

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БЕРДЯНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ФІНАНСІВ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
СФЕРИ ПОСЛУГ**

Виконавець: здобувачка першого рівня
вищої освіти, групи 4МН
Галузь знань 07 Управління та
адміністрування
Спеціальність 073 Менеджмент
Освітньо-професійна програма:
«Менеджмент готельного, курортного та
туристичного сервісу»
ЯРЕМКО Дарина Сергіївна

Керівник: ст. викл. ШВАЧКО Вікторія

Рецензент: к.е.н., доц. ПІКУЛИК Оксана

Запоріжжя – 2025

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ	
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ	
1.1. Поняття конкурентоспроможності та фактори, що впливають на підвищення конкурентоспроможності підприємства сфери послуг	9
1.2. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства сфери послуг	16
1.3. Особливості інноваційних стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства сфери послуг	20
Висновки до розділу 1	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
2.1. Організаційна характеристика ресторації «Скриня»	27
2.2. Оцінка конкурентоспроможності та інноваційних стратегій ресторації «Скриня»	31
2.3. Основні перешкоди на шляху підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства сфери послуг	42
Висновки до розділу 2	47
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАЦІЇ «СКРИНЯ»	
3.1. Ключові рекомендації щодо вдосконалення інноваційної стратегії ресторації «Скриня» з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства	48
3.2. Обґрунтування витрат та економічний ефект впровадження інноваційних стратегій для ресторації «Скриня»	55
Висновки до розділу 3	65
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	72
ДОДАТКИ	

ВСТУП

До стратегічних завдань будь-якого суб'єкта господарювання належить здобуття належного рівня конкурентних переваг та формування стійкої конкурентної позиції на ринку. Конкурентоспроможність розглядається як порівняльна характеристика можливостей підприємства щодо накопичення унікальних переваг, які дозволяють задовольняти потреби ринку та забезпечувати прибутковість його комерційної діяльності.

Оскільки сфера гостинності є надзвичайно конкурентною, виникає нагальна потреба у створенні, виборі та реалізації інноваційної конкурентної стратегії. На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні спостерігається зростання конкуренції серед підприємств цієї галузі. Посилення конкурентної боротьби призводить до збільшення кількості учасників ринку як на внутрішньому, так і на зовнішньому рівнях, а також до підвищення вимог споживачів. Це зумовлює необхідність для підприємств постійно вдосконалювати свій стратегічний потенціал, шукати ефективні шляхи його використання, створювати нові конкурентні переваги та обирати відповідні конкурентні стратегії.

Істотний внесок в розвиток теорії конкурентоспроможності підприємств зробили такі вітчизняні та закордонні науковці як Мельник П. І. [1], Ахметов Т. С. [2], Богацька Н., Христич С. [4], Резанов Е. О. [7], Левицька А. О. [20], Янковий О. Г. [37], Красняк О. П., Мицик В. О. [19], І. Дашко [9] й інші, у роботах яких досліджуються конкуренція, конкурентоспроможність, джерела конкурентних переваг підприємств, методи утримання останніх тощо. Вдосконалювали методологічні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств такі науковці, як Кваско А. В. [14], Швед Т. В., Біла І. С. [36], Дашко І. М. [9], Яцковий Д. В. [38], Саннікова С., Файзова С. [43], Краснокутська Н. С., Фоцій П. М. [18], Кадирус І. Г. [11].

Теоретичним і практичним питанням стратегічного управління діяльністю підприємства присвячено роботи відомих зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких: Н. Євтушенко, І. Кошелупов, Н.Краснокутська, Мізюк Б. М. [26], Лук'янченко А. К. [22], Рибалко-Рак Л., Кужель Н., Цюпа А. [32], Ігнатенко М. М., Мармуль Л. О., Романюк І. А. [10], Пащук Л., Свищук І. [27], Бойко В., Зарічний М. [5] та інші.

Мета роботи - розробити напрями вдосконалення інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання сфери послуг.

