «профіль» конкурентоспроможності.

Матричні методи оцінки рівня конкурентоспроможності засновані на ідеї розгляду процесів, що відбуваються в динаміці. Теоретичною базою цих методів є концепція життєвого циклу товару та технології. Будь-який товар або технологія з моменту його появи на ринку і до зникнення проходить певні стадії життєвого циклу, які включають впровадження, зростання, насичення та спад. Іноді виділяються додаткові етапи життєвого циклу, що є насправді уточненням основної градації. На кожному етапі продавець може реалізувати товар або продукт цієї технології в тих чи інших масштабах, що об'єктивно відбивається у частці, що займається на ринку, і у динаміці продажів. Головним інструментом дослідження є матриця, побудована з використанням двох показників. По вертикалі зазначаються темпи зростання ємності ринку в лінійному масштабі, а по горизонталі – відносна частка продавця на ринку в логарифмічному масштабі. Усі стратегічні одиниці бізнесу (конкуренти) можуть бути розташовані на цій матриці залежно від своїх характеристик та умов ринку. Найбільш конкурентоспроможними будуть ті, які займають значну частку на ринку, що швидко зростає. Користуючись цим методом, можна оцінити конкурентні позиції підприємств, виробити стратегію поведінки на ринку. Матричні методи широко застосовуються американськими консультаційними фірмами та є зручним практичним інструментом оцінки конкурентоспроможності підприємств. Ефективність виробничої діяльності конкурентів може бути охарактеризована за допомогою другого критерію, що є співставленням показників ефективності у певного підприємства та його конкурента. Цей критерій також залежить від часу. Загальний показник рівня конкурентоспроможності виробника у загальному вигляді може бути визначений як добуток, отриманий від перемноження індексу конкурентоспроможності товарної маси на індекс відносної ефективності, для визначення якого можуть використовуватися різні показники (рентабельність, продуктивність, оборотність капіталу та ін). Про конкурентоспроможність можна судити також з динаміки продажів у вартісному та натуральному вираженні. Якщо вартість реалізованої продукції зростає швидше, ніж її фізичний обсяг, це означає, що попит на неї зростає (за цих обставин необхідно враховувати чинник інфляційного зростання цін). Якщо картина зворотна, отже, на продукцію знижується попит, і підприємство змушене знижувати на неї ціну; розглядаються відношення прибутку до обсягу продажу (у разі збільшення може означати підвищення конкурентоспроможності) та відношення обсягу продажу до вартості матеріально-виробничих запасів. Зменшення останнього показника свідчить про уповільнення оборотності запасів внаслідок зниження попиту на готову продукцію або збільшення запасів сировини. Для уточнення розраховують частку вартості нереалізованої продукції у матеріально-виробничих запасах. Якщо вона збільшується, отже відбувається затовареність готовою продукцією у зв'язку зі зниженням попиту; відношення обсягу продажів до вартості нереалізованої продукції доповнює два попередні показники та у разі зменшення означає зниження попиту або надвиробництво продукції; завантаження виробничих потужностей, щойно підприємство починає відчувати труднощі

зі збутом готової продукції, відразу ж знижується завантаження виробничих потужностей; портфель замовлень, якщо він значний, то характеризує високий рівень попиту на продукцію підприємства; обсяг та напрямки капіталовкладень. Зазвичай підприємство вкладає капітали у виробництво найперспективніших з його погляду товарів. Якщо воно припиняє вкладення капіталів у це виробництво, отже, воно не бачить для себе перспектив отримання у майбутньому досить високої норми прибутку, що може свідчити про зниження конкурентоспроможності цієї продукції.

Фінансове становище підприємства визначається ступенем фінансової незалежності від зовнішніх джерел фінансування, здатністю у необхідні терміни погашати свої фінансові зобов'язання, тобто платоспроможністю, і можливістю надання кредитів клієнтам, тобто кредитоспроможністю. Відношення власного капіталу до результату балансу відбиває фінансову незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Чим вище рівень цього співвідношення, тим краще його фінансове становище. Вважається, що загальна сума заборгованості не має перевищувати суму власного капіталу. У такому разі можна вважати, що фінансування діяльності підприємства за рахунок позикового капіталу здійснюється у допустимих межах.

Висновки. Отже, вибір тих чи інших підходів, які характеризують конкурентну компетентність підприємства, залежить від цілей менеджменту. У кожному варіанті повинні враховуватися найважливіші чинники підприємства: його репутація, фінансове становище, платоспроможність, достатні виробничий і науково-технічний потенціали.

