

УДК 338.3(045)

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ**

**Новікова Крістіна Володимирівна**, аспірант, Державний університет інфраструктури та технологій, м. Київ, e-mail: kristi10071984@gmail.com, тел.: +380506750668

**Kristina Novikova**, Graduate, State University of Infrastructure and Technology, e-mail: kristi10071984@gmail.com, tel: +380506750668

***K. Novikova. Competitiveness of the enterprise: essence and content.***

*The article determines that the theoretical basis of competitiveness is competition, which, given the multifaceted nature of manifestations, is determined by the diversity of approaches to its characteristics. "Competition" is a term used in a number of values. A lot of different models have been developed, each of which was substantiated by one or another "label" of competition and characterizes its separate aspects. It is noted that the realization of the main task of competition - the conquest of the market, it is possible under the condition of competent competitive policy on the basis of mobilization of the main competitive advantages, which are one of the most important components of competition. It is explored and determined, on the basis of already existing definitions of "competitive advantage" that this category should correspond to the following characteristics: firstly, the competitive advantage of an enterprise can not be identified with the factors of competitiveness; and secondly, the competitive advantage is the level of effective use of all available resources at the disposal of the company, which creates for the firm a certain advantage over its direct competitors; thirdly, the competitive advantages must enable the company to adapt to the ever changing conditions of the external and internal environment; fourthly, the competitive advantage is a complex hierarchical system that integrates values that have become the source of gaining benefits at all levels and directions of enterprise activity; fifth, the competitive advantage is the magnitude of the comparative, and therefore relative, rather than absolute, because it can only be assessed by comparing the characteristics that affect the economic result of the enterprise. It was found that a clear definition of the competitive advantages of an enterprise in its operation in any competitive environment is the basis and the main criterion for the formation of competitiveness, because the competitiveness of the enterprise is a complex economic category, which should reflect the actual availability of competitive advantages and strategic directions of their use under the influence of factors the external environment and taking into account the factors of the internal environment and all this is a set of interrelated elements in general management system competitiveness of the enterprise.*

***Новікова К. В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та зміст.***

*В статті визначено, що теоретичною основою конкурентоспроможності є конкуренція, яка за умови багатогранності проявів визначається різноманітністю підходів до її характеристики. «Конкуренція» є терміном, що використовується в численній кількості значень. Розроблено безліч різноманітних моделей, кожна із яких була обґрунтована тією чи іншою «етикеткою» конкуренції і характеризує окремі її аспекти. Зазначено, що реалізація основного завдання конкуренції – завоювання ринку, можлива за умови грамотної конкурентної політики на базі мобілізації основних конкурентних переваг, які є одними з найбільш важливих складових конкуренції. Досліджено та визначено, на основі вже існуючих визначень «конкурентна перевага», що дана категорія повинна відповідати наступним характеристикам: по-перше, конкурентну перевагу підприємства не можна ототожнювати з факторами конкурентоспроможності; по-друге, конкурентна перевага – це рівень ефективного використання наявних у розпорядженні підприємства всіх видів ресурсів який створює для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами; по-третє, конкурентні переваги повинні надавати можливість підприємства адаптуватися до постійно мінливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища; по-четверте, конкурентна перевага - це складна ієрархічна система, яка інтегрує цінності, що стали джерелом отримання переваги за усіма рівнями та напрямми діяльності підприємств; по-п'яте, конкурентна перевага є величиною порівняльною, а отже, відносною, а не абсолютною, тому що вона може бути оцінена тільки шляхом порівняння характеристик, які впливають на економічний результат діяльності підприємства. Було встановлено, що чітке окреслення конкурентних переваг підприємства при його функціонуванні в будь-якому конкурентному середовищі є базисом та головним критерієм щодо формування конкурентоспроможності, адже конкурентоспроможність підприємства є складною економічною категорією, яке має відображати фактичну наявність конкурентних переваг та стратегічні напрями їх використання під впливом факторів зовнішнього середовища та з*

урахуванням факторів внутрішнього середовища і все це є сукупністю взаємопов'язаних елементів загальної системи управління конкурентоспроможність підприємства.

