

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.
Ефективна економіка. 2024. № 1.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.71>

УДК 339.1

Н. М. Польова,

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту та інноваційного провайдингу, ПВНЗ «Європейський університет»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5140-2136>

А. П. Снісаренко,

аспірант кафедри менеджменту та інноваційного провайдингу, ПВНЗ «Європейський університет»

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-9694-1831>

**РОЗРОБКА СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРЕЗ
ВДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМ І ФОРМАТІВ ТОРГІВЛІ**

N. Poliova,

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Management and Innovative Provisioning, Private Higher Education Establishment "European University"

A. Snisarenko,

Postgraduate student of the Department of Management and Innovative Provisioning, Private Higher Education Establishment "European University"

**DEVELOPMENT OF STRATEGIES FOR MANAGING THE
COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES THROUGH THE
IMPROVEMENT OF TRADE FORMS AND FORMATS**

У статті в контексті глобалізації економіки та здійснення динамічних змін на ринку, конкурентоспроможність торговельних підприємств набуває особливої важливості як вирішального фактора їх здатності до стійкого зростання та розвитку. Дане дослідження розкриває аспекти підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств у контексті глобалізації та цифровізації. Акцент в роботі направлений на важливості адаптації роботи підприємств до змін ринкових умов, зокрема через використання новацій та інноваційних підходів у стратегічному управлінні. Основні теорії конкурентоспроможності розглядаються через призму моделі Портера та інших сучасних концепцій. В роботі аналізуються фактори, що впливають на ефективність торгівлі, в тому числі технологічні зміни та споживацькі переваги. Особлива увага приділяється токенизації як інструменту, що забезпечує нові можливості для підприємств, включно із залученням інвестицій та розвитком цифрових активів. Такі нововведення, як блокчейн та токенизація, пропонують революційні підходи до здійснення управління активами. Автори розглядають потенціал цих технологій для створення нових бізнес-моделей, що можуть радикально змінити ландшафт торгівлі. Особливий акцент робиться на можливості токенизації активів. Висновки роботи вказують на необхідність подальшого дослідження цифрових інновацій та їх впливу на конкурентоспроможність торговельних підприємств. Розглядаються виклики та можливості, які виникають перед підприємствами у зв'язку з цифровою трансформацією. Значення цифрових технологій та інновацій у торгівлі не може бути переоцінене, особливо в контексті швидких змін на ринку та зростаючої конкуренції. Автори закликають до більшої уваги до цифрових трансформацій у сфері торгівлі та розробки стратегій, які відповідають швидкозмінному технологічному середовищу, що є ключовим для стійкого економічного зростання та розвитку. Токенизація надає підприємствам конкурентні переваги, зокрема з точки зору залучення інвестицій, поліпшення ліквідності активів та розширення доступу до глобальних ринків. Токенизація як новітній вид відкриває нові можливості для ринкового доступу та інвестицій, сприяючи оптимізації процесів та розвитку бізнес-моделей. Важливість розуміння правових аспектів та регулятивних вимог, пов'язаних з блокчейном, підкреслюється у контексті відповідності сучасним стандартам.

Аналізується універсальність та потенціал токенизації для інновацій у різних секторах економіки.

In the article, in the context of the globalization of the economy and the implementation of dynamic changes in the market, the competitiveness of trading enterprises acquires special importance as a decisive factor in their ability to sustainable growth and development. This study reveals aspects of increasing the competitiveness of trade enterprises in the context of globalization and digitalization. Emphasis in the work is directed to the importance of adapting the work of enterprises to changes in market conditions, in particular through the use of innovations and innovative approaches in strategic management. The main theories of competitiveness are considered through the lens of Porter's model and other modern concepts. The work analyzes the factors affecting the efficiency of trade, including technological changes and consumer preferences. Special attention is paid to tokenization as a tool that provides new opportunities for enterprises, including attracting investments and developing digital assets. Innovations such as blockchain and tokenization offer revolutionary approaches to asset management. The authors consider the potential of these technologies to create new business models that could radically change the landscape of commerce. Special emphasis is placed on the possibility of asset tokenization. The conclusions of the work indicate the need for further research into digital innovations and their impact on the competitiveness of trade enterprises. Challenges and opportunities that arise before enterprises in connection with digital transformation are considered. The importance of digital technology and innovation in commerce cannot be overstated, especially in the context of rapid market changes and increasing competition. The authors call for greater attention to digital transformations in commerce and the development of strategies that meet the rapidly changing technological environment, which is key to sustainable economic growth and development. Tokenization provides businesses with competitive advantages, particularly in terms of attracting investment, improving asset liquidity, and expanding access to global markets. Tokenization as a new type opens up new opportunities for market access and investments, contributing to the optimization of processes and the development of business models. The importance of understanding the legal aspects and regulatory requirements related to blockchain is emphasized in the context of compliance with

modern standards. The universality and potential of tokenization for innovation in various sectors of the economy are analyzed.

