

УДК 338.432:005.21:330.131.7

DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V55(2026)-34

**Сітковська А. О.**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро, Україна

**ORCID:** 0000-0003-1892-6314

**e-mail:** sitkovska.a.o@dsau.dp.ua

**Полегенька М. А.**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро, Україна

**ORCID:** 0000-0001-5866-668X

**e-mail:** polehenka.m.a@dsau.dp.ua

**Прокопишин О. С.**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування, Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Львів, Україна

**ORCID:** 0000-0002-7027-3499

**e-mail:** os378@ukr.net

### **Стратегічне управління конкурентною поведінкою підприємств в умовах невизначеності**

**Анотація.** У статті досліджено теоретичні та прикладні аспекти стратегічного управління конкурентною поведінкою підприємств в умовах невизначеності сучасного економічного середовища. Актуальність теми зумовлена посиленням впливу кризових явищ, нестабільністю ринкової кон'юнктури, обмеженістю ресурсів, посиленням конкурентного тиску та швидкими змінами нормативно-правового і технологічного середовища функціонування підприємств.

Метою статті є дослідження стратегічного управління конкурентною поведінкою підприємств, що впливає на ефективність їхньої діяльності та підвищує конкурентоспроможність в умовах невизначеності.

Обґрунтовано необхідність переходу від реактивних моделей управління до стратегічно орієнтованих підходів, що ґрунтуються на довгостроковому плануванні, стратегічному аналізі та прогнозуванні розвитку зовнішнього середовища.

Розкрито сутність стратегічного управління конкурентною поведінкою підприємств як системи управлінських рішень, спрямованих на формування і підтримку стійких конкурентних переваг. Доведено, що ефективність стратегічного управління визначається рівнем адаптивності підприємства до змін зовнішнього середовища, здатністю впроваджувати інновації, ефективно управляти ризиками та раціонально використовувати ресурсний потенціал. Визначено, що конкурентна стратегія виступає основою формування конкурентної поведінки підприємства та визначає напрями його розвитку, пріоритети використання ресурсів і механізми реалізації ринкових можливостей.

У статті конкуренцію розглянуто як динамічний процес взаємодії суб'єктів ринку, що супроводжує всі етапи підприємницької діяльності. Обґрунтовано необхідність використання системного підходу до стратегічного управління, який передбачає інтеграцію стратегічного планування, аналітичного забезпечення, моніторингу конкурентного середовища та прогнозування розвитку галузі. Доведено, що підвищення конкурентоспроможності підприємств безпосередньо залежить від якості системи управління та рівня інформаційно-аналітичного забезпечення.

Встановлено, що впровадження сучасних методів стратегічного управління сприяє зниженню рівня невизначеності управлінських рішень, підвищенню ефективності використання ресурсів та формуванню довгострокових конкурентних переваг підприємств.

**Ключові слова:** стратегічне управління, конкурентна поведінка, конкурентоспроможність, конкурентна стратегія, невизначеність, стратегічний аналіз, конкурентні переваги.

**Sitkovska Alla**, Doctor of Economics, Professor, Professor of Department of Economics, Dnipro State Agrarian and Economic University, Dnipro, Ukraine

**Polehenka Maryna**, PhD (Economics), Associate Professor, Associate professor of the Department of Economics, Dnipro State Agrarian and Economic University, Dnipro, Ukraine

---

<sup>1</sup>Стаття надійшла до редакції: 09.02.2026

Received: 09 February 2026

**Prokopyshyn Oksana**, PhD (Economics), Associate Professor, Associate professor of the Department of Accounting and Taxation, Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology named after S.Z. Gzytskyi, Lviv, Ukraine

## Strategic Management of Competitive Behavior of Enterprises in Conditions of Uncertainty

**Abstract. Introduction.** *The article examines the theoretical and applied aspects of strategic management of the competitive behavior of enterprises in the conditions of uncertainty of the modern economic environment. The relevance of the topic is due to the strengthening of the impact of crisis phenomena, the instability of the market situation, limited resources, increased competitive pressure and rapid changes in the regulatory, legal and technological environment of the functioning of enterprises.*

**Purpose.** *The purpose of the article is to study the strategic management of the competitive behavior of enterprises, affecting their operation efficiency and increasing competitiveness in conditions of uncertainty.*

