

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-338-76>

УДК 338.45:69

БЕНЧУК Сергій

Рівненський державний гуманітарний університет

<https://orcid.org/0009-0008-8152-6843>

e-mail: [benchuksergly@gmail.com](mailto:benchuksergly@gmail.com)

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

*У статті розглянуто теоретичні аспекти формування конкурентних переваг виробничих підприємств будівельної галузі в умовах сучасного ринкового середовища. Зростаюча конкуренція, впровадження інновацій, діджиталізація, екологічні вимоги та економічна нестабільність підкреслюють необхідність нових підходів до забезпечення конкурентоспроможності.*

*Проаналізовано різноманітні фактори конкурентних переваг, такі як людський капітал, інновації, соціальна відповідальність бізнесу, стратегічне планування та управління ланцюгом поставок. Запропоновано систематизацію факторів у чотирьох функціональних блоках: ресурси та потенціал підприємства, процеси та операційна діяльність, пропозиція цінності для клієнта, ринок і взаємодія з клієнтами. Основна увага приділена їх впливу на якість продукції, адаптивність до змін середовища та задоволення клієнтських потреб.*

*Зроблено висновок, що конкурентні переваги є результатом взаємодії численних факторів, які потрібно інтегрувати в єдину стратегію для досягнення довгострокової ефективності підприємств будівельної галузі. Стаття також підкреслює перспективність дослідження впливу технологічних інновацій на формування конкурентних переваг.*

*Ключові слова: конкурентні переваги, будівельна галузь, людський капітал, інновації, діджиталізація, соціальна відповідальність, стратегічне планування, управління ланцюгом поставок, адаптація до змін, конкурентоспроможність.*

BENCHUK Serhii

Rivne State University of Humanities

## THEORETICAL ASPECTS OF FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF MANUFACTURING ENTERPRISES IN THE BUILDING INDUSTRY

*The article discusses the theoretical aspects of forming competitive advantages of building industry enterprises in the modern market environment. Growing competition, innovation, digitalization, environmental requirements and economic instability emphasize the need for new approaches to ensuring competitiveness.*

*Various factors of competitive advantage, such as human capital, innovation, social responsibility of business, strategic planning and supply chain management, are analysed. A systematization of factors in four functional blocks is proposed: resources and potential of the enterprise, processes and operational activities, value proposition for the client, market and interaction with clients. The main attention is focused on their impact on product quality, adaptability to environmental changes, and customer satisfaction.*

*It is concluded that competitive advantages are the result of the interaction of numerous factors that need to be integrated into a single strategy to achieve long-term efficiency of enterprises in the construction industry. The article also emphasizes the prospects of studying the impact of technological innovations on the formation of competitive advantages.*

*Keywords: competitive advantages, building industry, human capital, innovation, digitalization, social responsibility, strategic planning, supply chain management, adaptation to changes, competitiveness.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

#### ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Актуальність дослідження теоретичних аспектів формування конкурентних переваг виробничих підприємств зумовлена зростаючою конкуренцією на глобальних ринках та необхідністю адаптації вітчизняних підприємств до динамічних змін зовнішнього середовища. Сучасні виклики, такі як впровадження інновацій, діджиталізація, посилення екологічних вимог та нестабільність економіки, вимагають від підприємств розробки нових підходів до забезпечення їхньої конкурентоспроможності.

Попри значну кількість наукових досліджень у цій сфері, залишаються невирішеними проблеми систематизації факторів конкурентних переваг та розробки універсальних теоретичних підходів, які враховують специфіку виробничих підприємств будівельної галузі. Недостатньо вивченими залишаються питання інтеграції технологічних, організаційних та управлінських складових у єдину систему формування конкурентних переваг.

Крім того, у контексті трансформацій економіки та глобалізації, необхідно створити теоретичну базу, яка слугуватиме основою для розробки практичних рекомендацій. Дослідження цих аспектів дозволить розширити наукові знання про конкурентні переваги та сприятиме підвищенню ефективності роботи виробничих підприємств будівельної галузі.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У науковій літературі проблематика формування конкурентних переваг підприємств досліджується з різних підходів та аспектів. Afraz M.F. і співавтори акцентують увагу на інноваціях у ланцюгах постачання