Для реалізації поставленої мети вирішено наступні завдання:

- Розкрито поняття конкурентоспроможності та фактори, що впливають на підвищення конкурентоспроможності підприємства сфери послуг;
- проаналізовано методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- досліджено особливості інноваційних стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства сфери послуг;
- наведено організаційну характеристику ресторації «Скриня»;
- здійснено оцінку конкурентоспроможності та інноваційних стратегій ресторації «Скриня»;
- виявлено основні перешкоди на шляху підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства сфери послуг;
- окреслено ключові рекомендації щодо вдосконалення інноваційної стратегії ресторації «Скриня» з метою підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання;
- виконано оцінку ефективності запропонованих заходів щодо вдосконалення інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства сфери послуг.

Об'єкт дослідження – процес формування інноваційних стратегій підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні і практичні засади дослідження та удосконалення інноваційних стратегій підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання сфери послуг на базі ресторації «Скриня» в м. Павлоград.

Методи дослідження. В роботі застосовано загальні та спеціальні наукові методи дослідження процесів та явищ у їх взаємозв'язку та розвитку. В ході аналізу теоретичних основ інноваційних стратегій підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання сфери послуг застосовано діалектичний метод у вигляді методу пізнання соціально-економічних процесів із врахуванням економічних явищ та процесів у їх загальному зв'язку та взаємозалежності. Під час різних етапів дослідження застосовувалися такі методи: індукція та дедукція із метою навести організаційну характеристику підприємства; здійснити оцінку конкурентоспроможності та інноваційних стратегій ресторації «Скриня»; методи аналізу, синтезу, порівняння – застосовувались для виявлення основних перешкод на шляху підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства сфери послуг; методи узагальнення, наукової абстракції, конкретизація допомогли окреслити ключові рекомендації щодо вдосконалення інноваційної стратегії ресторації «Скриня» з метою підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання; виконати оцінку ефективності запропонованих заходів.

Практична значущість результатів дослідження полягає в можливості їх застосування для вдосконалення інноваційних стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери послуг, зокрема ресторації «Скриня» в м. Павлоград.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками до них, загальних висновків, списку використаних джерел та літератури (45 найменувань, з них 7 іноземною

мовою). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи – 78 сторінок. Робота містить 7 таблиць і 9 рисунків.

ВИСНОВКИ

Отже, актуальність дослідження зумовлена зростаючою конкуренцією у сфері послуг, зокрема в ресторанному бізнесі, де підприємства постають перед викликами нестабільного економічного середовища, зміни споживчих уподобань та необхідності впровадження цифрових інструментів. За умов високої динаміки ринку, саме інноваційні стратегії виступають дієвим інструментом для підвищення конкурентоспроможності. Ресторация «Скрина», як об'єкт дослідження, є репрезентативним прикладом малого підприємства, яке прагне зберегти власну унікальність і водночас адаптуватися до сучасних вимог ринку. В результаті проведеного дослідження було досягнуто мету, яка була поставлена на початку роботи. Підтвердженням є відповіді на завдання:

1. Визначено, що конкурентоспроможність підприємства сфери послуг є багатограним поняттям, на яке впливають як внутрішні можливості, так і зовнішні ринкові умови. Внутрішні фактори, такі як якість послуг, навички персоналу, інновації та ефективність, мають вирішальне значення. Ззовні значну роль відіграють ринкові тенденції, економічні умови, технології та конкуренція. Щоб залишатися конкурентоспроможними, компанії сфери послуг повинні постійно оцінювати свої сильні та слабкі сторони, адаптуватися до мінливої динаміки ринку та впроваджувати інновації, щоб задовольнити і перевершити очікування клієнтів. Таким чином, вони можуть створити і підтримувати стійку конкурентну перевагу, що забезпечує довгостроковий успіх.