**Новикова К. В. Конкурентоспособность предприятий: сущность и содержание.**

*В статье определено, что теоретической основой конкурентоспособности является конкуренция, которая, при многогранности проявлений определяется разнообразием подходов к ее характеристике. «Конкуренция» является термином, который используется в многочисленных значениях. Разработано множество различных моделей, каждая из которых была обоснована в соответствии с той или иной «этикеткой» конкуренции и характеризует ее отдельные аспекты. Отмечено, что реализация основной задачи конкуренции - завоевание рынка, возможна при условии грамотной конкурентной политики на базе мобилизации основных конкурентных преимуществ, которые являются одними из наиболее важных составляющих конкуренции. Исследовано и определено, на основе уже существующих определений «конкурентное преимущество», что данная категория должна соответствовать следующим характеристикам: во-первых, конкурентное преимущество предприятия нельзя отождествлять с факторами конкурентоспособности; во-вторых, конкурентное преимущество - это уровень эффективного использования имеющихся в распоряжении предприятия всех видов ресурсов; в-третьих, конкурентные преимущества должны предоставлять возможность предприятия адаптироваться к постоянно меняющимся условиям внешней и внутренней среды; в-четвертых, конкурентное преимущество - это сложная иерархическая система; в-пятых, конкурентное преимущество является величиной сравнительной, а следовательно, относительной, а не абсолютной, так как она может быть оценена только путем сравнения характеристик, влияющих на экономический результат деятельности предприятия. Было установлено, что четкое определение конкурентных преимуществ предприятия при его функционировании в любой конкурентной среде является базисом и главным критерием по формированию конкурентоспособности, ведь конкурентоспособность предприятия является сложной экономической категорией, которая должна отражать фактическое наличие конкурентных преимуществ и стратегические направления их использования под влиянием факторов внешней среды и с учетом факторов внутренней среды, и все это - совокупность взаимосвязанных элементов общей системы управления конкурентоспособностью предприятия.*

**Постановка проблеми.** В розвиненому економічному просторі будь-яка сфера діяльності в пов'язана з явищами конкуренції і конкурентних переваг об'єктів. Конкуренція як зовнішній вплив на об'єкт істотно зумовлює зміну траєкторії природного руху системи для досягнення певної мети та формує підґрунтя для формування конкурентоспроможності як країни в цілому, так і кожного окремого суб'єкта господарської діяльності – зокрема.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сутність конкурентної боротьби, розвиток конкуренції та умови формування конкурентоспроможності підприємства розглядали в своїх роботах відомі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: М. Портера [1], А. Сміта [2], Р. Фатхутдінова [3], І. Драгана [4], Я. Жаліла [5] та інших. Проте, незважаючи на істотну кількість праць з окресленої проблематики, питання щодо нарощування теоретичного базису змісту конкурентоспроможності не втрачає своєї актуальності та потребує нових підходів щодо вирішення зазначених питань.

**Мета статті.** Метою статті є систематизація та узагальнення теоретичних підходів щодо сутності конкурентоспроможності.

**Результати дослідження.** Сучасне розуміння поняття «конкуренція» є багатограним. Так, на думку А. Сміта, конкуренція є об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, дія якого є для товаровиробників зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, збільшення масштабів виробництва, прискорення науково-технічного прогресу, впровадження нових форм організації виробництва, форм і систем заробітної плати тощо. Дія багатьох економічних законів відбувається у формі примусових сил конкурентної боротьби, в результаті чого конкуренція виступає важливою рушійною силою розвитку економічної системи, складовою частиною господарського механізму [2].

Багатогранність проявів конкуренції визначається різноманітністю підходів до її характеристики. «Конкуренція», як стверджує багато авторів, є терміном, що

використовується в численній кількості значень. Розроблено безліч різноманітних моделей, кожна із яких була обґрунтована тією чи іншою «етикеткою» конкуренції.

На думку автора, поняття «конкуренція» повинно відображати реалізацію усіх дій, пов'язаних з досяганням оптимальної оцінки отриманих результатів, саме: «Конкуренція – це ситуація, за якої суперництво старого з новим є прагненням, як найкраще задовольнити критерії доступу до рідких благ з метою одержання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами».

Слід зазначити, що основним завданням і головною функцією конкуренції є завоювання ринку, в боротьбі за споживача перемога своїх конкурентів, забезпечення одержання сталого прибутку. Реалізація окреслених завдань можлива за умови грамотної конкурентної політики на базі мобілізації основних конкурентних переваг, які є одними з найбільш важливих складових конкуренції.

З точки зору Ю. С. Романенкової, конкурентну перевагу необхідно розглядати з позиції споживача як особливість, яка дає їм суттєву вигоду чи благо, і схиляються до думки, що в основі конкурентної переваги повинна бути споживча цінність, але в сучасній літературі немає чіткого визначення сутності даного поняття [6].

На думку М. Портера, «конкурентні переваги» – ключовий фактор успіху, характерні для певного підприємства (галузі) чинників, що дають йому переваги над конкурентами (іншими галузями), наприклад, у боротьбі за інвестиції за рахунок більшої прибутковості або швидкості обороту капіталу тощо [1]. З теорії конкурентних переваг, розробленої М. Портером, впливає ряд принципів положень, важливішими з котрих є наступні: 1) конкурентоспроможність характеризується ефективністю використання ресурсів, що перебувають у розпорядженні фірми, і може бути виміряна показником рентабельності виробництва; 2) показник конкурентоздатності може визначатися лише відносно інших підприємств-конкурентів; 3) існує два головних шляхи підвищення конкурентоспроможності фірми – зниження собівартості продукції (зростання прибутків, рентабельності виробництва, ріст частки ринку) і диференціація товарів (пошук нових, незайманих ніш на ринках збуту).

