

EDN: XKWTPU
УДК 339.137.2

**DIRECTIONS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE
IN THE MODERN CONDITIONS OF DEVELOPMENT
OF THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC**

Svetlana M. Barantseva^{*}, Evgeniya V. Nikityuk, Elena D. Kuzmenko

Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky,
Donetsk, Donetsk People's Republic, Russian Federation

Received 28.05.2024, accepted 27.06.2024

Abstract. The article analyses the directions of increasing the competitiveness of confectionery companies on the basis of artificial intelligence and neural networks. The concept of "competitiveness" has been further developed on the basis of constellation and synthesis of available theoretical approaches to its interpretation.

The scientific and methodological approach to managing the competitiveness of confectionery manufacturers includes seven main stages: setting the goal, analysis of the competitive environment, choice of methods for assessing competitiveness, identification of competitive advantages, development of a strategic portfolio of the enterprise, formation of a programme of measures aimed at improving the competitiveness of the enterprise through the introduction of innovative solutions and risk assessment. The proposed scheme was used to analyse the competitiveness of enterprises, calculate the indicators of industry concentration and intensity of competition. This analysis enabled us to demonstrate the dialectical relationship between enterprise competitiveness and the economic development of the Donetsk People's Republic.

The article analyses the key areas contributing to the improvement of enterprises' positions in the market, including modernisation of production processes, development of innovations, improvement of product quality and marketing strategies. It also discusses the factors affecting the competitiveness of enterprises and puts forward proposals for their solution. As a result, conclusions are given about the need to develop and implement specific measures to improve the competitiveness of enterprises in the conditions of modern development of the Donetsk People's Republic.

Keywords: competition, competitiveness, competitive advantages, strategy, goal, efficiency, competitiveness assessment.

Citation: Barantseva, S. M., Nikityuk, E. V., Kuzmenko, E. D. (2024). Directions of increasing the competitiveness of the enterprise in the modern conditions of development of the Donetsk People's Republic. In: Trade, service, food industry. Vol. 4(4). Pp. 376–389. EDN: XKWTPU



**НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**Светлана Михайловна Баранцева^{*}, Евгения Викторовна Никитюк,
Елена Дмитриевна Кузьменко**

Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского, Донецк, ДНР, Российская Федерация

© Siberian Federal University. All rights reserved

^{*}Corresponding author E-mail address: barantseva.s@internet.ru

ORCID ID: 0000-0001-9110-091X (Barantseva)

Аннотация. Изучены направления роста конкурентоспособности предприятий кондитерской отрасли с использованием искусственного интеллекта и нейросетей. Предложен научно-методический подход к управлению конкурентоспособностью производителей кондитерских изделий, включающий семь основных этапов: постановка цели, анализ конкурентной среды, выбор методов оценки конкурентоспособности, выявление конкурентных преимуществ, разработка стратегического портфеля, формирование программы мероприятий, направленных на совершенствование конкурентоспособности предприятия через внедрение инновационных решений, и оценка рисков. По предложенной схеме проведен анализ конкурентоспособности предприятий, рассчитаны показатели отраслевой концентрации и интенсивности конкуренции. Это позволило обосновать диалектическую связь между конкурентоспособностью предприятия и экономическим развитием Донецкой Народной Республики. Проанализированы направления, способствующие улучшению позиций предприятий на рынке, включая модернизацию производственных процессов, развитие инноваций, улучшение качества продукции и маркетинговых стратегий. Показаны факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий, и выдвинуты предложения по решению проблем. Сделаны выводы о необходимости разработки и реализации конкретных мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятий в условиях современного состояния экономики региона.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, стратегия, цель, эффективность, оценка конкурентоспособности.

Цитирование: Баранцева, С. М. Направления повышения конкурентоспособности предприятия в современных условиях развития Донецкой Народной Республики / С. М. Баранцева, Е. В. Никитюк, Е. Д. Кузьменко // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2024. – № 4(4). – С. 376–389. – EDN: XKWTPU



Введение. Конкуренция выступает неотъемлемой частью рыночной среды и необходимым условием развития предпринимательской деятельности, так как именно от нее зависит положение предприятия на рынке, приверженность покупателей, желаемая прибыль и многое другое. При этом управление конкурентоспособностью предприятия должно осуществляться после предварительной оценки и разработки соответствующих рекомендаций. Как отмечает Д. С. Воронов: «Такая оценка, с одной стороны, является «барометром», отражающим актуальность оптимизации бизнес-процессов, а с другой – «компасом», который показывает в каком направлении выявлять сильные и слабые стороны предприятия. Постоянный мониторинг конкурентных позиций и осуществляемое на его основе поступательное усиление преимуществ и устранение недостатков – это и есть тот простой «секрет» повышения конкурентоспособности, который за большие деньги продают консалтинговые агентства своим клиентам» [1].

Изучение различных аспектов сущности конкурентоспособности предприятия и направлений ее повышения стало возможным благодаря публикациям Б. К. Азанова [2], Д. С. Воронова [1], В. А. Ежовой [3], О. В. Кузьменко [4], А. И. Сафиуллина [5], Е. Н. Смирнова [6], Н. П. Терешинной [7], Е. А. Хусаиновой и А. А. Фахрутдиновой [8], А. А. Шишлоновой [9] и др. Однако разработке научно-методического подхода к управлению конкурентоспособностью и поиску направлений ее повышения на основе искусственного интеллекта (ИИ) и нейросетей с учетом особенностей экономического развития ДНР достаточного внимания не уделялось.