2. Проаналізовано, що оцінка конкурентоспроможності компанії сфери послуг – це багатограний процес, який виграє від використання різноманітних методів. Такі популярні методи як індексні, матричні та графічні, пропонують унікальне розуміння різних аспектів конкурентоспроможності підприємства. Індексні методи дають змогу отримати числове уявлення, матричні методи забезпечують стратегічне

позиціонування, а графічні методи наочно ілюструють складні дані. Інтегруючи ці підходи та забезпечуючи аналіз на основі даних, компанії сфери послуг можуть краще зрозуміти свою позицію на ринку, адаптуватися до змін та розробити стратегії, які посилять їхню довгострокову конкурентну перевагу. Для досягнення всебічної оцінки конкурентоспроможності компанії сфери послуг часто використовують комбінацію індексних, матричних та графічних методів.

3. Досліджено, що конкурентна стратегія представляє сукупність дій та підходів, які застосовує бізнес для отримання конкурентної переваги над конкурентами та досягнення найкращих результатів на ринку. Суть конкурентних стратегій полягає в розумінні та використанні сильних і слабких сторін компанії, можливостей і загроз по відношенню до її конкурентів. Інноваційні стратегії у сфері послуг мають важливе значення для підтримки та підвищення конкурентоспроможності. Зосереджуючись на клієнтоорієнтованих підходах, інтегруючи передові технології, просуваючи сталі практики та сприяючи розширенню можливостей працівників, сервісні компанії можуть адаптуватися до вимог сучасного ринку. Незважаючи на те, що виклики існують, ретельне планування, стратегічне партнерство та поетапний підхід до впровадження можуть допомогти компаніям подолати перешкоди та створити сильну, стійку конкурентну перевагу.

4. Дослідження проведено на матеріалах ресторану «Скрина», що знаходиться у місті Павлоград з'ясували, що заклад має лінійну організаційну структуру управління, що забезпечує чіткий розподіл обов'язків і контроль за виконанням функцій. Колектив ресторану складається з дванадцяти осіб, що дозволяє підтримувати ефективну взаємодію в процесі обслуговування клієнтів. Отримані дані створюють підґрунтя для подальшої оцінки рівня конкурентоспроможності та аналізу інноваційних стратегій розвитку ресторації «Скрина».

5. Оцінка конкурентоспроможності родинної ресторації «Скрина» показала, що цей заклад ефективно використовує низку стратегій,

спрямованих на зміцнення своєї позиції на ринку. Заклад використовує оборонну стратегію як основну, орієнтуючись на збереження своєї ринкової частки та зниження ризиків у нестабільному середовищі. Основними елементами інноваційної діяльності виступають: диференціація меню шляхом поєднання традиційних і сучасних страв; високий рівень клієнтського обслуговування; активне застосування цифрових каналів комунікації (зокрема соціальні мережі, онлайн-бронювання та замовлення); посилення бренду через локальну ідентичність і сталий розвиток; розвиток персоналу та підтримка енергоефективності. Така стратегічна модель дозволяє закладу адаптуватися до змін ринкового середовища, підвищувати лояльність клієнтів і забезпечувати стабільне зростання. Основні елементи інноваційної стратегії включають різноманітне меню, що поєднує традиційні та сучасні страви, підвищену увагу до клієнтського обслуговування, сильну ідентичність бренду, активне використання цифрових технологій і сталий розвиток. Завдяки впровадженню цих аспектів ресторація здобула високу популярність і позитивні відгуки серед відвідувачів. Аналіз конкурентного середовища продемонстрував, що «Скриня» займає позицію в сегменті «Дійні корови» за матрицею BCG, що вказує на стабільну частку ринку і високий темп зростання. Така позиція дозволяє підприємству отримувати стійкий прибуток без значних додаткових інвестицій, який може бути використаний для підтримки та розвитку інших напрямків діяльності. Збільшення обороту та позитивна динаміка зростання підтверджують, що стратегія конкурентоспроможності підприємства ефективно реалізується. Отже, ресторація «Скриня» ефективно застосовує власні конкурентні переваги та інноваційні стратегії для зміцнення позиції на ринку.