як ключовому чиннику підвищення конкурентоспроможності, особливо в будівельній галузі [1]. Aigbe F. та інші фокусуються на майбутніх конкурентних перевагах у будівництві, підкреслюючи значення довгострокових стратегій [2]. Білоушко Т.Ю. та Білоушко Р.С. вивчають роль соціальної відповідальності бізнесу як чинника зміцнення конкурентних позицій підприємств [3]. Mazhitov M. і співавтори аналізують стратегічне впровадження конкурентних переваг через інтеграцію планування, людських ресурсів та процесів [4]. Reshmidilova S.L. і колеги досліджують маркетингові підходи до формування конкурентних переваг, акцентуючи на значенні орієнтації на клієнта [5]. Xuetong W. та інші вивчають вплив корпоративної соціальної відповідальності на стійкі конкурентні переваги, вказуючи на важливу роль корпоративної репутації як посередника [7]. Ряд авторів досліджують специфічні аспекти формування конкурентних переваг: Вороніна В.Л. та Завгородній В.Р. – роль інноваційних можливостей [9], Меметов А. – цифрову трансформацію підприємств [17], Цюцюпа С.В. – комплексне забезпечення конкурентних переваг у ринковому середовищі [21].

Таким чином, аналіз літератури свідчить про широкий спектр наукових підходів до вивчення конкурентних переваг, проте залишається відкритим питання інтеграції цих підходів для формування цілісної теоретичної бази.

### **ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ**

Незважаючи на значну кількість досліджень у сфері формування конкурентних переваг, залишається невирішеним питання систематизації ключових факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємств будівельної галузі. Недостатньо уваги приділено інтеграції організаційних, технологічних та управлінських складових у єдину систему для забезпечення довгострокової ефективності. Проблема розробки універсального теоретичного підходу, який враховував би специфіку будівельної галузі, залишається актуальною та відкритою для досліджень. Існує потреба у створенні практичних рекомендацій щодо адаптації підприємств до змінних умов зовнішнього середовища, включаючи виклики діджиталізації та екологічних стандартів.

### **ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ**

Метою статті є систематизація та узагальнення теоретичних підходів до визначення ключових факторів формування конкурентних переваг виробничих підприємств, а також аналіз їх впливу на конкурентоспроможність підприємств будівельної галузі в умовах сучасного ринкового середовища.

### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ**

У сучасній науковій літературі конкурентні переваги підприємств розглядаються як ключові чинники їх успішної діяльності та довгострокового розвитку. Різні науковці висвітлюють широкий спектр підходів до формування конкурентних переваг, що відображає багатогранність цього процесу в різних галузях економіки. Аналіз наукових праць демонструє значну варіативність факторів, що вважаються визначальними у формуванні конкурентних переваг виробничих підприємств.

У таблиці 1 систематизовано підходи різних авторів (публікації за період 2020 – 2024 років) до визначення ключових факторів формування конкурентних переваг підприємств, що дозволяє виявити тенденції, спільні елементи та ключові акценти, що сприяють їх формуванню.

Проведений нами аналіз наукової літератури свідчить про два основних напрями дослідження конкурентних переваг виробничих підприємств. Перший напрям характеризується комплексним підходом, який передбачає системний аналіз множини факторів, що впливають на конкурентну позицію підприємства. Другий напрям зосереджується на детальному дослідженні окремих конкурентних переваг та їх впливу на конкурентоспроможність підприємства.

Аналізуючи підходи до формування конкурентних переваг бачимо, що більшість авторів наголошують на таких базових факторах, які відіграють визначальну роль у забезпеченні стійкості та успішності виробничих підприємств: людський капітал, інновації та інвестиції в них, соціальна відповідальність бізнесу, активні маркетингові зусилля, а також гнучкість та здатність до адаптації.

У рамках даного дослідження ми дотримуємося думки про необхідність комплексного підходу, який дозволяє більш повно охопити всі аспекти формування конкурентних переваг. На нашу думку конкурентні переваги виробничого підприємства - це результат взаємодії багатьох факторів, які можна умовно поділити на функціональні блоки, що відображають різні аспекти діяльності підприємства (таблиця 2).

Таким чином, для досягнення стійких конкурентних переваг підприємство повинно не лише мати сильні внутрішні ресурси, але й ефективно їх використовувати для створення цінності для клієнта чи споживача та адаптації до змін зовнішнього середовища.

У рамках дослідження важливо розмежувати поняття "клієнт" і "споживач", оскільки вони мають різне значення в контексті виробничих підприємств будівельної галузі. Клієнт – це суб'єкт, який безпосередньо взаємодіє з підприємством, здійснює замовлення або закупівлю продукції. До цієї категорії

можуть належати дистриб'ютори, торговельні організації, будівельні компанії чи підрядники, які займаються придбанням продукції для подальшого використання або перепродажу.