Цель исследования – сформировать научно-методический подход к управлению конкурентоспособностью предприятий; определить направления повышения их конкурентоспособности на основе ИИ и нейросетей для производителей кондитерских изделий в Донецкой Народной Республике.

Материалы и методы. Для достижения цели применен комплекс методов обобщения и систематизации, с помощью которых велся поиск научной литературы. Анализ и синтез использованы в ходе изучения теоретических и методологических основ оценки конкурентоспособности предприятия, а также для интерпретации данных аналитических таблиц и рисунков. Вторую группу методов составили системно-структурные. С их помощью формировалась структура исследования, выстраивались таблицы и рисунки. В процессе системного анализа применялись экономико-статистические и экономико-математические методы.

Как отмечалось в ранее проведенном С. М. Баранцевой исследовании, «...общим признаком понятия «конкурентоспособность» является его сравнительный характер. Этимологически слово конкурентоспособность состоит из двух частей «конкурент», «конкуренция» и «способность», «способ». Отсюда дословное определение термина «конкурентоспособность» является производным от словосочетаний «способность конкурировать», «способность противостоять конкурентному давлению», «способность достигать больших выгод, преимуществ», «способность к соревнованию, к лидерству, к победе, к превосходству над конкурентами» [10].

Разные ученые выражают собственное видение и понимание того, что именно представляет собой конкурентоспособность. Определение конкурентоспособности предприятия является сложной задачей, так как она включает в себя множество аспектов и областей, которые нужно учитывать. Следует отметить, что в научной литературе [2–14] выделяют процессный и системный подходы к определению конкурентоспособности, причем некоторые авторы придерживаются широких и узких подходов внутри них (рис. 1).

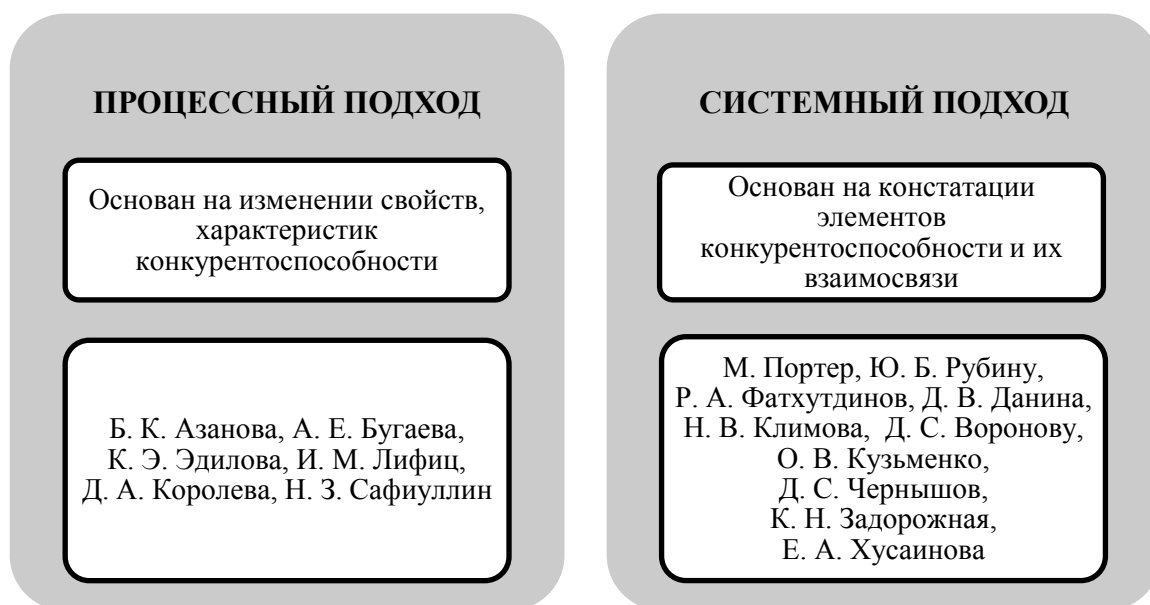


Рисунок 1. Подходы к определению конкурентоспособности (составлено авторами по источникам [2–5, 7, 8, 11–13])

Figure 1. Approaches to determining competitiveness (compiled by the authors from sources [2–5, 7, 8, 11–13])

Процессный подход уделяет внимание действиям, процессам и характеристикам, которые формируют конкурентное преимущество предприятия, тогда как системный сосредоточен на описании элементов конкурентоспособности и их взаимосвязи.

Полученные результаты. Процессный и системный подходы к определению конкурентоспособности предприятия дополняют друг друга, обогащая понимание данного понятия. Процессный подход акцентирует внимание на эффективности выполнения операций и процессов, а системный подчеркивает необходимость взаимодействия всех элементов предприятия и выстраивания гармоничной системы. Оба подхода важны для определения и анализа конкурентоспособности предприятия и позволяют разработать эффективные стратегии для ее повышения и укрепления на рынке.