**Results.** *The need to move from reactive management models to strategically oriented approaches based on long-term planning, strategic analysis and forecasting of the development of the external environment is substantiated.*

*The essence of strategic management of the competitive behavior of enterprises as a system of management decisions aimed at forming and maintaining sustainable competitive advantages is revealed. It has been proven that the effectiveness of strategic management is determined by the level of adaptability of the enterprise to changes in the external environment, the ability to innovate, effectively manage risks and rationally use resource potential. It was determined that the competitive strategy acts as the basis for the formation of the competitive behavior of the enterprise and determines the directions of its development, priorities for the use of resources and mechanisms for the realization of market opportunities.*

*In the work, competition is considered as a dynamic process of interaction of market subjects, which accompanies all stages of entrepreneurial activity. The need to use a systematic approach to strategic management is substantiated, which involves the integration of strategic planning, analytical support, monitoring of the competitive environment and forecasting of the development of the industry. It has been proven that increasing the competitiveness of enterprises directly depends on the quality of the management system and the level of information and analytical support.*

**Conclusions.** *It has been established that the introduction of modern methods of strategic management contributes to reducing the level of uncertainty of management decisions, increasing the efficiency of resource use and forming long-term competitive advantages of enterprises.*

**Keywords:** *strategic management, competitive behaviour, competitiveness, competitive strategy, uncertainty, strategic analysis, competitive advantage.*

**JEL Classification:** L21; D81; M10

**Постановка проблеми.** Сучасні умови господарювання характеризуються постійним виникненням кризових ситуацій, на які підприємства змушені оперативнo реагувати. Протягом останніх років діяльність суб'єктів господарювання відбувається в умовах високої нестабільності, що проявляється у важкопрогнозованій динаміці ринку, скороченні внутрішніх ресурсів розвитку, посиленні конкурентного тиску, зростанні агресивності зовнішнього середовища, а також у частих змінах нормативно-правового регулювання. Такі чинники формують складне середовище функціонування підприємств, в якому будь-які зміни мають стратегічний характер і безпосередньо впливають на довгострокові результати їхньої діяльності.

За таких умов особливого значення набувають сучасні підходи до управління розвитком підприємств, що ґрунтуються на використанні інноваційних управлінських технологій та стратегічного мислення. Важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування підприємств відіграють системи стратегічного управління, які формують методологічну основу ухвалення управлінських рішень та забезпечують керівництво підприємства інструментарієм стратегічного аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища.

Стратегічні рішення мають широкий спектр застосування в діяльності підприємств. Вони охоплюють визначення перспективних напрямів

розвитку, формування пріоритетів використання ресурсів, встановлення стратегічних партнерських відносин, визначення напрямів нарощування потенціалу підприємства, реалізацію можливостей, що формуються під впливом сильних сторін підприємства та чинників зовнішнього середовища. Водночас стратегічне управління спрямоване на мінімізацію негативного впливу внутрішніх слабких сторін підприємства та зовнішніх загроз, формування ефективної конкурентної поведінки, впровадження інноваційних стратегій розвитку та реалізацію заходів антикризового управління. Таким чином, в умовах зростання рівня невизначеності стратегічне управління стає ключовим інструментом забезпечення стійкості підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності та формування довгострокових конкурентних переваг [10].

**Метою статті** є дослідження стратегічного управління конкурентною поведінкою підприємств, що впливає на ефективність їхньої діяльності та підвищує конкурентоспроможність в умовах невизначеності.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вагомий внесок у дослідження стратегічного управління конкурентною поведінкою підприємств зробили такі науковці: С. Бондаренко, І. Вербовський, М. Клименко, О. Лук'янчук, В. Опалько, С. Сусліков, А. Ужва та інші. В їхніх працях розкрито сутність стратегічного управління як системи довгострокового

планування та реалізації управлінських рішень, спрямованих на забезпечення стійких конкурентних позицій підприємств у динамічному ринковому середовищі. Значна увага приділяється формуванню конкурентних переваг, підвищенню ефективності використання ресурсного потенціалу, розвитку інноваційної діяльності та вдосконаленню організаційно-економічних механізмів управління підприємствами.