Споживач, у свою чергу, є кінцевим користувачем продукції, який отримує практичну цінність від її застосування. У будівельній галузі споживачами можуть бути власники будівель, індивідуальні забудовники чи кінцеві користувачі готових об'єктів, зведених із використанням будівельних матеріалів.

Розмежування цих понять є важливим для розуміння структури попиту та формування маркетингових стратегій. Наприклад, для клієнтів критичними чинниками є умови постачання, ціна та логістика, тоді як для споживачів на перший план виходять якість продукції, довговічність та екологічність матеріалів. Врахування потреб обох груп дозволяє підприємствам будівельної галузі забезпечити ефективну комунікацію, підвищити конкурентоспроможність та створити додаткову цінність для своїх партнерів і кінцевих користувачів.

**Таблиця 1 – Систематизація наукових підходів до визначення ключових факторів, які формують конкурентні переваги виробничих підприємств**

Фактори, які формують конкурентні переваги виробничих підприємств	Afraz M.F., Bhatti S.H., Ferraris A., Couturier, J. [1]	Aigbe F., Aigbavboa C., Aliu J., Amusan L. [2]	Білоушко Т.Ю., Білоушко Р.С. [3]	Mazhitov M., Uddin M.A., Mahmood M. [4]	Reshmidiylova S.L., Aleyuk P.A., Bondarenko D.M. [5]	To T.T., Nguyen V.L., Huon H.D. [6]	Xuetong W., Hussain M., Rasool S.F. [7]	Бреус С.В., Шусть Т.А. [8]	Вороніна В.Л., Бондаренко Д.В., Завгородній В.Р. [9]	Герасимова В.О., Резанов Е.О. [10]; Залуцька Х., Покрива М. [11]	Корнієнко Т. [12]	Кузьміна О., Бусько А. [13]	Мальчик М., Василь В. [14]	Р.Манн [15]	Маркіною Н.І., Вороніною В.Л., Хорошко Д.Р. [16]	Меметов А. [17]	Міненко М.А. [18]	Рожко В.І., Альошина Д.Д. [19]	Сарай Н., Григорук А., Литвин Л. [20]	Цюцупа С.В. [21]	Шевченко А.В., Бичуля М.І. [22]	Шевченко Д.В. [23]	Шгаль Т.В., Шульга Д.А., Торгуп Д.А. [24]
Людський капітал		+	+	+	+		+	+						+					+				
Інновації та інвестиції в них					+	+			+						+			+		+			
Соціальна відповідальність		+	+				+											+	+				
Активні маркетингові зусилля					+		+				+	+	+										
Гнучкість та здатність до адаптації							+				+	+	+			+		+	+				
Висока якість продукції/надання послуг					+								+			+							+
Низька собівартість у порівнянні з конкурентами																+		+	+				+
Технології					+		+				+	+											
Стратегічне планування				+						+		+						+					
Якість управління організацією					+												+	+					
Унікальні характеристики товарів і послуг, здатність їх утримувати														+				+					+
Управління ланцюгом поставок	+											+						+					
Співвідношення ціна/якість																			+				+
Ресурсна база та														+				+					



Будівельна індустрія відзначається високим рівнем конкуренції, динамічністю попиту і необхідністю дотримання суворих стандартів якості. У цьому контексті ключові фактори конкурентоспроможності, притаманні виробничим підприємствам, набувають особливого значення для формування конкурентних переваг саме виробників будівельних матеріалів.

*Фактори, пов'язані з ресурсами та потенціалом підприємства* забезпечують основу для ефективного функціонування підприємства, його здатності адаптуватися до ринкових змін і впроваджувати інновації.

*Людський капітал*, що виявляється у кваліфікації персоналу, його досвіді, мотивації, а також здатністю до навчання і розвитку, забезпечує виробництво високоякісних будівельних матеріалів. Високий рівень компетенції співробітників сприяє точному дотриманню технологічних процесів, зменшенню дефектів продукції та ефективнішому використанню ресурсів. Це формує такі конкурентні переваги, як висока якість продукції, надійність, інноваційність пропозицій та здатність оперативного реагувати на запити клієнтів.