Ключові слова: конкурентоспроможність, стратегії управління, ринкові умови, форми торгівлі, конкурентні переваги, токенизація.

Keywords: competitiveness, management strategies, market conditions, forms of trade, competitive advantages, tokenization.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах сучасної глобалізації та постійної зміни ринкових умов, конкурентоспроможність торговельних підприємств набуває особливого значення як основного чинника, що визначає їхню спроможність забезпечувати стійке зростання та розвиток. Динаміка ринку, зміни у споживацьких перевагах, технологічний прогрес, посилення конкуренції, та нестабільність економічного середовища вимагають від торговельних підприємств постійної адаптації та пошуку нових стратегічних орієнтирів.

Актуальність дослідження. Конкурентоспроможність у сфері торгівлі традиційно розглядається через здатність підприємства забезпечувати кращі ціни, вищу якість товарів та послуг, інноваційність у форматах та методах продажу, а також через гнучкість у відповідях на зміни вимог споживачів та ринкових умов. Проте, сучасні виклики вимагають глибшого розуміння та реінтерпретації поняття конкурентоспроможності, враховуючи не лише зовнішні, але й внутрішні потенціали підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний стан теоретичних досліджень та практичних розробок у галузі конкурентоспроможності підприємств відображають окремі публікації вітчизняних та зарубіжних науковців. Наприклад, у дослідженні Гринько, Т. В., Гвініашвілі, Т. З., і Котловська, Н. М. (2023) [4] розглянуто аспекти управління конкурентоспроможністю оптових підприємств. Pettigrew, A., Whipp, R., і Rosenfeld, R. (2023) [8] у своїй роботі аналізують конкурентоспроможність та

управління процесами стратегічних змін. Носаченко, О. А., і Ковальов, А. І. (2023) [5] розробляють методичні засади управління резервами підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств. Мороз, С. Е. [5] та інші дослідники розглядають стан і перспективи розвитку підприємництва у торговельній сфері. Стойко, І. І., і Шерстюк, Р. П. пропонують комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю. Ці дослідження формують комплексне розуміння конкурентоспроможності та стратегічного управління у торговельній галузі."

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Для кожного торговельного підприємства, яке має ефективно конкурувати та прогресувати у складних ринкових умовах, доцільним є проведення ретельного аналізу сучасного стану торговельних підприємств з метою ідентифікації ключових факторів, що обмежують їхню конкурентоспроможність, а також є необхідним розробка нових стратегічних підходів та вдосконалення існуючих.

Головною метою дослідження є розробка нових стратегій управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств, що дозволить їм досягти вищих показників успішності у сучасному динамічному ринковому середовищі. Ці стратегії мають бути спрямовані на вдосконалення форм і форматів торгівлі, а також на посилення гнучкості підприємств у відповіді на швидкі зміни у споживацьких вимогах та ринкових умовах.

Дослідження зосереджено на наступних основних цілях:

- аналіз існуючих теорій та підходів до управління конкурентоспроможністю, зокрема в контексті торговельних підприємств;
- визначення класифікаційних ознак конкурентних стратегій та принципів їх формування на основі існуючих визначень та підходів, окреслених у дослідженнях українських та зарубіжних науковців;
- оцінка впливу сучасних форм і форматів торгівлі на конкурентоспроможність підприємств та ідентифікація факторів, що сприяють або перешкоджають розвитку конкурентоспроможності;

- розробка та обґрунтування нових стратегій, які забезпечать отримання конкурентної переваги, досягнення високої конкурентної позиції та підвищення рівня конкурентоспроможності.

Завданням дослідження є створення теоретичної основи для практичної реалізації запропонованих стратегій, включно з рекомендаціями щодо їх впровадження на підприємствах.