Обобщив вышесказанное, можно сформулировать авторское определение: конкурентоспособность предприятия – это способность конкурировать успешно на рынке относительно других субъектов в конкретной отрасли, то есть предложить и поддерживать качественные продукты или услуги, обеспечивать высокий уровень производительности, эффективные процессы производства, стабильные финансовые показатели и эффективное управление ресурсами.

Мы разделяем позицию Д. С. Воронова [1] и считаем, что «управление конкурентоспособностью любого предприятия неразрывно связано с оценкой его конкурентного статуса», а это позволяет определить конкурентные преимущества, провести анализ и выявить пути повышения конкурентоспособности. Сам же процесс управления конкурентоспособностью предприятия обязательно должен включать в себя выработку уникальных стратегических решений.

Исходя из сущности конкурентоспособности, ее важнейших направлений и принципов формирования, на основе изучения различных источников [15–19] предложен научно-методический подход к управлению конкурентоспособностью. Он состоит из ряда этапов (рис. 2), последовательное выполнение которых и соблюдение принципа системности в принятии управленческих решений способствуют устойчивому росту конкурентоспособности предприятия.

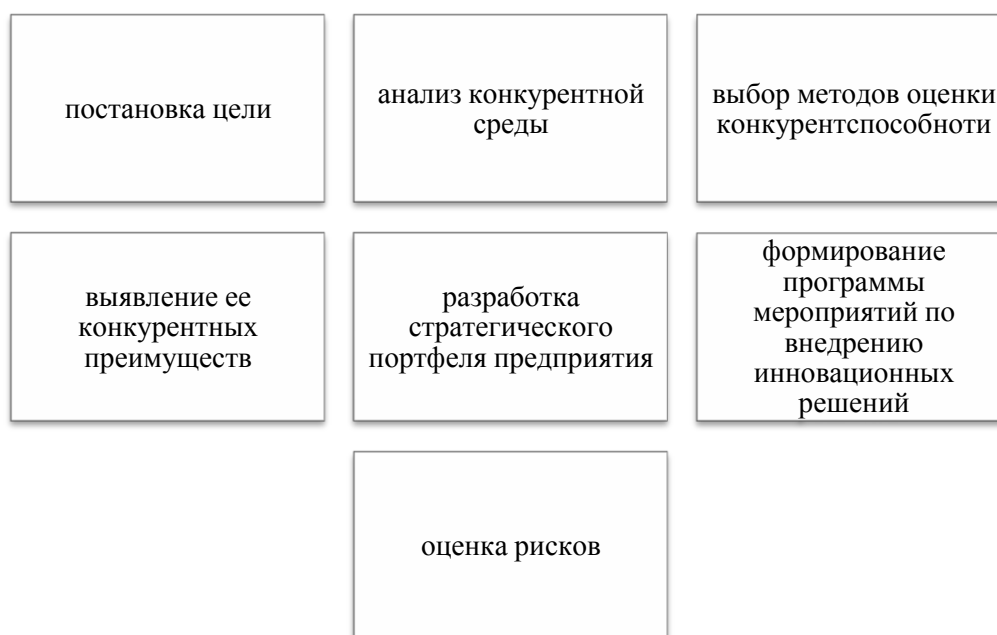


Рисунок 2. Схема научно-методического подхода к анализу конкурентоспособности
Figure 2. The scheme of the scientific and methodological approach to the analysis of competitiveness

Обсуждение. Апробация подхода была проведена в ООО «Лаконд» – производственном предприятии, которое производит кондитерскую продукцию с 1991 года и находится на территории ДНР.

Исследование структуры основной деятельности предприятия позволило обнаружить противоречие, которое заключается в следующем. С одной стороны, предприятие занимается разработкой новых товарных позиций, увеличивает долю в общем объеме товарного производства, расширяет географию сбыта продукции (наблюдается появление новых каналов поставок в Казахстан, Сирию и КНР). Однако это сопровождается низкими темпами модернизации производственного оборудования, компьютеризации и информатизации производственного процесса, что, безусловно, характеризуется как негативное явление с точки зрения обеспечения конкурентоспособности.

Кондитерская отрасль занимает одно из центральных мест в пищевой промышленности как РФ в целом, так и ДНР в частности, что связано с масштабом отрасли и ее важностью для экономики страны [20]. Для характеристики статического распределения рыночных долей между конкурентами рассчитаны показатели отраслевой концентрации и интенсивности конкуренции (индекс концентрации, индекс Херфиндала-Хиршмана, индекс рыночной власти, индекс Розенблюта) [6].

Республиканский рынок кондитерских изделий относится к олигополии (табл. 1), при которой отсутствуют существенные перестановки или прорывы конкурентов. Наблюдается тенденция к сокращению рынка и снижению рыночных долей предприятий, претендующих на лидерство в отрасли, что в будущем приведет к обострению напряженности в конкурентной среде.