*Технології* забезпечують виробничі потужності сучасними інструментами, обладнанням і програмним забезпеченням. Використання новітніх технологічних рішень дозволяє підвищити продуктивність, скоротити витрати та зменшити вплив на навколишнє середовище, що є важливими факторами у сучасному будівельному секторі. Впровадження передових технологій також сприяє виробництву інноваційних будівельних матеріалів з поліпшеними властивостями, що дає підприємству змогу займати високу конкурентну позицію на ринку.

*Інновації та інвестиції в них* дозволяють виробникам будівельних матеріалів створювати нові продукти, впроваджувати ефективніші бізнес-процеси та розробляти унікальні пропозиції для клієнтів. Інноваційна діяльність сприяє формуванню таких конкурентних переваг, як диференціація продукції, задоволення нових потреб ринку, здатність входити в нові ринкові ніші та підтримувати лояльність споживачів завдяки постійному оновленню асортименту. Інвестиції в дослідження та розробки забезпечують довгострокову конкурентоспроможність за рахунок створення унікальних технологічних рішень.

Таким чином, фактори, пов'язані з ресурсами та потенціалом підприємства, дозволяють виробникам будівельних матеріалів забезпечити стабільну якість продукції, знижувати витрати, розвивати інноваційність та диференціювати свою пропозицію на ринку. Це сприяє формуванню стійких конкурентних переваг, які забезпечують успішність підприємства в умовах сучасної динамічної економіки.

*Фактори, пов'язані з процесами та операційною діяльністю*, відіграють ключову роль у формуванні конкурентних переваг виробників будівельних матеріалів, забезпечуючи оптимізацію внутрішніх процесів, адаптацію до змін ринкового середовища та ефективну взаємодію з контрагентами. Ці фактори сприяють створенню умов для стабільного розвитку підприємства і його здатності відповідати вимогам сучасного ринку.

*Якість управління організацією* є визначальним елементом, що забезпечує координацію всіх функцій підприємства. У контексті виробництва будівельних матеріалів це дозволяє оптимізувати виробничі процеси, зменшувати кількість дефектів і забезпечувати відповідність продукції будівельним нормам і стандартам. Ефективне управління також сприяє розвитку корпоративної культури, що підвищує мотивацію працівників і їхню залученість у досягнення стратегічних цілей.

*Стратегічне планування* забезпечує формування довгострокових пріоритетів підприємства, що особливо важливо для галузі будівельних матеріалів, де конкуренція висока, а вимоги до продукції постійно змінюються. Завдяки стратегічному плануванню виробники можуть передбачати тенденції ринку, інвестувати в перспективні напрями, наприклад, у розробку інноваційних матеріалів, і розширювати свою частку ринку.

*Управління ланцюгом поставок* дозволяє оптимізувати логістичні процеси, забезпечувати своєчасну доставку сировини та готової продукції, а також знижувати витрати на зберігання і транспортування. Для виробників будівельних матеріалів це має особливе значення, оскільки стабільність поставок і оптимальні витрати на логістику безпосередньо впливають на собівартість продукції і, відповідно, на її конкурентоспроможність.

*Гнучкість та здатність до адаптації* дозволяють виробникам швидко реагувати на зміну попиту, нові вимоги замовників або зовнішні виклики, такі як зростання цін на сировину чи зміни у законодавстві. У будівельній галузі це може означати розробку індивідуальних рішень для клієнтів, наприклад, адаптацію складу матеріалів до специфічних умов використання або швидкий запуск нових продуктів.

Загалом, вплив факторів, пов'язаних з процесами та операційною діяльністю, проявляється у здатності підприємства створювати високу додану вартість, забезпечувати стабільність поставок і гнучко реагувати на запити ринку. У сукупності вони формують конкурентні переваги, такі як висока якість продукції, оптимізовані витрати, орієнтація на клієнта (споживача) і здатність до інноваційного розвитку.

*Фактори, пов'язані з пропозицією цінності для замовника* визначають сприйняття продукції клієнтами і їхню готовність обрати саме цю продукцію серед аналогів на ринку. Концентрація на якості,

оптимізації витрат і створенні унікальних характеристик дозволяє підприємствам підвищувати свою ринкову привабливість і забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність.

*Висока якість продукції* безпосередньо впливає на сприйняття цінності продукту клієнтами (споживачами). Для будівельних матеріалів це особливо важливо, оскільки якість продукції пов'язана з довговічністю, надійністю та відповідністю нормативним вимогам. Наприклад, використання сертифікованих матеріалів або інноваційних технологій виробництва підвищує довіру клієнтів і формує репутацію виробника як надійного постачальника. Крім того, якісні матеріали знижують ризики у будівельних проектах, що додає цінності як для кінцевих споживачів, так і для посередників у галузі.