Обґрунтування обраної проблематики полягає в необхідності адаптації торговельних підприємств до швидко змінних умов ринку, що включає технологічні інновації, глобалізацію, зміни споживацьких вимог, економічну невизначеність та геополітичні конфлікти. Розробка нових стратегій управління конкурентоспроможністю є критичною для забезпечення стійкості та успіху в такому середовищі.

Виклад основного матеріалу. У сучасній економічній літературі існує значна кількість теорій та моделей, які розглядають конкурентоспроможність підприємств. Однією з таких є модель Портера, яка акцентує увагу на п'яти конкурентних силах, що формують індустрію: загроза нових конкурентів, загроза заміщувальних продуктів, переговорна сила покупців, переговорна сила постачальників та ступінь конкуренції між існуючими компаніями. Ця модель пояснює, як зовнішнє середовище впливає на конкурентоспроможність та стратегії компаній.

Інша важлива теорія - це концепція цінності для споживача, яка стверджує, що конкурентоспроможність підприємства безпосередньо залежить від його здатності створювати більшу цінність для своїх клієнтів порівняно з конкурентами. Це передбачає розуміння потреб та бажань споживачів та пропонування унікальних продуктів чи послуг, які задовольняють ці потреби краще, ніж альтернативи.

Застосування цих теорій до торговельних підприємств вимагає глибокого розуміння їх конкретних умов та викликів. Наприклад, використання моделі Портера може допомогти роздрібним торговцям аналізувати своє конкурентне середовище та розробляти стратегії, які

зосереджені на зменшенні впливу цих сил. Вони можуть впроваджувати стратегії диференціації, щоб створити унікальну цінність для своїх споживачів, чи стратегії зниження витрат для підвищення конкурентоздатності.

Концепція цінності для споживача може бути використана торговельними підприємствами для розробки унікальних товарів або послуг, що задовольняють специфічні потреби та бажання клієнтів. Це може включати персоналізовані покупки, високий рівень обслуговування клієнтів або інноваційні рішення в електронній комерції.

Торгівля пройшла через значні зміни протягом останніх декількох десятиліть, особливо з розвитком цифрових технологій та глобалізації. Ці зміни вплинули на форми та формати торгівлі, викликавши необхідність адаптації та інновацій з боку торговельних підприємств:

- Традиційна торгівля: включає фізичні магазини, які продовжують грати важливу роль, особливо у великих торговельних мережах. Однак традиційним магазинам потрібно адаптуватися до змін у споживацьких звичках та конкуренції з онлайн-торгівлею.

- Електронна комерція: це форма торгівлі, яка зазнала значного зростання. Онлайн-магазини та платформи дають можливість ширшого вибору товарів та зручності для споживачів. Важливим аспектом є логістика, управління запасами та персоналізоване обслуговування клієнтів.

- Омніканальна торгівля: цей підхід інтегрує різні канали продажу, такі як фізичні магазини, онлайн-платформи та соціальні мережі, забезпечуючи неперервний та гнучкий досвід для споживачів.

- Мобільна комерція: смартфони та мобільні додатки відкрили нові можливості для торгівлі, дозволяючи споживачам робити покупки з будь-якого місця.

- Соціальна комерція: використання соціальних мереж для продажу товарів і послуг є ще одним новим форматом, що дозволяє залучити більшу аудиторію та використовувати інноваційні маркетингові стратегії.

Ці зміни в формах та форматах торгівлі вимагають від торговельних підприємств гнучкості, адаптації до нових технологій, інтеграції різних каналів продажу та неперервного вдосконалення клієнтського досвіду для збереження та підвищення конкурентоспроможності.

Для дослідження використовувались різні підходи та методи для аналізу та обробки даних з метою відповіді на поставлені дослідницькі запитання, які згруповано та представлено в таблиці 1.