Конкурентоспроможність виробника (підприємства, галузі) можна визначити як відносну характеристику, що відображає відмінності процесу розвитку певного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за рівнем ефективності виробничої діяльності. У цьому разі основний зміст поняття «конкурентоспроможність виробника» полягає в тому, що воно характеризує можливості та динаміку пристосування виробника до змінних умов конкуренції на ринку. Показник конкурентоспроможності товаровиробника повинен включати два елементи: критерій, що відображає в динаміці ступінь задоволення споживача, і тимчасовий критерій ефективності виробництва. Перший – показник конкурентоспроможності товару, а стосовно диверсифікованого підприємства чи галузі – конкурентоспроможність товарної маси.

Список літератури

1. Бакай В. Конкурентні переваги підприємства: характеристика та їх оцінка за моделлю Портера. Modeling the development of the economic systems. 2022. №2. С. 145-153. URL: https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-19. (дата звернення 15.07.2024).

2. Куліш Т. В. Цифрові інструменти аналізу конкурентів підприємств. Digital Business transformation: challenges and opportunities for partnership: Materials of International scientific-practical conference (Melitopol, September 9-10, 2021) / editorial board D. Legeza, Y. Sokil [et al.] / TSATU. Melitopol : LLC COLOR PRINT. 2021. С. 35-37. (дата звернення 17.07.2024).

3. Іващенко В. І., Болюх М. А. Економічний аналіз господарської діяльності. Київ : ЗАТ "НІЧЛАВА". 2021. 204 с. (дата звернення 16.07.2024).

4. Карачина Н. П., Стрелюк О. В. Моделювання динамічної виробничої функції на основі класичної функції доходу. Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Сер. Економічні науки. 2022. № 3 (69). С. 87–100. (дата звернення 20.07.2024).

5. Корчинський І. О., Щадило М. І. Стратегія реалізації безпекових механізмів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2022. №5. DOI: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-04-02. (дата звернення 25.07.2024).

6. Литвиненко М., Кучина С. Матриці як інструмент прийняття стратегічних управлінських рішень. E-Conomics. 2020. № 1 (3). URL: http://e-conomics.hpi.kh.ua/index.php/journal/article/view/51 (дата звернення 15.07.2024).

7. Mishchenko, M., Popovychenko, H., Bieliaiov, T., Shevchenko, O., Orlova-Kurilova, O., Guliaieva, N., Vlasiuk, T. Organisational and management design of financial and human resource support for innovative agribusiness: the security aspect. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2023. № 3. P. 242-249. URL: https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=17815098038396385889&btnI=1&hl=en. (дата звернення 17.07.2024).

8. Mishchenko M., Kalinicnenko L., Kovalenko-Marchenkova Y., Bashmakov M. Logistics management in increasing the efficiency of the development of transport construction enterprises. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Одеса, ОНЕУ. 2023. № 3-4 (304-305). С. 13-18. URL: hhttp://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2023/304-305/pdf/13-18.pdf . (дата звернення 23.07.2024).

9. Mishchenko M., Kalinicnenko L., Martseniuk L. Bobyl V., Pikulina O., Analysis of The Influence of Rolling Stock on Infrastructure Facilities as a Factor of Management of the Economic Efficiency of Transport Construction Enterprises. Науково-практичний журнал: Інвестиції – практика та досвід. Чорноморський національний університет імені Петра Могили, ТОВ "ДКС Центр". 2023. №8. С. 76-83. URL: https://scholar.google.com/scholar?oi= bibs&cluster=3707077043247191675&btnI=1&hl=en. (дата звернення 25.07.2024).

10. Міщенко М. І., Устік Т. В., Коваленко Н. В., Іщейкін Т. С. Моделювання управлінських і маркетингових рішень із реалізації адаптаційних безпекових підходів в управлінні результативністю інноваційно орієнтованого підприємства рекламного бізнесу в умовах діджиталізації. Збірник наукових праць (Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки). Формування ринкових відносин в Україні. Київ. 2023. №6 (265). С. 66-74. https://scholar.google.com/scholar?oi =bibs&cluster=13239975220034011109&btnI=1&hl=en. (дата звернення 27.07.2024).

11. Прохорова В. В., Проценко В. М., Чобіток В. І. Формування конкурентної стратегії підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування : монографія. Укр. інж.-пед. акад. Херсон : Грінь Д. С. [вид.], 2019. 287 с. (дата звернення 29.07.2024)

12. Yankovyi V. Optimization of capital-labor ratio is a new applicable aspect of two-factor production functions. Danish Scientific Journal. 2019. № 9. P. 29–32.