Таблица 1. Показатели отраслевой концентрации и интенсивности конкуренции в отрасли производства кондитерских изделий в РФ
Table 1. Indicators of industry concentration and intensity of competition in the confectionery industry in the Russian Federation

Показатели	Ед. изм.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Индекс концентрации (для первой «четверки»)	%	69,00	69,93	69,90	70,83
Индекс концентрации (для первой «восьмерки»)	%	82,67	84,03	83,33	83,91
Индекс Херфиндала-Хиршмана	%	1771,43	1754,40	1772,97	1548,52
Индекс рыночной власти	коэф.	0,76	0,77	0,76	0,70
Индекс Розенблюта	коэф.	0,002	0,002	0,002	0,002

Основными конкурентами ООО «Лаконд» в Донецкой Народной Республике являются ДП «ТОР» и ОАО «Красный октябрь». Используя методический инструментарий, детально рассмотренный в работах [9, 21, 22], сформируем систему количественных оценочных показателей, которые распределим на стимуляторы и дестимуляторы (в зависимости от влияния на конкурентоспособность). Результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2. Расчет показателей конкурентоспособности предприятий-конкурентов
Table 2. Calculation of competitiveness indicators of competing enterprises

Показатели конкурентоспособности	Направление влияния (стимулятор, дестимулятор)	Ед. изм.	Предприятия-конкуренты		
			ДП «ТОР»	ООО «Лаконд»	ОАО «Красный октябрь»
1. Рентабельность продаж	+	%	7,87	9,15	4,31
2. Фондоотдача	+	коэф.	1,89	3,24	0,38
3. Ресурсоотдача совокупных ресурсов	+	коэф.	0,67	1,15	0,18
4. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	+	коэф.	2,26	1,96	2,76
5. Уровень фонда оплаты труда	-	%	5,05	6,76	0,27
6. Коэффициент общей ликвидности	+	коэф.	1,03	0,12	0,78
7. Коэффициент автономии	+	коэф.	0,47	-0,55	0,75
8. Производительность труда	+	тыс. руб.	84,13	98,15	130,93

Построив многоугольник конкурентоспособности (рис. 3), видим, что наблюдается снижение площади многоугольника ООО «Лаконд» и его форма меняется в сторону «дисгармонии векторов». Предприятию необходимо уделить достаточное внимание мероприятиям по усовершенствованию эффективности использования производственного и финансового потенциала.

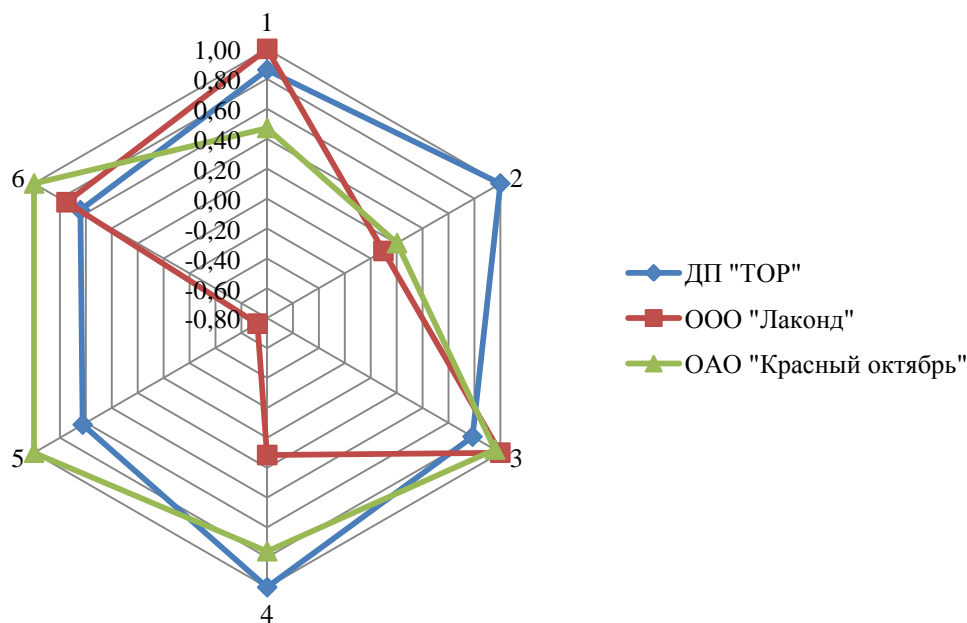


Рисунок 3. Многоугольник конкурентоспособности
Figure 3. The polygon of competitiveness

Проведенный анализ позволил сформировать стратегическую пирамиду ООО «Лаконд» по методике А. А. Томпсона и Дж. Стрикленда [23], которая базируется на стратегии роста, стратегии дифференциации и производственной стратегии преследования. Описание стратегий и рекомендуемых мероприятий представлено в табл. 3.

Таблица 3. Предлагаемый стратегический портфель ООО «Лаконд» по методике А. А. Томпсона и Дж. Стрикленда
Table 3. The proposed strategic portfolio of Lacond LLC according to the methodology of A. A. Thompson and J. Strickland

Метод	Описание	Мероприятия
Стратегия роста	ООО «Лаконд» будет стремиться к увеличению объема продаж и рыночной доли	Развитие новых рынков и сегментов, чтобы привлечь новых клиентов и расширить географию своих операций. Расширение ассортимента продукции или услуг, чтобы удовлетворить разнообразные потребности клиентов. Повышение производственных мощностей и инвестиции создание новых продуктов или улучшения существующих
Стратегия дифференциации	ООО «Лаконд» будет стремиться к созданию уникального имиджа и уникальных характеристик продукта или услуги, чтобы выделиться на рынке	Для отстройки от конкурентов внедрение инноваций в разработку новых продуктов или услуг, улучшение качества продукции или услуг. Разработка маркетинговых и рекламных стратегий для выделения уникальных характеристик предлагаемых продуктов или услуг
Производственная стратегия преследования	ООО «Лаконд» будет стремиться к достижению операционной эффективности и оптимизации своих производственных процессов	Внедрение современных технологий и автоматизации производства для улучшения процессов и повышения эффективности. Оптимизация цепи поставок и управление запасами для снижения издержек и повышения гибкости производства. Обучение и развитие персонала, чтобы повысить их профессиональные навыки и улучшить производительность

Вместе все обозначенные стратегии образуют итоговый стратегический портфель ООО «Лаконд», который позволяет предприятию достичь роста, дифференциации и повышения эффективности в своей отрасли.