Таблиця 1. Методи дослідження конкурентоспроможності

Методи	Опис
Аналітичні методи	
Тематичний аналіз	Визначення основних тем та ключових слів у текстах зібраних матеріалів.
Семантичний аналіз	Встановлення взаємозв'язків між словами та фразами у текстах.
Контентний аналіз	Аналіз структури та характеристик текстового контенту на веб-сайтах.
Статистичні методи	
Дескриптивний статистичний аналіз	Опис основних статистичних параметрів даних: середнє, медіана, стандартне відхилення тощо.
Кореляційний аналіз	Виявлення взаємозв'язків між різними змінними та оцінка їх статистичної значущості.
Регресійний аналіз	Встановлення залежності між змінними та побудова регресійних моделей для прогнозування.
Порівняльні підходи	
Порівняльний аналіз між веб-сайтами	Порівняння структури і змісту текстів на різних веб-сайтах для виявлення схожостей і відмінностей.
Груповий порівняльний аналіз	Порівняння статистичних даних між різними групами учасників дослідження для виявлення різниць.

У сучасному динамічному бізнес-середовищі, важливо розуміти, як різні форми та формати торгівлі впливають на ефективність бізнес-моделей. Проведений аналіз включає оцінку ключових факторів, що формують цей ландшафт та представлений у таблиці 2.

Таблиця 2. Фактори впливу на ефективність бізнес-моделей

Фактори	Опис	Вплив на Бізнес-Моделі
Зміна споживацьких звичок	Сучасні споживачі шукають зручність, швидкість і персоналізацію.	Стимулювання інноваційних підходів (електронна комерція, мобільні додатки, персоналізовані пропозиції).
Технологічний прогрес	Швидкий розвиток технологій, особливо в області ШІ та аналітики великих даних.	Оптимізація операцій, краще розуміння потреб споживачів, ефективніша маркетингова стратегія.
Глобалізація та розширення ринків	Доступність глобальних онлайн-платформ та логістичних мереж.	Розширення ринкового охоплення, збільшення потенційної клієнтської бази, зниження географічних бар'єрів.
Екологічна відповідальність	Зростаючий інтерес споживачів до сталості та екологічних питань.	Необхідність впровадження сталих практик, еко-інновацій та соціально відповідального маркетингу.
Інтеграція офлайн і онлайн каналів	Розвиток омніканальних стратегій, що інтегрують різні канали продажу.	Покращення досвіду покупок, забезпечення безшовної взаємодії між різними каналами продажу, збільшення лояльності клієнтів.

Урахування цих факторів є критично важливим для підприємств, які прагнуть зберегти свою конкурентоспроможність у швидко змінюваному діловому середовищі. Впровадження гнучких та інноваційних підходів до бізнес-моделей дозволить компаніям не лише адаптуватися до поточних викликів, але й антиципувати майбутні тенденції та зміни.

Вплив цих факторів має бути розглянутий у контексті специфічних умов кожної індивідуальної компанії, її місії, візії, та стратегічних цілей. Розуміння

того, як ці зміни впливають на різні аспекти бізнесу, є ключем до успішного впровадження та використання нових бізнес-моделей.

Завданням підприємств є не тільки вибір відповідних стратегій та моделей, але й їх постійна адаптація та оптимізація з метою відповідати змінним умовам ринку та потребам споживачів. Оцінка та аналіз вказаних факторів дозволить підприємствам краще підготуватися до майбутніх викликів, підвищити свою конкурентоспроможність та досягти успіху в довгостроковій перспективі.

У контексті постійних змін у сфері роздрібно́ї торгівлі та викликів, які стоять перед бізнесом, важливо зосередитися на стратегіях, які можуть допомогти підприємствам адаптуватися та процвітати. Варто зосередитись на двох ключових напрямках: технологічні стратегії та стратегії управління, основні аспекти яких представлені в таблиці 3. Кожен із цих напрямів має свої унікальні вимоги та можливості для покращення, які підприємства можуть використовувати для досягнення конкурентних переваг.

Таблиця 3. Стратегії досягнення конкурентних переваг у сфері роздрібно́ї торгівлі

Напря́м	Ключова і́дея	Осно́вні аспекти
Технологі́чні стратегі́ї	Залучення технологій у роздрі́бну торгівлю	Розвиток продукто́вої переваги, покращення кліє́нтського досві́ду, безтоварна торгівля, оперативна відмінність
Стратегі́ї управління	Розвиток та впровадження ефективних управлі́нських стратегі́й	Систематиза́ція процесі́в управління, координа́ція дія́льності підрозді́лів, класифіка́ція стратегі́й з урахува́нням різних факторі́в

Цей аналіз вказує на те, що інтеграція інноваційних технологій та вдосконалення управлі́нських стратегі́й є ключовими для підвищення конкурентоспроможності роздрі́бних підприємств в умовах швидкозмі́нного ринку.