*Низька собівартість* є важливим чинником у формуванні конкурентоспроможних цін. Для виробників будівельних матеріалів зниження витрат на виробництво досягається завдяки ефективному управлінню ресурсами, впровадженню енергоефективних технологій, оптимізації логістичних процесів і економії на масштабі. Конкурентоспроможна ціна забезпечує доступність продукції для ширшого кола замовників і сприяє утриманню позицій на ринку в умовах жорсткої конкуренції. При цьому важливо, щоб зниження собівартості не відбувалося за рахунок втрати якості, оскільки це може негативно вплинути на довіру клієнтів.

*Унікальні характеристики товарів* створюють додаткову цінність для споживачів, що дозволяє підприємствам диференціювати свою продукцію від конкурентів. Для будівельних матеріалів це може включати інноваційні властивості, такі як підвищена енергоефективність, екологічність, стійкість до екстремальних умов або простота у використанні. Наприклад, пропозиція екологічно чистих матеріалів, які відповідають вимогам "зеленого" будівництва, може стати вирішальним чинником для клієнтів, орієнтованих на сталий розвиток. Унікальні характеристики також дають змогу підприємствам створювати спеціалізовані ніші на ринку і забезпечувати додатковий прибуток завдяки преміальному ціноутворенню.

Таким чином, поєднання високої якості продукції, конкурентних цін і унікальних характеристик формує комплексні конкурентні переваги, які дозволяють виробникам будівельних матеріалів відповідати запитам сучасного ринку, розширювати базу замовників і забезпечувати сталий розвиток.

*Фактори, пов'язані з ринком та взаємодією з клієнтами*, мають суттєвий вплив на формування конкурентних переваг виробників будівельних матеріалів, оскільки вони визначають рівень впізнаваності бренду, ступінь довіри і позиціонування компанії на ринку.

*Активні маркетингові зусилля* сприяють підвищенню видимості бренду, популяризації продукції та залученню нових клієнтів. Для виробників будівельних матеріалів ефективна маркетингова стратегія може включати участь у галузевих виставках, рекламні кампанії, розширення присутності в цифрових каналах, таких як соціальні мережі та онлайн-платформи. Крім того, впровадження програм лояльності та персоналізованих пропозицій для контрагентів дозволяє зміцнити зв'язки з постійними покупцями. Акцент на просуванні інноваційних або унікальних властивостей продукції допомагає підприємствам виділитися серед конкурентів і зайняти позицію лідера в певних сегментах ринку.

*Соціальна відповідальність* є важливим чинником у формуванні позитивного іміджу компанії. Для виробників будівельних матеріалів це може означати дотримання екологічних стандартів у виробництві, участь у соціально значущих проектах або підтримку локальних громад. Наприклад, використання екологічно чистих матеріалів або вторинної сировини відповідає запитам замовників, орієнтованих на сталий розвиток, і підвищує привабливість продукції на ринках, де діють жорсткі екологічні вимоги. Соціальна відповідальність також може включати створення безпечних умов праці, сприяння професійному розвитку співробітників та участь у програмах благодійності. Ці аспекти не лише формують довіру до бренду, але й слугують додатковими конкурентними перевагами у боротьбі за клієнтів, які надають значення етичним аспектам діяльності підприємств.

Таким чином, завдяки активним маркетинговим зусиллям виробники будівельних матеріалів можуть збільшувати частку ринку, залучати нових споживачів і зміцнювати зв'язки з існуючими клієнтами (споживачами). Соціальна відповідальність, своєю чергою, сприяє формуванню довгострокової довіри до компанії, забезпечуючи позитивний імідж і лояльність замовників.

## **ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ**

Аналіз наукових публікацій та систематизація факторів формування конкурентних переваг виробничих підприємств засвідчили, що конкурентні переваги не є результатом дії одного фактора, а формуються в результаті взаємодії множини елементів.

Доцільним, на нашу думку, є виділення чотирьох функціональних блоків формування конкурентних переваг виробничих підприємств, що охоплюють ресурси та потенціал підприємства, процеси управління, пропозицію цінності для клієнтів, а також взаємодію з ринковим середовищем.