Водночас сучасні умови функціонування підприємств характеризуються високим рівнем невизначеності, зумовленим глобалізаційними процесами, посиленням конкуренції, швидким технологічним розвитком, нестабільністю економічного середовища та впливом кризових явищ. Нові виклики, з якими зіштовхуються вітчизняні підприємства в процесі ведення бізнесу, зумовлюють необхідність пошуку нових підходів до формування та розширення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. У цих умовах особливого значення набувають стратегічна гнучкість, здатність підприємств до швидкої адаптації до змін зовнішнього середовища, ефективне управління ризиками та впровадження інноваційних моделей розвитку. Водночас аналіз сучасної наукової літератури свідчить, що питання формування стратегічної конкурентної поведінки підприємств в умовах високої невизначеності досліджено недостатньо комплексно. Більшість наукових робіт зосереджується на окремих аспектах стратегічного управління або конкурентоспроможності, тоді як інтеграція стратегічного, поведінкового, інноваційного та ризик-орієнтованого підходів потребує подальшого наукового обґрунтування [3].

**Формування цілей дослідження.** Таким чином, зростаючий рівень невизначеності зовнішнього середовища зумовлює необхідність поглиблення наукових досліджень щодо формування ефективної системи стратегічного управління конкурентною поведінкою підприємств, що сприятиме підвищенню їхньої економічної ефективності, адаптивності до змін та довгострокової конкурентоспроможності.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Конкуренція є динамічним явищем, це процес діяльності учасників ринку, спрямований у конкурентне середовище. Конкуренція суб'єктів підприємництва являє собою діяльність, яка є невід'ємною складовою частиною вироблених бізнес-процесів у всіх елементах і на всіх етапах ведення бізнесу. Конкуренція супроводжує діяльність учасників ринку з виконання всієї сукупності підприємницьких функцій. Усі зазначені та інші підприємницькі дії здійснюються з урахуванням реалій конкуренції. Учасники ринку, займаючись виробництвом і реалізацією товарів, наданням послуг і виконанням робіт, завжди керуються прагненням перевершити, випередити конкурентів. Будь-яке економічне явище динамічне, оскільки розвивається з

часом, у кінцевому підсумку воно виступає найбільш універсальним, агрегованим чинником економічної реальності, а саме економічне явище за своєю суттю є процесом.

Будь-які дії учасників ринку в конкурентному середовищі обов'язково мають взаємний характер. Учасники ринку досягають або не досягають конкурентних результатів не тільки тому, що самі намагаються домогтися успіхів, а й тому, що це дозволяють або не дозволяють їм зробити їхні конкуренти. Домагаючись конкурентних результатів, учасники ринку зазвичай позбавляють конкурентів можливості зробити те ж саме. Купуючи і застосовуючи ресурси ведення конкуренції, учасники не допускають до них своїх конкурентів, що також сприяє досягненню ними високих результатів у конкуренції [11].

Конкурентна стратегія підприємства виступає підґрунтям конкурентної поведінки його на ринку. Вона забезпечує наявність і подальше формування конкурентних переваг, тобто виступає однією з основних складових стратегічної орієнтації. Тільки від точного вибору конкурентної стратегії залежать дії підприємства і його ефективність. Ефективна робота суб'єктів підприємництва на ринку передбачає не тільки насичення ринку товарами, послугами, роботами, яких потребує ринок, виконання прийнятих на себе зобов'язань і вилучення підприємницьких доходів, а й ефективне протистояння конкурентам [7].

Щоб успішно відстоювати свої інтереси, підприємці, завдяки участі в конкуренції, повинні забезпечувати перевагу над суперниками і не допускати переваги суперників над собою. В економіці це виражається в закріпленні за собою найефективніших форм доступу до тих чи інших ресурсів і досягненні кращих умов життя та діяльності порівняно з конкурентами. У різні періоди ресурси, до яких прагнули конкуренти, були обмежені і не могли дістатися одночасно всім або хоча б багатьом. Цим пояснюється те, що дане явище в економіці – це постійний процес забезпечення переваг для відстоювання своїх інтересів [5; 9].