На сьогоднішній день токенизація, як інноваційний процес перетворення традиційних активів в цифрові токени на блокчейні, відкриває нові горизонти для управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств. Цей процес може бути використаний для підвищення прозорості, ліквідності та ефективності бізнес-операцій, а також для забезпечення кращого доступу до капіталу, а саме:

- Створення цифрового майданчика: першочергово, рекомендується розробити цифровий майданчик для торгівлі токенизованими активами, що дозволить підприємствам легко та ефективно обмінювати активи та залучати інвестиції.

- Регуляторна підтримка: Розробка законодавчих та регуляторних рамок для підтримки та регулювання токенизації є важливою. Вона включає в себе ліцензування, сертифікацію та створення регуляторних органів для контролю за токенизацією активів.

- Партнерства: Формування стратегічних партнерств з фінансовими установами, технологічними компаніями та іншими ключовими гравцями у сфері блокчейну може сприяти розробці та впровадженню ефективних стратегій токенизації.

- Обговорення потенційного впливу цих стратегій на торговельні підприємства. Стратегії токенизації можуть мати значний вплив на торговельні підприємства з погляду управління активами, залучення капіталу та управління ризиками.

- Ефективність операцій: токенизація може поліпшити ефективність операцій завдяки автоматизації процесів та зменшенню витрат на посередництво. Це також може прискорити обіг активів та полегшити доступ до глобальних ринків.

- Доступ до капіталу: Токенизація може надати торговельним підприємствам кращий доступ до капіталу, дозволяючи залучати інвестиції від ширшого кола інвесторів з різних куточків світу.

- **Управління ризиками:** використання блокчейну для управління токенованими активами може забезпечити краще управління ризиками завдяки підвищеній прозорості та автоматизації процесів верифікації.

- **Інновації та розширення ринку:** токенизація може сприяти інноваційному розвитку та розширенню ринкових можливостей, надаючи торговельним підприємствам можливість розробляти нові продукти та послуги.

Ці стратегії можуть значно підвищити конкурентоспроможність торговельних підприємств, адаптуючи їх до сучасних цифрових тенденцій та глобального економічного ландшафту. Зокрема, застосування токенизації може бути особливо корисним у контексті кругової економіки, де коопетиція, що поєднує в собі конкуренцію та співпрацю, стає ключовим елементом стратегії. Це дозволяє компаніям ефективно переходити до кругових моделей створення та привласнення цінностей. Токени можуть допомогти зближувати раніше непов'язані продуктові екосистеми, сприяючи творчості та інноваціям, необхідним для кругових бізнес-моделей. Однак для забезпечення такого зближення потрібно перейти від поточних етапів створення та привласнення цінностей до моделей, заснованих на створенні та обігу цінностей [6].

Токенизація може бути застосована в різноманітних сферах для підвищення конкурентоспроможності та оптимізації бізнес-процесів. Ось кілька таких сфер:

- **Нерухомість:** токенизація може значно спростити процеси купівлі-продажу нерухомості, знизивши бар'єри входу для інвесторів та надавши можливість фрагментації вартості нерухомих активів.

- **Фінанси та інвестиції:** токенизація акцій, облігацій та інших фінансових інструментів може поліпшити ліквідність, доступність та прозорість фінансових ринків.

- **Інтелектуальна власність:** Токенизація прав інтелектуальної власності, таких як патенти, авторські права та товарні знаки, може полегшити їх обіг та захист.

- Мистецтво та колекціонування: Токенізація цінних предметів мистецтва та колекціонування може надати кращий доступ до цього ринку для широкого спектру інвесторів.

- Логістика та постачання: Токенізація дозволяє відслідковувати та верифікувати походження товарів у ланцюгах постачання, поліпшуючи прозорість та зменшуючи ризики.

- Енергетика: токенизація може бути використана для створення платформ для торгівлі енергією та відслідковування виробництва та споживання енергії.

- Освіта: токенизація може бути використана для верифікації освітніх та професійних кваліфікацій, полегшуючи процеси найму та кар'єрного зростання.

- Здоров'я: токенизація медичних записів та інших сенситивних даних може поліпшити прозорість та безпеку у сфері охорони здоров'я.