Ресурси та потенціал підприємства (людський капітал, технології, інновації) дозволяють виробникам будівельних матеріалів забезпечити стабільну якість продукції, знижувати витрати, розвивати інноваційність та диференціювати свою пропозицію на ринку.

Процеси та операційна діяльність (якість управління, стратегічне планування, управління ланцюгом поставок) забезпечують оптимізацію внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів виробника будівельних матеріалів, що дозволяє сформувати такі конкурентні переваги, як висока якість продукції, оптимізовані витрати, орієнтація на замовника і здатність до інноваційного розвитку.

Пропозиція цінності для замовника (висока якість продукції, низька собівартість, унікальні характеристики товарів) формує конкурентні переваги, які дозволяють виробникам будівельних матеріалів відповідати запитам сучасного ринку, розширювати базу клієнтів і забезпечувати сталий розвиток.

Ринок та взаємодія з замовниками (активні маркетингові зусилля, соціальна відповідальність) дозволяють підвищити впізнаваність бренду, створити позитивний імідж компанії та забезпечити довгострокову лояльність клієнтів та споживачів.

З огляду на швидкий розвиток новітніх технологій, важливим напрямом подальших наукових досліджень є вивчення впливу технологічних інновацій (зокрема, штучного інтелекту та цифровізації) на кожен із чотирьох функціональних блоків формування конкурентних переваг виробничих підприємств будівельної галузі.

### Література

1. Afraz M.F., Bhatti S.H., Ferraris A., Couturier, J. The impact of supply chain innovation on competitive advantage in the construction industry: Evidence from a moderated multi-mediation model. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. № 162. URL: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120370>.
2. Aigbe F., Aigbavboa C., Aliu J., Amusan L. Understanding the Future Competitive Advantages of the Construction Industry. *Buildings*. 2024. №14(6), 1616. URL: <https://doi.org/10.3390/buildings14061616>
3. Bilousko T.Yu., Bilousko R.S. Social responsibility of business in the formation of competitive advantages of the enterprise. *Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф.*, 01 листопада 2024 р. Харків: ДБТУ, 2024. С. 91-93. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/59580>
4. Mazhitov M., Uddin M.A., Mahmood M. et al. Competitive Advantages Through Strategy Implementation: the Role of People, Plan, and Process. *Public Organiz Rev*. 2024. № 24. P. 861–883. URL: <https://doi.org/10.1007/s11115-024-00762-4>
5. Reshmidilova S.L., Aleynyk P.A., Bondarenko D.M. Marketing Approaches to the Formation of Competitive Advantages of Enterprises. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*. 2024. No. 42 (August). P. 195 – 197. URL: <https://archives.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/190>
6. To T.T., Nguyen V.L., Huon H.D. Evaluation of the competitive advantages of construction firms. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*. 2023. Vol.3. № 3. P. 385-389. URL: <https://www.multiresearchjournal.com/admin/uploads/archives/archive-1684998059.pdf>.
7. Xuetong W., Hussain M., Rasool S.F. et al. Impact of corporate social responsibility on sustainable competitive advantages: The mediating role of corporate reputation. *Environ Sci Pollut*. 2024. № 31, 46207–46220. URL: <https://doi.org/10.1007/s11356-023-28192-7>
8. Бреус С.В., Шусть Т.А. Сутність конкурентних переваг та управління ними в сучасних умовах. *The VIII th International scientific and practical conference "Modern problems in science"*, November 09-12, 2020, Prague, Czech Republic. С. 127 – 131. URL: <http://surl.li/hgautq>
9. Вороніна В.Л., Бондаренко Д.В., Завгородній В.Р. Формування конкурентних переваг компанії шляхом розвитку інноваційних можливостей. *Економічний простір*. 2022. № 178. С. 31-37. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-5>
10. Герасимова В.О., Резанов Е.О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*. 2020. № 154. С. 93-97. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>
11. Залуцька Х., Помірча М. Сутність і зміст функціональної стратегії підприємства. *Modeling the development of the economic systems*. 2023. № 1. С. 57–61. URL: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-8>
12. Корнієнко Т. Маркетингові стратегії у формуванні конкурентних переваг підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-65>
13. Кузьміна О., Бусько А. Моделювання стратегій формування конкурентних переваг підприємства. *Молодий вчений*. 2022. № 11 (111). С. 85-89. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-11-111-19>
14. Мальчик М., Василів В. Сучасні проблеми формування конкурентних переваг вітчизняними промисловими підприємствами. *Економічний простір*. 2024. № 191. С. 81-86. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-15>
15. Манн Р. Методичні засади формування конкурентних переваг підприємства. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 5 (05). С. 121-127. URL: <https://doi.org/10.32782/dees.5-19>
16. Маркіна І.А., Вороніна В.Л., Хорошко Д.Р. Управління інноваційним потенціалом як фактор стратегічного розвитку та конкурентних переваг підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та*