Основними напрямками аналізу конкурентних процесів, необхідних для формування конкурентної стратегії, є:

- аналіз структури ринку, виділення конкурентного і неконкурентного сегментів, їх зіставлення та аналітична характеристика;
- аналіз рівня та інтенсивності конкуренції на основі кількісних методів оцінки;
- аналіз конкурентів (конкурентна активність, конкурентний потенціал, конкурентні задуми);
- аналіз споживачів (аналітична характеристика основних споживчих сегментів, аналіз рівня конкурентності споживчої поведінки та її основних мотивів у цільових групах споживачів, щодо яких плануються до здійснення заходи конкурентної стратегії);

- аналіз конкурентного середовища (характеристика пошукової та інноваційно-конкурентної діяльності суб'єктів ринку, фактів недобросовісної конкуренції та антиконкурентних дій суб'єктів ринку, оцінка результативності та ефективності конкурентних процесів);

- аналіз власної конкурентоспроможності (факторний аналіз конкурентоспроможності продукції та підприємства, кількісна оцінка конкурентоспроможності продукції та підприємства) [2].

Стратегічно активне підприємство повинно спрямовано впливати на середовище, змінюючи та налаштовуючи його стосовно реалізації стратегії, створюючи умови для досягнення довгострокових цілей. Тобто певною мірою це й будуть стратегічні зміни, як важлива складова реалізації стратегії.

Сформовані за підсумками планування конкурентної стратегії заходи аналізуються на предмет їх практичної здійсненності, вартості і практичної доцільності, досліджується також економічний ефект, що може бути отриманий у процесі їх реалізації. Цей етап розробки конкурентної стратегії характеризується найбільшим рівнем невизначеності, яка може бути зменшена як комплексом моніторингово-аналітичних процедур щодо сформованого конкурентного середовища, так і стратегічним прогнозом розвитку галузі та експертним потенціалом укладачів конкурентної стратегії. Після ухвалення управлінського рішення про реалізацію заходів конкурентної стратегії вони реалізуються силами функціональних підрозділів підприємства, його партнерів – учасників стратегічних альянсів. При цьому основним критерієм необхідності і доцільності всіх заходів конкурентної боротьби є реальний приріст ефективності діяльності підприємства, контрольований у ході і після реалізації конкретних заходів. Його наявність або відсутність однозначно визначає результативність заходів конкурентної боротьби, необхідність розвитку або коригування відповідних основних бізнес-процесів [8].

Відзначимо також, що підсумкову оцінку результативності та економічної ефективності конкурентної стратегії підприємства дає ринок, дозволяючи оцінити конкурентоспроможність продукції за допомогою частки конкурентного ринку, контрольованого конкретним підприємством, а конкурентоспроможність самого підприємства – за допомогою порівняння його рівня операційної ефективності на конкурентному ринку із середньою операційною ефективністю всіх підприємств – учасників ринку. Підкреслимо, що тільки керований процес формування й використання конкурентного потенціалу підприємства, виражений у безперервному виробленні, актуалізації та впровадженні конкурентних переваг продуктового характеру, може бути віднесений до конкурентної

стратегії. В умовах конкуренції безперервними стають ринкові процеси придбання і втрати конкретними підприємствами стратегічно конкурентної ініціативи, вираженої в кількості та економічній ефективності пропонуваного ринку пошукових та інноваційних ініціатив, що пред'являє жорсткі вимоги до організації та якості стратегічного управління розвитком підприємства в умовах конкуренції. Відсутність відтворювального бізнес-процесу в системі заходів конкурентної стратегії характеризує її як у коротко-, так і середньо- і довгостроковій перспективі, це загрожує зниженням конкурентоспроможності конкретного підприємства [6].

Реалізація всіх етапів підвищення конкурентоспроможності дає змогу знизити невизначеність у питаннях відносного стану та ефективності діяльності порівняно з конкурентами, після чого з'являється можливість розробки цілеспрямованих обґрунтованих управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності за рахунок оптимізації окремих функціональних областей та елементів процесу праці. З метою забезпечення принципів формування системи стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства та вирішення перелічених завдань необхідне створення спеціалізованих підрозділів у рамках структури управління підприємством зі збору та аналізу інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства, а також розробки обґрунтованих управлінських рішень [1; 4].

Слід зазначити, що якість системи управління є визначальною для зростання конкурентоспроможності підприємств. При цьому під якістю розуміють властивість або сукупність істотних властивостей системи, що зумовлюють її придатність (відповідність) для використання за призначенням і визначаються складом, структурою, організацією системи, що в ідеалі означає: зростання якості системи управління конкурентоспроможністю підприємств має вести до зростання якості самої системи, її результатів.