6. Окреслено, що родинна ресторація «Скриня» має багато сильних сторін, які можна використати для подолання цих перешкод і підвищення конкурентоспроможності. Вирішуючи проблему високих операційних витрат, розширюючи свою цифрову присутність, зменшуючи залежність від місцевого ринку, залишаючись інноваційним, розв'язуючи кадрові проблеми

та адаптуючись до мінливих споживчих тенденцій, ресторан «Скриня» може зміцнити свої позиції як провідного сімейного ресторану. Постійне вдосконалення в цих сферах не лише зміцнить її позиції на ринку, проте й створить базу лояльних клієнтів та забезпечить довгострокове зростання.

7. З огляду на позицію «Дійної корови» за матрицею БКГ та рекомендації оборонної стратегії за SPACE-аналізом, основним завданням «Скрині» є не лише збереження існуючих міцних позицій, але й їхнє активне зміцнення та трансформація для майбутнього зростання. Запропоновані інноваційні заходи є стратегічною відповіддю на виявлені слабкі сторони та зовнішні виклики, одночасно використовуючи наявні можливості.

Ключові висновки та розроблені напрями інновацій включають:

Переосмислення кулінарної пропозиції: Розширення меню за рахунок трендових позицій (веганські, безглютенові) та поглиблення концепції «від ферми до столу» з інтерактивними елементами дозволить не лише залучити нові групи споживачів, а й підсилити унікальний імідж ресторації. Це підвищить привабливість продукту та відповідатиме сучасним екологічним та дієтичним уподобанням.

Цифрова трансформація та розширення каналів комунікації: Інтенсивне використання цифрових інструментів – від оптимізації SMM та онлайн-бронювання до створення власного мобільного додатку та співпраці з інфлюенсерами – є критично важливим для підвищення впізнаваності бренду та залучення «технологічно підкованого» покоління клієнтів. Це дозволить «Скрині» не відставати від конкурентів, а й випереджати їх у цифровому просторі.

Акцент на персоналізований клієнтський досвід: Впровадження інноваційних систем зворотного зв'язку, розробка багатоступеневих програм лояльності та регулярне проведення унікальних тематичних заходів є фундаментальними для підвищення задоволеності клієнтів та формування міцної, лояльної спільноти. Позитивні емоції та персоналізований підхід стануть ключовим фактором повторних візитів.

Підвищення операційної ефективності та зниження витрат: Модернізація операційних процесів через автоматизацію (POS-системи, CRM, облік запасів), оптимізацію логістики постачання та впровадження «зелених» технологій (енергоефективність, біорозкладне пакування) забезпечать не лише економію ресурсів, але й підвищать загальну конкурентоспроможність за рахунок зниження собівартості послуг та покращення екологічного іміджу.

Диверсифікація доходів та розширення присутності: Активний розвиток кейтерингу, запуск кулінарних майстер-класів дозволять не тільки збільшити загальний обсяг виручки, а й створити нові джерела доходу, знижуючи ризики, пов'язані із сезонними коливаннями та залежністю від одного сегменту ринку.

Інвестиції в людський капітал: Розробка ефективних систем мотивації, регулярне навчання персоналу та культивування позитивної корпоративної культури є невід'ємною частиною інноваційної стратегії. Задоволений і кваліфікований персонал – це основа якісного сервісу та конкурентної переваги.

Фінансовий аналіз продемонстрував, що початкові інвестиції в запропоновані інноваційні заходи, які оцінюються від 246 000 до 953 000 гривень, є цілком виправданими. Прогнозований річний економічний ефект у діапазоні від 1 979 600 до 5 250 400 гривень свідчить про високу рентабельність цих вкладень. Розрахунковий термін окупності, що становить від 1,7 до 5,7 місяців, підкреслює високу ефективність та швидке повернення інвестицій.