Программа обновления стратегии организации рекламной деятельности в ООО «Лаконд» должна основываться на программно-целевом подходе. Основные тенденции повышения конкурентоспособности кондитерских предприятий в мире показаны на рис. 4 [24].



Рисунок 4. Основные тенденции повышения конкурентоспособности кондитерских предприятий в мире
Figure 4. The main trends in increasing the competitiveness of confectionery enterprises in the world

В качестве примеров по тенденциям повышения конкурентоспособности можно привести компанию Nestle, которая активно инвестирует в исследования и разработки новых продуктов, включая продукты для здорового питания и альтернативные веганские и безглютеновые варианты. Мировой кондитерский бренд Ferrero известен своими инновационными и высококачественными кондитерскими изделиями, такими как Nutella и FerreroRocher. Они активно используют IT-технологии для формирования опыта покупателей и проводят успешные маркетинговые кампании. Компания Mars также инвестирует в инновации и экологическую устойчивость. Они предлагают широкий ассортимент продуктов, включая шоколадные батончики, жевательные конфеты и печенье, а также активно используют социальные медиа для продвижения своей продукции и взаимодействия с клиентами.

Учитывая вышесказанное, следует отметить, что опыт ведущих компаний ценен в сфере внедрения инноваций, однако текущая геополитическая ситуация и сопряженные с ней ограничения в отношении российских производителей фактически блокирует внедрение новых технологий. В этом ключе следует обращаться к опыту дружественных стран, например Китая.

В 2022 году китайская компания Guangdong Zhongfa Biotechnology Co., Ltd. провела успешную реорганизацию производства кондитерских изделий и активно внедряет инновационные подходы. Например, там разработали различные виды шоколадных конфет, учитывая предпочтения китайских потребителей, делают акцент на экологически чистые и здоровые продукты, причем активно используют цифровые технологии и электронную коммерцию, чтобы соответствовать изменяющимся запросам, а также цифровые платформы и социальные сети для продвижения своих продуктов и взаимодействия с потребителями.

Информационные технологии действительно выступают необходимым ориентиром в развитии конкурентоспособности производителей кондитерских изделий. Основные свойства продуктов искусственного интеллекта (ИИ) и нейросети и их потенциальный эффект представлены в табл. 4 [25].

Таблица 4. Описание релевантных программных продуктов на основе ИИ и нейросетей, которые могут быть применены для развития конкурентоспособности предприятия

Table 4. Description of relevant software products based on AI and neural networks that can be used to develop the competitiveness of an enterprise

Название продукта	Описание	Потенциальный эффект
Demand Forecast AI система прогнозирования спроса на продукцию	Программа использует алгоритмы машинного обучения и нейронные сети для анализа и прогнозирования спроса на кондитерские изделия. Она анализирует данные о продажах, погоде, сезонности и других факторах, чтобы предсказать будущий спрос и оптимизировать производственные планы и запасы сырья	Может помочь улучшить планирование производства, снизить издержки и предложить более точный ассортимент продукции
Quality Control Net система автоматического контроля качества	Этот программный продукт использует нейронные сети и компьютерное зрение для автоматического контроля качества кондитерских изделий на производственной линии. Он может обнаруживать дефекты, такие как трещины, неравномерная глазурь или неправильная форма, и автоматически отбраковывать несоответствующие продукты	Помогает повысить качество продукции, снизить количество брака и повысить эффективность производства

Название продукта	Описание	Потенциальный эффект
Personalized Sweets AI система персонализации продуктов	Может учитывать предпочтения вкусов, аллергии, диетические ограничения и другие факторы, чтобы предложить индивидуальные продукты для каждого клиента	Помогает улучшить удовлетворенность клиентов, создать более привлекательные продукты и увеличить лояльность потребителей

Внедрение инновационных решений на кондитерском предприятии может потребовать определенных условий и предварительной подготовки [21]. Важно также помнить о соблюдении правовых и этических норм в использовании ИИ и нейросетей, включая защиту данных и конфиденциальность информации. В случае совершенствования конкурентоспособности предприятия программно-целевой подход должен включать определение конкретных целей обновления стратегии, формирование структуры, создание рекомендуемых этапов реализации и оценку рисков.

Для обновления стратегии повышения конкурентоспособности ООО «Лаконд» предложен паспорт обновления стратегии (табл. 5), определена последовательность и этапы реализации, оценены риски (табл. 6).