- Агропромисловий комплекс: токенизація може сприяти ефективному управлінню земельними ресурсами та фінансуванню аграрних проєктів.

Кожна з цих сфер може значно виграти від впровадження токенизації, враховуючи її потенціал у поліпшенні прозорості, доступності та ефективності управління активами.

Так, на сьогоднішній день BlackRock продемонстрував зростаючий інтерес до блокчейну та токенизації. Ось декілька ключових моментів щодо участі та партнерств BlackRock в цій галузі:

Партнерство з JPMorgan та Barclays; BlackRock співпрацював з JPMorgan, використовуючи його мережу Tokenized Collateral Network (TCN) для токенизації акцій одного з грошових ринкових фондів BlackRock, які потім були відправлені Barclays як заставу для операції з позабіржовими похідними інструментами (OTC derivatives). Це партнерство з JPMorgan та взаємодія з Barclays висвітлюють застосування блокчейну та токенизації у переосмисленні

фінансового ландшафту та показують, як токенизація може прискорити та полегшити передачу права власності на активи [9].

Крім того, BlackRock також уклав широке стратегічне партнерство з Circle, фінтех-компанією та одним з основних емітентів USD Coin (USDC). Це партнерство, анонсоване разом з інвестиційним раундом на суму 400 мільйонів доларів для Circle, вказує на зростаючий інтерес BlackRock до цифрових активів, включаючи токенизацію активів та блокчейн-технологію. Партнерство націлений на дослідження застосування USDC у традиційних капіталових ринках із метою забезпечення додаткових доходів як для Circle, так і для BlackRock. Ця співпраця вважається важливим кроком у напрямку інтеграції цифрових активів у традиційні фінанси, а також представляє зміну позиції BlackRock щодо цифрових активів та блокчейн-технології, порівняно з їхнім попереднім обережним підходом [1].

Ці зобов'язання вказують на зростаюче прийняття та дослідження технології блокчейну та токенизації серед основних фінансових установ для підвищення конкурентоспроможності та оперативної ефективності на фінансових ринках.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Токенизація активів відкриває нові можливості для торговельних підприємств, зокрема у сферах нерухомості, фінансів, інтелектуальної власності, мистецтва, логістики, енергетики, освіти та охорони здоров'я. Використання токенизації може підвищити прозорість, доступність та ефективність управління активами. Токенизація надає підприємствам конкурентні переваги, зокрема з точки зору залучення інвестицій, поліпшення ліквідності активів та розширення доступу до глобальних ринків. Необхідність розробки та адаптації регуляторних рамок є важливою для створення стабільного та надійного середовища для токенизації активів. Технологічні розробки у сфері блокчейну та криптовалют відіграють ключову роль у реалізації потенціалу токенизації.

Потребує подальшого дослідження розробка більш детальних правових і регуляторних рамок для токенизації активів, забезпечення їх захисту та

легітимності на міжнародному рівні. Дослідження можливостей інтеграції токенизації з іншими передовими технологіями, такими як штучний інтелект, Big Data та інтернету речей, дозволять створювати та приймати більш комплексні та ефективні рішення.

Література

1. Bambysheva, N. (2022, April 13). BlackRock's Newest Investment Paves the Way for Digital Assets on Wall Street. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/ninabambysheva/2022/04/13/blackrocks-newest-investment-paves-the-way-for-digital-assets-on-wall-street/?sh=2a4550aa5b6d>
2. Бондаренко В.М. Конкурентні переваги підприємств переробної галузі в умовах економічної кризи. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. 2016. № 41(2). С. 31-37.
3. Вівчарин Н. Вибір і оцінка факторів, які впливають на конкурентоспроможність торгово-посередницьких підприємств. Галицький економічний вісник. 2005. № 2 (6). С. 59-66.
4. Гринько, Т. В., Гвініашвілі, Т. З., Котловська, Н. М. (2022). Управління конкурентоспроможністю підприємств оптової торгівлі. Збірник наукових праць Економічний простір, 2022. № 181. С. 89-94. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/181-15>
5. Мороз, С. Е. (2021). Підприємництво у торговельній сфері: Стан та перспективи розвитку в умовах конкуренції. Якість і безпечність продукції у внутрішній і зовнішній торгівлі та торговельне підприємництво: сучасні вектори розвитку і перспективи. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 269 с.
6. Носаченко, О. А., Ковальов, А. І. (2023). Методичні засади управління резервами підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств. Науковий вісник ОНЕУ, С. 101-108.
7. Narayan, R., & Tidström, A. (2020). Tokenizing coopetition in a blockchain for a transition to circular economy. Journal of Cleaner Production, 263 p.