управління. 2020. Випуск 3 (26). С. 76 – 81. URL: <http://surl.li/hiedkz>

17. Меметов А. Формування конкурентних переваг на засадах цифрової трансформації підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 3. С. 138-142. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4896&i=21>

18. Мінченко М.А. Стійкі конкурентні переваги в умовах глобалізації ринку. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2019. С. 242 – 251. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/182607>

19. Рожко В.І., Альошин Д.Д. Дослідження та удосконалення конкурентних переваг підприємства. *Проблеми економіки*. 2024. №1 (59). С. 84 – 89. URL: <https://www.proquest.com/openview/0eba80f4ea36bf2b2c70c3f725abeaa2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2048964>

20. Сарай Н., Григорук А., Литвин Л. Формування конкурентних переваг підприємства на міжнародному ринку. *Трансформаційна економіка*. 2024. № 1 (06). С. 58 - 62. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-6-11>

21. Цюцюпа С.В. Конкурентні переваги підприємства у ринковому середовищі: формування та забезпечення. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. № 1 (57). С. 24 – 31. URL: <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/268/292>

22. Шевченко А.В., Бичуля М.І. Забезпечення клієнтоорієнтованості як інструменту формування конкурентних переваг підприємства. *Матеріали XIII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Фінанси, облік та оподаткування: теорія і практика»*. К.: НАУ, 2022. С.152-155. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/58076>

23. Шевченко Д. В. Інвестиції в людський капітал як фактор підвищення конкурентних переваг економіки. *Інноваційна економіка*. 2021. № 5 – 6. С. 51-56. URL: <http://188.190.43.194:7980/jspui/bitstream/123456789/10243/1/%D0%86%D0%9A-5-6-21-51-56.pdf>

24. Шталь Т.В., Шульга Д.А., Торпуп Д.А. Теоретико-методологічний аналіз поглядів учених на визначення поняття «конкурентоспроможність». *Бізнес Інформ*. 2020. №11. С. 13-17. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/24958>

## References

1. Afraz M.F., Bhatti S.H., Ferraris A., Couturier, J. The impact of supply chain innovation on competitive advantage in the construction industry: Evidence from a moderated multi-mediation model. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. № 162. URL: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120370>.

2. Aigbe F., Aigbavboa C., Aliu J., Amusan L. Understanding the Future Competitive Advantages of the Construction Industry. *Buildings*. 2024. №14(6), 1616. URL: <https://doi.org/10.3390/buildings14061616>

3. Bilousko T.Yu., Bilousko R.S. Social responsibility of business in the formation of competitive advantages of the enterprise. *Mehanizmy zabezpechennya staloho rozvytku ekonomiky: problemy, perspektyvy, mizhnarodnyy dosvid: materialy V Mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, 01 november 2024 y. Kharkiv: DBTU, 2024. С. 91-93. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/59580>

4. Mazhitov M., Uddin M.A., Mahmood M. et al. Competitive Advantages Through Strategy Implementation: the Role of People, Plan, and Process. *Public Organiz Rev*. 2024. № 24. P. 861–883. URL: <https://doi.org/10.1007/s11115-024-00762-4>

5. Reshmilidova S.L., Aleynyk P.A., Bondarenko D.M. Marketing Approaches to the Formation of Competitive Advantages of Enterprises. *Mizhnarodnyy naukovyy zhurnal «Hraal nauky»*. 2024. No. 42 (August). P. 195 – 197. URL: <https://archives.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/190>

6. To T.T., Nguyen V.L., Huon H.D. Evaluation of the competitive advantages of construction firms. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*. 2023. Vol.3. № 3. P. 385-389. URL: <https://www.multiresearchjournal.com/admin/uploads/archives/archive-1684998059.pdf>.