References

1. Bakay, V. (2022). Competitive advantages of the enterprise: characteristics and their assessment according to Porter's model. Modeling the development of the economic systems, 2, 145-153. Retrieved from https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-19. (accessed 15 July 2024). [In Ukrainian].

2. Kulish, T. V. (2021) Digital tools for analyzing competitors of enterprises. Digital Business transformation: challenges and opportunities for partnership: Materials of International scientific-practical conference (Melitopol, September 9-10, 2021) / editorial board D. Legeza, Y. Sokil [et al.] / TSATU. Melitopol : LLC COLOR PRINT, 35-37. (accessed 17 July 2024).

3. Ivashchenko, V. I., Bolyukh, M. A. (2021) Economic analysis of economic activity. Kyiv: CJSC "NICHLAVA". (accessed 16 July 2024). [In Ukrainian].

4. Karachina, N. P., Strelyuk, O. V. (2022). Modeling of the dynamic production function based on the classical income function. Zbirnyk naukovykh prats′ Vinnyts′koho natsional′noho ahrarnoho universytetu. Ser. Ekonomichni nauky, 3 (69), 87–100. (accessed 20 July 2024). [In Ukrainian].

5. Korchynskyi, I. O., Shchadylo, M. I. (2022). The strategy of implementation of security mechanisms to increase the level of competitiveness of enterprises. Problemy suchasnykh transformatsiy. Seriya: Ekonomika i menedzhment, 5, Retrieved from https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-04-02. (accessed 25 July 2024) [In Ukrainian].

6. Lytvynenko, M., Kuchyna, S. (2020). Matrix as a tool for making strategic management decisions. E-Conomics, 1 (3). Retrieved from http://e-conomics. hpi.kh.ua/index.php/journal/article/view/51. (accessed 15 July 2024) [In Ukrainian].

7. Mishchenko, M. Popovychenko, H., Bieliaiov, T., Shevchenko, O., Orlova-Kurilova, O., Guliaieva, N., & Vlasiuk, T. (2023). Organizational and management design of financial and human resource support for innovative agribusiness: the security aspect. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, 3, 242-249. Retrieved from https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=17815098038396385889&btnI=1&hl=en. (accessed 17 July 2024).

8. Mishchenko, M. I. Kalinicnenko. L., Kovalenko-Marchenkova, Y., & Bashmakov, M. (2023). Logistics management in increasing the efficiency of the development of transport construction enterprises. Naukovyy visnyk Odes′koho natsional′noho ekonomichnoho universytetu. Odesa, 3-4 (304-305), 13-18. Retrieved from hhttp://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2023/304-305/pdf/13-18.pdf (accessed 23 July 2024).

9. Mishchenko, M,. Kalinicnenko, L., Martseniuk, L. Bobyl, V. , & Pikulina, O. (2023) Analysis of The Influence of Rolling Stock on Infrastructure Facilities as a Factor of Management of the Economic Efficiency of Transport Construction Enterprises. Naukovo-praktychnyy zhurnal: Investytsiyi – praktyka ta dosvid. - Chornomors′kyy natsional′nyy universytet imeni Petra Mohyly, TOV «DKS Tsentr», 8, 76-83. Retrieved from https://scholar.google.com/ scholar?oi=bibs&cluster=3707077043247191675&btnI=1&hl=en. (accessed 25 July 2024).

10. Mishchenko M. I., Ustik, V. T,, Kovalenko, N. V., & Ishcheikin, T. E. (2023). Modeling of management and marketing solutions for the implementation of adaptive security approaches in the management of the effectiveness of an innovatively oriented advertising business enterprise in conditions of digitalization. Zbirnyk naukovykh prats′ (Derzhavnyy naukovo-doslidnyy instytut informatyzatsiyi ta modelyuvannya ekonomiky). Stanovlennya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini. Kyyiv, 6 (265), 66-74. Retrieved from https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=13239975220034011109&btnI=1&hl=en (accessed 27 July 2024) [In Ukrainian].

11. Prokhorova, V. V., Protsenko, V.M., Chobitok, V. I. (2019). Formation of the competitive strategy of enterprises on the basis of innovation-oriented investment: monograph. Ukr. Eng.-Ped. Acad. Kherson: Gryn D. S. [ed.]. (accessed 29 July 2024). [In Ukrainian].

12. Yankovyi. V. (2019). Optimization of capital-labor ratio is a new applicable aspect of two-factor production functions. Danish Scientific Journal, 9, 29–32. (accessed 29 July 2024).

Стаття надійшла до редакції 06.08.2024
Прийнята до публікації 10.08.2024