8. Pettigrew, A., Whipp, R., & Rosenfeld, R. (2023). Competitiveness and the management of strategic change processes. In *The Competitiveness of European Industry* pp. 110-136.
9. Євтушенко, Н. О., Пільник, Т. А. (2022). Конкурентна стратегія підприємства: сутність, підходи та принципи формування. *Журнал економіка менеджмент та бізнес*, № 3-4, С. 29-34.
<https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2724/2617>
10. Smiesova V., Faizova S., Ivanova M., Faizova O., Parshyna O., Zavhorodnia O. (2020) Use of Balanced Scorecard for Enterprise Competitiveness Assessment. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*. [S.l.], 11, 2 (28), 349-361. doi: [https://doi.org/10.14505/jarle.v11.2\(48\).08](https://doi.org/10.14505/jarle.v11.2(48).08)

References

1. Bambysheva, N. (2022), “BlackRock's Newest Investment Paves the Way for Digital Assets on Wall Street”, *Forbes*, available at: <https://www.forbes.com/sites/ninabambysheva/2022/04/13/blackrocks-newest-investment-paves-the-way-for-digital-assets-on-wall-street/?sh=2a4550aa5b6d> (Accessed 05 Jan 2024).
2. Bondarenko, V.M. (2016), “Competitive advantages of processing industry enterprises in the conditions of economic crisis”, *Zbirnyk naukovykh prats' Cherkas'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*, vol. 41 (2), pp. 31-37.
3. Vivcharyn, N. (2005), “Selection and evaluation of factors that affect the competitiveness of trade and intermediary enterprises”, *Halyts'kyj ekonomichnyj visnyk*, vol. 2 (6), pp. 59-66.
4. Hryn'ko, T.V. Hviniashvili, T.Z. and Kotlovs'ka, N.M. (2022), “Strategic inventory management of a trading enterprise”, *Zbirnyk naukovykh prats' Ekonomichnyj prostir*, vol. 181, pp. 89-94. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/181-15>
5. Moroz, S.E. (2021), *Pidpryiemnytstvo u torhovel'nij sferi: Stan ta perspektyvy rozvytku v umovakh konkurentsii. Yakist' i bezpechnist' produktsii u*

vnutrishnij i zovnishnij torhivli ta torhovel'ne pidprijemnytstvo: suchasni vektory rozvytku i perspektyvy [Entrepreneurship in the trade sphere: State and prospects of development in conditions of competition. Product quality and safety in domestic and foreign trade and trade entrepreneurship: modern vectors of development and prospects], Vydavnytstvo PP «Astraia», Poltava, Ukraine.

6. Nosachenko, O.A. and Koval'ov, A.I. (2023), “Methodological principles of management the reserves of increasing the competitiveness of trade enterprises”, *Naukovyj visnyk ONEU*, vol. 5-6, pp. 101-108.

7. Narayan, R. and Tidström, A. (2020), “Tokenizing coopetition in a blockchain for a transition to circular economy”, *Journal of Cleaner Production*.

8. Pettigrew, A. Whipp, R. and Rosenfeld, R. (2023), “Competitiveness and the management of strategic change processes”, *Competitiveness of European Industry*, pp. 110-136.

9. Yevtushenko, N.O. and Pil'nyk, T.A. (2022), “Competitive strategy of the enterprise: essence, approaches and principles of formation”, *Zhurnal ekonomika menedzhment ta biznes*, vol. 3-4, pp. 29-34, available at: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2724/2617> (Accessed 05 Jan 2024).

10. Smiesova, V. Faizova, S. Ivanova, M. Faizova, O. Parshyna, O. and Zavorodnia, O. (2020), “Use of Balanced Scorecard for Enterprise Competitiveness Assessment”, *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, vol. 11, no. 2 (28), pp. 349-361. doi: [https://doi.org/10.14505/jarle.v11.2\(48\).08](https://doi.org/10.14505/jarle.v11.2(48).08)

Стаття надійшла до редакції 13.01.2024 р.