7. Xuotong W., Hussain M., Rasool S.F. et al. Impact of corporate social responsibility on sustainable competitive advantages: The mediating role of corporate reputation. *Environ Sci Pollut*. 2024. № 31, 46207–46220. URL: <https://doi.org/10.1007/s11356-023-28192-7>

8. Breus S.V., Shust T.A. Sutnist konkurentnykh perevag ta upravlinnya nymy v suchasnykh umovakh. *The VIII th International scientific and practical conference "Modern problems in science"*, November 09-12, 2020, Prague, Czech Republic. С. 127 – 131. URL: <http://surl.li/hgautq>

9. Voronina V.L., Bondarenko D.V., Zavgorodniy V.R. Formuvannya konkurentnykh perevag kompanii shlyakhom rozvytku innovatsiynykh mozhlyvostey. *Ekonomichnyy prostir*. 2022. № 178. С. 31-37. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-5>

10. Gerasymova V.O., Rezanov E.O. Konkurentnospromozhnist pidpryemstva: sutnist ta factory vplyvu v suchasnykh umovakh. *Ekonomichnyy prostir*. 2020. № 154. С. 93-97. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>

11. Zalutska Kh., Pomircha M. Sutnist I zmist funktsionalnoi stratehii pidpryemstva. *Modeling the development of the economic systems*. 2023. № 1. С. 57–61. URL: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-8>

12. Kornienko T. Marketynгови stratehii u formuvanni konkurentnykh perevag pidpryemstv v umovakh voennogo stanu. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2023. № 49. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-65>

13. Kuzmina O, Busko A. Modelyuvannya stratehiiy formuvannya konkurentnykh perevag pidpryemstva. *Molodyy vchenyy*. 2022. № 11 (111). С. 85-89. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-11-111-19>

14. Malchuk M, Vasylyv V. Suchasni problem formuvannya konkurentnykh perevag vitchyznianymy promyslovymy pidpryemstvamy. *Ekonomichnyy prostir*. 2024. № 191. С. 81-86. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-15>

15. Mann P. Metodichni zasady formuvannya konkurentnykh perevag pidpryemstva. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka*. 2023. № 5 (05). С. 121-127. URL: <https://doi.org/10.32782/dees.5-19>

16. Markina I.A., Voronina V.L., Khoroshko D.R. Upravlinnya innovatsiynym potentsialom yak factor strategichnogo rozvytku ta konkurentnykh perevag pidpryemstva. *Skhidna Evropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya*. 2020. Vypusk 3 (26). С. 76 – 81. URL: <http://surl.li/hiedkz>

17. Меметов А. Формування конкурентних переваг на засадах цифрової трансформації підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 3. С. 138-142. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4896&i=21>

18. Мінченко М.А. Стійкі конкурентні переваги в умовах глобалізації ринку. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2019. С. 242 – 251. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/182607>



19. Rozhko V.I., Alyoshyn D.D. Doslidzhennya ta udoskonalennya konkurentnykh perevag pidpnyemstva. *Problemy Ekonomiky*. 2024. №1 (59). С. 84 – 89. URL: <https://www.proquest.com/openview/0eba80f4ea36bf2b2c70c3f725abaa2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2048964>
20. Saray N., Grygoruk A., Lytvyn L. Formuvannya konkurentnykh perevag pidpnyemstva na mizhnarodnomu rynku. *Transformatsiyna ekonomika*. 2024. № 1 (06). С. 58 - 62. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-6-11>
21. Tsutsupa S.V. Konkurentni perevagy pidpnyemstva u rynkovomu seredovyshchi: formuvannya ta zabezpechennya. *Vcheni zapysky Universytetu "KROK"*. 2020. № 1 (57). С. 24 – 31. URL: <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/268/292>
22. Shevchenko A.V., Bychulya M.I. Zabezpechennya klientoorientovanosti yaz instrument formuvannya konkurentnykh perevag pidpnyemstva. *Materialy XIII Mizhnarodna naukovo-praktychna internet-konferentsia «Finansy, oblik ta opodatkovannya: teoriya i praktyka»*. K.: HAY, 2022. С.152-155. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/58076>
23. Shevchenko D.V. Investytsii v ludskyi kapital yak afmjh pidvyshchennya konkurentnykh perevag ekonomiky. *Innovatsiyna ekonomika*. 2021. № 5 – 6. С. 51-56. URL: <http://188.190.43.194:7980/jspui/bitstream/123456789/10243/1/%D0%86%D0%9A-5-6-21-51-56.pdf>
24. Shtal T.V., Shulga D.A., Torpup D.A. Teoretyko-metodologichnyy analiz poglyadiv uchenykh na vyznachennya ponyattya “konkurentnospromozhnist”. *Biznes Inform.* 2020. №11. С. 13-17. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/24958>