Існування ситуації невизначеності ринкового середовища і турбулентності сучасної економіки зумовлює необхідність розробки загальної моделі аналітичного забезпечення стратегічного управління підприємств із застосуванням системного підходу, зокрема побудови стратегічної аналітичної системи, що сприятиме підвищенню ефективності функціонування системи стратегічного управління завдяки забезпеченню: встановлення взаємозв'язків між окресленими стратегічними цілями і системою аналітичних показників; встановлення взаємозв'язків між мотивацією працівників і обраною стратегією оцінки якості обраної стратегії. Для вироблення стратегії розвитку підприємств, що забезпечує ефективний розподіл і використання наявних ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових ресурсів, землі і технологій) та сприяє становленню стійкого

становища на ринку в конкурентному середовищі, необхідний негайний перехід від реактивної форми управління (ухвалення управлінських рішень як реакції на поточні проблеми) до управління на основі аналізу і прогнозів. Це зумовлює необхідність розробки та практичного використання системи аналітичних показників, індикаторів ефективності

**Висновки.** Сучасна організація планування та управління стратегічною діяльністю підприємства, яка ґрунтується на використанні методів аналізу конкурентоспроможності, є важливим інструментом забезпечення ефективного функціонування суб'єктів господарювання в умовах невизначеності. Комплексний аналіз конкурентних позицій дає змогу своєчасно виявляти загрози та можливості розвитку, підвищувати адаптивність підприємств до змін зовнішнього середовища, формувати стійкі конкурентні переваги та забезпечувати зростання результативності діяльності. У результаті підприємства отримують можливість підвищувати рівень стійкості, гнучкості та здатності до довгострокового розвитку як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках.

Ефективне стратегічне управління конкурентною поведінкою підприємства має ґрунтуватися на системному врахуванні ключових чинників конкурентоспроможності, зокрема якості продукції, інноваційності виробництва, ефективності використання ресурсів, рівня організації бізнес-процесів, технологічного розвитку, якості управління

управління земельно-майновим комплексом, комплексна побудова яких можлива лише за умови впровадження в діяльність підприємств стратегічної аналітичної системи. Крім того, щоб процес стратегічного управління був ефективним, його потрібно здійснювати не безсистемно, а з дотриманням обраної послідовності та клієнтоорієнтованості. Сукупність зазначених чинників формує позитивне сприйняття підприємства споживачами та партнерами і безпосередньо впливає на зміну його частки ринку та конкурентні позиції.

Сьогодні в умовах нестабільного зовнішнього середовища особливого значення набуває перехід від реактивної до проєктивної моделі управління, яка передбачає використання стратегічного прогнозування, сценарного аналізу, ризик-орієнтованого підходу та стратегічного контролінгу. Такий підхід дозволяє підприємствам не лише реагувати на ринкові зміни, а й формувати нові можливості розвитку та зміцнювати конкурентні позиції.

Отже, підвищення рівня стратегічного управління на конкурентно-спроможних засадах має ґрунтуватися на комплексному використанні стратегічного аналізу, розвитку інноваційної діяльності та впровадженні сучасних управлінських технологій. Реалізація цих напрямів забезпечить підвищення конкурентоспроможності підприємств, їх економічної стійкості та ефективності функціонування в умовах невизначеності.