Отже, впровадження представлених інноваційних стратегій не тільки дозволить родинній ресторації «Скриня» успішно протистояти викликам конкурентного середовища та адаптуватися до мінливих споживчих уподобань, а й забезпечить стале зростання, зміцнення іміджу та лідерських позицій на ринку Павлограда. Ці інновації є ключем до довгострокового успіху та процвітання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Ареф'єв С. О., Мельник П. І. Розвиток стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. (27 березня 2020 р., м. Київ).* Київ: КНУТД, 2020. С. 10-17.
2. Ахметов Т. С. Фактори конкурентоспроможності підприємства. *Міжнародний науково-дослідний журнал.* 2014. № 8–2 (27). С. 7–8.
3. Банкетний зал. Сайт «Скриня». 2024. URL: <https://skrinia.net.ua/uk/banket-zal.html> (дата звернення: 03.03.2025)
4. Богацька Н., Христич С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений.* 2019. №11 (75). С. 455-458. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-11-75-99> (дата звернення: 05.04.2025)
5. Бойко В., Зарічний М. Інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство.* 2023. №54. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-39> (дата звернення: 07.03.2025)
6. Волошин А. В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності. *Економіка: реалії часу.* 2023. №4 (68). С. 83-88. URL: <https://doi.org/10.15276/ETR.04.2023.9> (дата звернення: 09.04.2025)
7. 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> (дата звернення: 11.03.2025)
8. Грановська В.Г. Конкурентні стратегії розвитку аграрних підприємств у глобалізованому світі. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент».* 2016. Вип. 1. С. 84–90.

9. Дашко І. М. Конкурентоспроможність підприємства: загальні риси та відмінності. *Сталий розвиток економіки*. 2016. №1(30). С. 103-110. URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/445> (дата звернення: 01.04.2025)
10. Ігнатенко М. М. Мармуль Л. О. Романюк І. А. Розвиток конкурентних стратегій підприємств в умовах глобалізації ринків. *Економічний вісник університету. Економіка та управління*. 2023. Вип. №57. С. 45-51. URL: <https://economic-bulletin.com/index.php/journal/article/download/974/956> (дата звернення: 04.03.2025)
11. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. №5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104 (дата звернення: 06.04.2025)
12. Касьянова Н.В., Солоха Д.В., Морєва В.В., Морєва В.В., Белякова О.В., Балакай О.Б. Потенціал підприємства: формування та використання. 2-ге вид. перероб. та доп.: підручник. Київ: «Центр учбової літератури». 2013. 248 с.
13. Каталог закладів у місті Павлоград. *Tomato*. 2024. URL: <https://tomato.ua/ua/pavlograd> (дата звернення: 08.04.2025)
14. Кваско А. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки / Scientific papers*. 2017. №1 (54). С. 111-118.
15. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / за ред. І. А. Дмитрієв, І. М. Кирчата, О. М. Шершенюк. Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
16. Кошельок Г. В., Царьов О. С. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. *Вісник Одеського національного економічного університету*. 2017. № 6 с. 89-92.
17. Кравчук Б., Лазоренко Т. Фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль: ТНТУ, 2020. Том 6. №67. С. 167–174.

18. Краснокутська Н. С., Фоцій П. М. Класифікація конкурентних стратегій підприємства залежно від впливу на результативність. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Вип. 6 (17). С. 217-222. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Krasnokutska-N.S.-Foshhij-P.M..pdf> (дата звернення: 10.03.2025)

19. Красняк О. П., Мицик В. О. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах. *Ефективна економіка*. 2019. №11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_11_21 (дата звернення: 12.03.2025)

20. Левицька А. О. Дослідження еволюції визначення та трактування конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 3. Т. 3. С. 200-204.

21. Літвінов О. С., Куманова П. В. Інноваційна діяльність, як засіб підвищення конкурентоспроможності продукції суб'єктів підприємництва. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. Збірник наукових праць. 2021. №9-10 (286-287). С. 147-154. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2021/286-287/pdf/147-154.pdf> (дата звернення: 14.03.2025)

22. Лук'янченко А. К. Формування конкурентної стратегії підприємства. *Матеріали 78-ї студентської науково-технічної конференції «Тиждень студентської науки»*. Секція – економіка і управління у промисловості. 2023. С. 454-456.

23. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Львів: Видавництво ЛКА, 2016. 484 с. URL: http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/Docs/Konkurentospromozhnist_p-va_Lupak_Vasilciv.pdf (дата звернення: 01.04.2025)

24. Масюк Ю. В. Конкурентні стратегії: сутність та особливості формування на сільськогосподарському підприємстві. *Мукачівський*

державний університет. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 19 С. 506-510.
URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/77.pdf(дата звернення: 03.04.2025)

25. Меню. Сайт «Скриня». 2024. URL: <https://skrinya.net.ua/uk/menu.html>(дата звернення: 05.04.2025)

26. Мізюк Б.М. Стратегічне управління. Львів: Магнолія, 2017. 392 с.

27. Пащук Л., Свищук І. Вибір конкурентних стратегій на міжнародних ринках одягу. *Економіка та суспільство*. 2023. №53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-71>(дата звернення: 07.03.2025)

28. Потенціал підприємства: формування та використання: підручник / за ред. Н. В. Касьянкової. вид. 2-ге, перероб. та допов. Київ: ЦУЛ, 2014. 248 с.

29. Про нас. Сайт «Скриня». 2024. URL: <https://skrinya.net.ua/uk/pro-nas.html> (дата звернення: 09.04.2025)

30. Ресторан Скриня. Tomato. 2024. URL: <https://tomato.ua/ua/pavlograd/restaurants/skrynia> (дата звернення: 11.03.2025)

31. Ресторанія. Сайт «Скриня». 2024. URL: <https://skrinya.net.ua/uk/restoran.html> (дата звернення: 11.03.2025)

32. Рибалко-Рак Л., Кужель Н., Цюпа А. Сучасні інноваційні особливості формування конкурентної стратегії підприємства. *Стратегії глобальної конкурентоспроможності: соціально-економічні виміри: матеріали X міжнар. науково-практич. конфер. (23 берез. 2023 р.)* / упоряд.: Л. О. Петкова, Д. М. Паламарчук; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: Черкаський державний технологічний університет, 2023. С. 209-211.

33. Сита Є. М. Дослідження існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. №12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7522>(дата звернення: 01.04.2025).

34. Ступак І. О. Конкурентні стратегії як управлінська категорія. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Проблеми економіки та управління. 2010. № 684. С. 249–254.
35. ТОВ «Родинна ресторація «Скриня». *Youcontrol*. 2024. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/39912224/ (дата звернення: 02.04.2025)
36. Швед Т. В., Біла І. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство* : Електронне наукове фахове видання. 2017. Вип. 8. С. 405-410.
37. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
38. Яцковий Д. В. Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 4 (51). С. 183-188.
39. Abuzyarova M. I. Methodological approaches to ensure the competitiveness of organizations. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*. 2017. №11(2). P. 125-132.
40. Etim A. E., Igwe A. A., Al-Faryan M. A. S., Udoh B. E. Service system innovation and firm competitiveness in an emerging market: The role of corporate governance system. *Cogent Business & Management*. 2023. №10(2). URL: <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2220202> (дата звернення: 04.04.2025)
41. Hayes A. BarrierstoEntry: UnderstandingWhatLimitsCompetition. *Investopedia*. April 01, 2024. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/barrierstoentry.asp> (дата звернення: 06.03.2025)
42. InnovativeToolsandTechniquesforCompetitiveAnalysis. *Comparables.ai*. 2024. URL: <https://www.comparables.ai/articles/innovative-tools-and-techniques-for-competitive-analysis> (дата звернення: 08.04.2025)

43. Ivanova M., Varyanichenko O., Sannikova S., Faizova S. 2018. Assessment of the competitiveness of enterprises. *Economic Annals-XXI*. 2018. №173(9-10). С. 26-31. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V173-04> (дата звернення: 10.03.2025)
44. Market research and competitive analysis. SBA. September 3, 2024. URL: <https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/market-research-competitive-analysis> (дата звернення: 12.03.2025)
45. Thompson R. How to Improve Business Competitiveness? Top 6 Tips. *Invensis*. May 9, 2024. URL: <https://www.invensis.net/blog/how-to-improve-business-competitiveness> (дата звернення: 14.04.2025)