Таблица 5. Паспорт программы обновления стратегии развития конкурентоспособности на ООО «Лаконд»

Table 5. Passport of the program for updating the competitiveness development strategy at Lacond LLC

Элементы	Характеристика
Название	Программа обновления стратегии развития конкурентоспособности на ООО «Лаконд»
Руководитель	Генеральный директор ООО «Лаконд»
Цель	Обновление и модернизация стратегии конкурентоспособности
Задачи	– создание управления информационными технологиями и инновациями; – интеграция в стратегию предприятия продуктов, основанных на искусственном интеллекте; – информирование работников о возможностях применения искусственного интеллекта в производственной работе
Срок реализации	01.01.2025 – 31.12.2025 гг. (1 год)
Основные направления	– правовое обеспечение (разработка правовых актов, регламентирующих основные направления развития); – информационное обеспечение (презентационная деятельность, связи с общественностью); – научно-практическое обеспечение (проведение анализа передовых научных разработок, методик рекламной деятельности по интеграции искусственного интеллекта, обучение персонала)
Исполнители	Рабочая группа, сформированная из состава должностных лиц ООО «Лаконд»
Ожидаемые результаты	– увеличение конкурентных позиций на рынке производителей кондитерских изделий; – повышение престижа ООО «Лаконд» как работодателя, поставщика услуг, делового партнера

Планируемая программа рассчитана на один год, ее концепция – задать организационно-техническую основу обновления стратегии развития конкурентоспособности в ООО «Лаконд», которая в будущем (по мере функционирования) может быть отредактирована. Это обусловлено тем, что внешняя и

внутренняя среда стремительно меняются, поэтому однозначно говорить о единстве предлагаемых мероприятий невозможно, их следует дополнять и редактировать.

Далее необходимо проанализировать риски предлагаемой программы, вероятность и приоритет их возникновения, чтобы выделить достаточное количество времени и ресурсов для выполнения операций по управлению рисками, повысить вероятность успешного достижения результатов проекта. Риски реализации программы представлены в табл. 6.

Таблица 6. Риски программы обновления стратегии развития конкурентоспособности ООО «Лаконд»

Table 6. Risks of the program for updating the competitiveness development strategy of Lacond LLC

Наименование риска	Вероятность	Приоритет	Мероприятия по предупреждению риска / реализации возможностей
Риск обеспечения финансирования проекта не в полном объеме	Высокий	Высокий	Сбалансированное распределение финансовых средств
Риск возникновения сбоев при реализации проекта в результате низкой эффективности деятельности, в том числе ошибок исполнителей, совершенных правонарушений, неготовности инфраструктуры к решению задач, поставленных перед рабочей группой проекта	Вероятный	Средний	1. Ужесточение требований к отбору в рабочую группу проекта. 2. Привлечение внешних консультантов
Риск несвоевременного принятия отдельных мер реагирования в сфере реализации рекомендуемого проекта	Вероятный	Средний	1. Систематический контроль и мониторинг поэтапного процесса реализации проекта. 2. Ведение отчетности
Экономические риски, которые подразумевают влияние возможной нестабильной экономической ситуации в государстве	Вероятный	Высокий	Формирование эффективного и быстро реагирующего на изменяющиеся условия управления

Представленные в таблице данные свидетельствуют о наличии ряда рисков в реализации программы. Важно отметить, что существующие в настоящее время технологические решения – зарубежного производства. Аналогичной разработки, созданной силами российских разработчиков, в настоящее время нет, потому при интеграции технологии могут возникнуть проблемы в сфере информационной безопасности. В качестве компромиссного решения предлагаем установить особый экспериментальный режим функционирования нейросети, ограничив доступ к информации стратегической важности. Нейросеть может просто работать с социальными сетями на начальном этапе.

Так, в целях обновления стратегии развития конкурентоспособности на ООО «Лаконд» предложена программа мероприятий, призванная задать организационно-техническую основу совершенствования рассматриваемого процесса. Для ее реализации на предприятии следует ввести отдел управления информационными технологиями и инновациями.

Выводы и дискуссионные вопросы. Вопросы, связанные с поиском направлений повышения конкурентоспособности предприятий кондитерской отрасли Донецкой Народной Республики актуальны и требуют учета современных тенденции повышения конкурентоспособности кондитерских предприятий в мире. Основными направлениями повышения конкурентоспособности и, как следствие, снижения издержек производства, оптимизации ассортимента являются цифровизация и автоматизация, смещение внимания на экологичность и безвредность производства кондитерских изделий. Не следует забывать и об использовании технологических решений, основанных на применении искусственного интеллекта и нейросетей.

Однако при внедрении этих мероприятий важно учитывать, что отсутствие государственной поддержки предприятий, сложный доступ к кредитным ресурсам и нестабильность политической ситуации могут затруднять их реализацию.