#### Література:

1. Білоус С. П., Трохименко А. С., Камінський В. В. Стратегічне управління розвитком підприємства в умовах кризи та військових викликів. *Економіка та суспільство*. 2024. № 68. С. 511–519.
2. Бондаренко С., Корсуненко І., Бондаренко Б. Управління конкурентоспроможністю бізнес-процесів підприємства в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2024. № 64. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-40>.
3. Вербовський І. А. Стратегічне управління в умовах ризику та невизначеності. *Економіка. Управління. Інновації*. 2024. № 34. С. 116–135.
4. Ісмаєл Дж. Ф. С. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємницьких структур в контексті інклюзивності, інноваційності та соціальної відповідальності. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. № 4(26). С. 116–126. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12819810>.
5. Лук'янчук О. М., Ніколаєва Є. В. Система управління конкурентоспроможністю підприємства: наукові підходи та практичні виклики. *Науковий вісник: збірник наукових праць Одеського національного економічного університету*. 2024. № 3–4 (316–317). С. 110–116. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2024/316-317/pdf/110-116.pdf>.
6. Опалько В. В., Дроботова М. В., Сологуб М. П. Інноваційні стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах глобальних ринкових змін. *Економічний простір*. 2024. № 195. С. 122–129. doi: <https://doi.org/10.30838/EP.195.122-129>.
7. Сусліков С. В., Клименко М. А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах невизначеності. *Економіка: реалії часу*. 2023. № 3(67). С. 56–64. doi: <https://doi.org/10.15276/ETR.03.2023.7>.
8. Ужва А. М. Управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах сталого розвитку. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Т. 9, № 1. С. 211–215. URL: [http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2024/03/ujae\\_2024\\_r01\\_a35.pdf](http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2024/03/ujae_2024_r01_a35.pdf).
9. Якименко Є. Ю., Артеменко Л. П. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах невизначеності. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 14. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16899950>.
10. Firms' strategic responses to rising uncertainty amid ongoing geopolitical tensions: The synergistic mediating role of network capability and innovation ambidexterity / A. Iftikhar, I. Ali, Yu. Zhan, M. Stevenson, Sh. Y. Tarba. *Transportation Research. Part E: Logistics and Transportation Review*. 2025. Vol. 199. Article 104146. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tre.2025.104146>.
11. The impact of globalization processes on strategic planning of enterprises / H. Kundieieva, M. Turchyna, O. Tur, O. Sheremetynska, Yu. Yasko. *Scientific Bulletin of the National Mining University*. 2023. No. 4. P. 173–180. doi: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-4/173>.

### References:

1. Bilous, S. P., Trokhymenko, A. S., & Kamynskyi, V. V. (2024). Strategic management of enterprise development amid crisis and military challenges. *Economics and Society*, 68, 511-519.
2. Bondarenko, S., Korsunenko, I., & Bondarenko, B. (2024). Managing the competitiveness of business processes in a company under martial law. *Economics and Society*, 64. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-40>.
3. Verbovskiy, I. A. (2024). Strategic management in conditions of risks and uncertainty. *Economics. Management. Innovations*, 34, 116-135.
4. Ismaeil, Dzh. F. S. (2023). Strategic management of business structures' competitiveness in the context of inclusiveness, innovation, and social responsibility. *Economic Journal of Odesa Polytechnic University*, 4(26), 116-126. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12819810>.
5. Lukianchuk, O. M., & Nikolaieva, Ye. V. (2024). System of enterprise competitiveness management: scientific approaches and practical challenges. *Scientific Bulletin: Collection of Scientific Works of Odesa National Economic University*, 3-4 (316-317), 110-116. Retrieved from <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2024/316-317/pdf/110-116.pdf>.
6. Opalko, V. V., Drobotova, M. V., & Solohub, M. P. Innovative strategies for managing enterprise competitiveness amid global market changes. *Economic Space*, (2024). 195, 122-129. doi: <https://doi.org/10.30838/EP.195.122-129>.
7. Suslikov, S. V., & Klymenko, M. A. (2023). System of enterprise competitiveness management in conditions of uncertainty. *Economics: Current Realities*, 3(67), 56-64. doi: <https://doi.org/10.15276/ETR.03.2023.7>.
8. Uzhva, A. M. (2024). Managing the competitiveness of enterprises in the context of sustainable development. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*, 9(1), 211-215. Retrieved from [http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2024/03/ujae\\_2024\\_r01\\_a35.pdf](http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2024/03/ujae_2024_r01_a35.pdf).
9. Yakymenko, Ye. Yu., & Artemenko, L. P. (2025). Strategic management of enterprise competitiveness in conditions of uncertainty. *Current Issues of Economic Sciences*, 14. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16899950>.
10. Iftikhar, A., Ali, I., Zhan, Yu., Stevenson, M., & Tarba, Sh. Y. (2025). Firms' strategic responses to rising uncertainty amid ongoing geopolitical tensions: The synergistic mediating role of network capability and innovation ambidexterity. *Transportation Research. Part E: Logistics and Transportation Review*, 199, 104146. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tre.2025.104146>.
11. Kundieieva, H., Turchyna, M., Tur, O., Sheremetynska, O., & Yasko, Yu. (2023). The impact of globalization processes on strategic planning of enterprises. *Scientific Bulletin of the National Mining University*, 4, 173-180. doi: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-4/173>.