Библиографический список

1. Воронов, Д. С. Динамическая концепция управления конкурентоспособностью предприятия: монография [Текст] / Д. С. Воронов. – Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. – 316 с.
2. Азанов, Б. К. Понятие и сущность конкурентоспособности организаций [Текст] / Б. К. Азанов, А. Е. Бугаев, К. Э. Эдилов // Актуальные проблемы естественных и технических наук: сборник статей межвузовской научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 25 июня 2021 года. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2021. – С. 51–58. – EDN DQGLQW.
3. Ежова, В. А. Методы оценки и прогнозирования конкурентоспособности предприятий [Текст] / В. А. Ежова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. – 38 с.
4. Кузьменко, О. В. Конкурентный анализ как элемент стратегического управления [Текст] / О. В. Кузьменко, Д. С. Чернышов, К. Н. Задорожная // МНИЖ. – 2019. – № 11-1(89). – С. 170–175.
5. Сафиуллин, Н. З. Управление конкурентоспособностью предприятий: монография [Текст] / Н. З. Сафиуллин, Л. Н. Сафиуллин. – Казань : Издательство Казанского университета, 2008. – 189 с.
6. Смирнов, Е. Н. Анализ особенностей конкуренции в отрасли производства кондитерской продукции [Текст] / Е. Н. Смирнов, А. А. Капустина // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2017. – № 6. – С. 55–60. – EDN YHMTGL.
7. Терешина, Н. П. Конкурентоспособность продукции и организации [Текст] / Н. П. Терешина, И. А. Рахмянова. – Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2017. – 129 с.
8. Хусаинова, Е. А. Конкурентоспособность предприятия [Текст] / Е. А. Хусаинова, А. А. Фахрутдинова // Научный журнал. – 2019. – № 4(38). – С. 21–22.
9. Шишлонова, А. А. Конкурентоспособность предприятия: принципы и методы оценки [Текст] / А. А. Шишлонова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 1-2. – С. 99–104.
10. Волотовская, А. О. Современные подходы к определению дефиниции конкурентоспособности [Текст] / А. О. Волотовская, С. М. Баранцева // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. – 2023. – Т. 13, № 1(41). – С. 5–10. – EDN DHWCHG.
11. Королев, Д. А. Теоретические подходы к исследованию конкурентоспособности организации [Текст] / Д. А. Королев // Алтайский вестник Финансового университета. – 2019. – № 4. – С. 147–152.

12. Данина, Д. В. Конкурентоспособность предприятия: сущность и методы оценки [Текст] / Д. В. Данина, Н. В. Климова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 11-2. – С. 71–73.

13. Чернышева, О. Г. Экономическая конкурентоспособность организации [Электронный ресурс] / О. Г. Чернышева, Л. А. Семина, А. В. Рукович // МНИЖ. – 2023. – № 1(127). – URL: <https://research-journal.org/archive/1-127-2023-january> (дата обращения: 16.05.2024).

14. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – Москва : Маркетинг, 2002. – С. 217–220.

15. Половникова, Н. А. Конкурентоспособность предприятия: сущность и оценка [Текст] / Н. А. Половникова, М. С. Блохин // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 5-3(99). – С. 23–26. – EDN DZIAOA.

16. Смирнов, Е. Н. Сравнительный анализ особенностей развития конкуренции в кондитерской отрасли России и Украины / Е. Н. Смирнов, А. А. Капустина // Конкурентоспособность субъектов хозяйствования в условиях новых вызовов внешней среды: проблемы и пути их решения: сборник материалов XX Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 17 апреля 2017 года. – Екатеринбург: Уральский государственный горный университет, 2017. – С. 314–321. – EDN ZEWZDZ.

17. Решетов, В. В. Методические подходы к анализу конкурентных преимуществ предприятия в рыночной среде [Текст] / В. В. Решетов // Экономический анализ: теория и практика. – 2005. – № 15(48). – С. 27–37. – EDN NYHRSV.

18. Даниленко, М. И. Оценка конкурентоспособности предприятия [Текст] / М. И. Даниленко // Вестник Академии знаний. – 2020. – № 4(39). – С. 152–162.

19. Дымова, И. А. Использование положительного опыта деятельности европейских кондитерских для повышения конкурентоспособности предприятий России [Текст] / И. А. Дымова, Н. В. Устенко // Социально-гуманитарные инновации: стратегии фундаментальных и прикладных научных исследований: материалы Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием), Оренбург, 20–21 мая 2021 года. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2021. – С. 781–786. – EDN DIYAQM.

20. Агаркова, В. А. Возможность применения зарубежного опыта для развития кондитерской промышленности донецкого региона [Текст] / В. А. Агаркова // Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» – 2020. – Т. 3, № 12. – С. 6–10. – EDN EXHTEV.

21. Никитюк, Е. В. Стратегические ориентиры повышения конкурентоспособности ООО «Лаконд» в современных условиях развития Донецкой Народной Республики [Текст] / Е. В. Никитюк, С. М. Баранцева // Экономика и управление: взгляд молодых исследователей: материалы Республиканской студенческой научно-практической конференции, 28 марта 2024 года, Донецк. – 2024. – С. 95–97.

22. Савенкова, И. В. Методический подход к комплексной оценке конкурентных преимуществ рыночного субъекта в условиях действующего механизма конкуренции [Текст] / И. В. Савенкова // Известия Сочинского государственного университета. – 2012. – № 3(21) – С. 31. – EDN PVEYCD.

23. Карпов, А. Стратегический анализ: официальный сайт консалтинговой Компании РиК [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rik-company.ru> (дата обращения: 16.05.2024).

24. Исследование отдельных подходов к оценке конкурентоспособности предприятия [Текст] / С. О. Медведев, М. О. Позднякова, М. А. Зырянов, Ю. А. Безруких // Московский экономический журнал. – 2023. – №1. – С. 268–281.

25. Афоничкина, Е. А. Анализ и оценка конкурентных преимуществ предприятия [Текст] / Е. А. Афоничкина, Н. П. Бахарев, А. Лихацкая // Вестник ВУиТ. – 2009. – № 17. – С. 120–128.

References

1. Voronov, D. S. (2019). Dynamic concept of enterprise competitiveness management: monograph. Saratov: AI Pi Ar Media, 316.

2. Azanov, B. K., Bugaev, A. E., Edilov, K. E. (2021). The concept and essence of competitiveness of organizations. Actual problems of natural and technical sciences: collection of articles of the interuniversity scientific and practical conference, St. Petersburg, June 25, 2021. St. Petersburg: Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, 51–58.

3. Yezhova, V. A. (2020). Methods of assessing and forecasting the competitiveness of enterprises. St. Petersburg: St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, 38.

4. Kuzmenko, O. V., Chernyshov, D. S., Zadorozhnaya, K. N. (2019). Competitive analysis as an element of strategic management. MNIZH, 11-1(89), 170–175.

5. Safiullin, N. Z., Safiullin, L. N. (2008). Management of competitiveness of enterprises: monograph. Kazan: Kazan University Press, 189.

6. Smirnov, E. N., Kapustina, A. A. (2017). Analysis of the features of competition in the confectionery industry. The strategy of the enterprise in the context of increasing its competitiveness, 6. 55–60.

7. Tereshina, N. P., Rakhimyanova, I. A. (2017). Competitiveness of products and organizations. Moscow: Russian University of Transport, 129.

8. Khusainova, E. A., Fakhrutdinova, A. A. (2019). Competitiveness of the enterprise. Scientific Journal, 4(38), 21–22.

9. Shishlonova, A. A. (2022). Competitiveness of the enterprise: principles and methods of assessment. Economics and Business: theory and practice, 1-2, 99–104.

10. Volotovskaya, A. O., Barantseva, S. M. (2023). Modern approaches to defining the definition of competitiveness. Bulletin of the Plekhanov Russian University of Economics. Introduction. The path to science, Vol. 13, No. 1(41), 5–10.

11. Korolev, D. A. (2019). Theoretical approaches to the study of the competitiveness of an organization. Altai Bulletin of the Financial University, 4, 147–152.

12. Danina, D. V., Klimova, N. V. (2021). Competitiveness of an enterprise: the essence and methods of assessment. Economics and Business: theory and practice, 11-2, 71–73.

13. Chernysheva, O. G., Semina, L. A., Rukovich, A. V. (2023). Economic competitiveness of the organization. MNIZH, 1(127). [Electronic source] URL: <https://research-journal.org/archive/1-127-2023-january> (Date of access: 16.05.2024).

14. Fatkhutdinov, R. A. (2002). Competitiveness of an organization in a crisis: economics, marketing, management. Moscow: Marketing, 217–220.

15. Polovnikova, N. A., Blokhin, M. S. (2023). Competitiveness of the enterprise: the essence and assessment. Economics and Business: theory and practice, 5-3(99), 23–26.

16. Smirnov, E. N., Kapustina, A. A. (2017). Comparative analysis of the peculiarities of competition development in the confectionery industry of Russia and Ukraine. Competitiveness of business entities in the context of new challenges of the external environment: problems and ways to solve them: collection of materials of the XX

International Scientific and practical conference, Yekaterinburg, April 17, 2017. Yekaterinburg: Ural State Mining University, 314–321.

17. Reshetov, V. V. (2005). Methodological approaches to the analysis of competitive advantages of an enterprise in a market environment. *Economic analysis: theory and practice*, 15(48), 27–37.

18. Danilenko, M. I. (2020). Assessment of the competitiveness of the enterprise. *Bulletin of the Academy of Knowledge*, 4(39), 152–162.

19. Dymova, I. A., Ustenko, N. V. (2021). Using the positive experience of European confectionery to increase the competitiveness of Russian enterprises. *Socio-humanitarian innovations: strategies of fundamental and applied scientific research: materials of the All-Russian Scientific and Practical conference (with international participation)*, Orenburg, May 20–21, 2021. Orenburg: Orenburg State University, 781–786.

20. Agarkova, V. A. (2020). The possibility of applying foreign experience for the development of the confectionery industry in the Donetsk region. *Bulletin of the Student Scientific Society of the State Educational Institution of Higher Education “Donetsk National University”*, Vol. 3, No. 12, 6–10.

21. Nikityuk, E. V., Barantseva S. M. (2024). Strategic guidelines for increasing the competitiveness of Lacond LLC in modern conditions of development of the Donetsk People's Republic. *Economics and Management: the view of young researchers: materials of the Republican Student Scientific and Practical Conference*, March 28, 2024, Donetsk, 95–97.

22. Savenkova, I. V. (2012). Methodological approach to a comprehensive assessment of the competitive advantages of a market entity in the conditions of the current competition mechanism. *Proceedings of the Sochi State University*, 3(21), 31.

23. Karpov, A. Strategic analysis: the official website of the consulting Company RiK. [Electronic source] URL: <https://www.rik-company.ru> (Date of access: 16.05.2024).

24. Medvedev, S. O., Pozdnyakova, M. O., Zyryanov, M. A., Bezrukikh, Yu. A. (2023). Research of individual approaches to assessing the competitiveness of an enterprise. *Moscow Economic Journal*, 1, 268–281.

25. Afonichkina, E. A., Bakharev, N. P., Likhatskaya, A. (2009). Analysis and evaluation of competitive advantages of an enterprise. *Vestnik VUiT*, 17, 120–128.