Беручи до уваги вже існуючі визначення «конкурентна перевага», відзначимо, що дана категорія повинна, на думку автора, відбивати наступні позиції:

по-перше, конкуренту перевагу підприємства не можна ототожнювати з факторами конкурентоспроможності, адже конкурентна перевага – це результативна величина комплексних зусиль щодо окреслення та реалізації стратегічних напрямів діяльності фірми, організації чи підприємства в їх конкурентному середовищі під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів конкурентоспроможності;

по-друге, конкурентна перевага – це рівень ефективного використання наявних у розпорядженні підприємства всіх видів ресурсів, який створює для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами;

по-третє, конкурентні переваги повинні надавати можливість підприємствам адаптуватися до постійно мінливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища;

по-четверте, конкурентна перевага - це складна ієрархічна система, яка інтегрує цінності, що стали джерелом отримання переваги за усіма рівнями та напрями діяльності підприємств;

по-п'яте, конкурентна перевага є величиною порівняльною, а отже, відносною, а не абсолютною, тому що вона може бути оцінена тільки шляхом порівняння характеристик, які впливають на економічний результат діяльності підприємства.

Отже, базисом конкурентних переваг є їх комплексність і цільова орієнтація, інтеграція всіх функціональних підсистем в цілісну систему, яка забезпечує єдиний процес розширеного відтворення стійких конкурентних переваг, що володіють синергетичним ефектом, яка забезпечує та багаторазово підсилює конкурентоспроможність підприємства або організації.

Не можна не погодитися з думкою Г. Л. Азоева, що конкурентоспроможність – одне з основних понять, яке активно використовують у теорії та практиці економічного аналізу, багатоаспектне поняття, що в перекладі з латинської мови означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів [7].

Так, у морфологічному сенсі конкурентоспроможність є здатністю об'єкта витримувати боротьбу за досягнення найвищих вигід, переваг. У науковій літературі конкурентоспроможність, частіше за все, трактується як здатність об'єктів управління випереджати суперників у конкурентній боротьбі задля поставлених економічних цілей. Подальша конкретизація суті конкурентоспроможності має безліч варіантів, що ґрунтуються на різному розумінні теоретико-методологічних засад визначення конкуренції, складу конкурентів, меж конкурентного ринку, часових параметрів прояву конкурентних переваг, стратегічних і поточних форматів цілей орієнтації суб'єктів ринку.

Конкурентоспроможність характеризує ступінь відповідності окремого класу об'єктів певним ринковим потребам: пропозиція (товар) – попиту, підприємство – можливості забезпечити конкурентні переваги, держава – економічній та соціальній моделі. Взаємозв'язок понять конкурентоспроможності країни, підприємства, товару та факторів, які їх визначають, тобто детермінанти конкурентоспроможності, мають свої особливості. Так, до детермінантів конкурентоспроможності країни слід віднести ресурси: фізичні (доступність природних ресурсів), людські (вартість, кількість, управління), інформаційні, грошові (вартість капіталу), інфраструктура (її якість та вартість); процеси (технологія, НТП, інновації); привабливість; соціально-політичний клімат. До узагальнюючих факторів конкурентоспроможності підприємства – товар, продукція (послуги); положення підприємства на ринку; збут; просування товару; виробництво. Конкурентоспроможність товару, в свою чергу, визначається наступними детермінантами – параметрами: технічні («жорсткі» та «м'які»); нормативні; економічні; ринкові.

Таким чином, теоретичні підходи до визначення рівня конкурентоспроможності, дають змогу ще раз підтвердити їх взаємозв'язок. Узагальнюючи існуючі точки зору можна зробити висновок, що саме вдала діяльність підприємств дає поштовх до розвитку ринкових процесів та формування сильної економічної бази країни.

Аналіз сучасної літератури показав, що серед вітчизняних і зарубіжними вчених-економістів не існує єдиної думки щодо сутності категорії конкурентоспроможності підприємства, конкурентоздатності підприємства та її співвідношення з іншими взаємозв'язаними категоріями, зокрема конкуренції, конкурентних переваг, конкурентного статусу, конкурентної позиції підприємства, конкурентоздатність підприємства. Однак, враховуючи наукові підходи, конкурентоспроможність підприємства відображає ознаки динамічності господарських відносин, що вимагає розгляду еволюції економічних поглядів стосовно цього поняття, зокрема з врахуванням функціональних та організаційно-економічних особливостей торгівлі [8]. Так, еволюція економічних вчень щодо конкурентоспроможності підприємства характеризується зміною поглядів від «теорії меркантилізму» до «теорії інтелектуального лідерства» та обґрунтовує вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства на ефективність конкуренції (еволюція поглядів щодо сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» представлена у таблиці 1).

Слід відзначити, що поняття «конкурентоспроможність підприємства» – це складна економічна категорія, яке має відображати фактичну наявність конкурентних переваг та стратегічні напрями їх використання під впливом факторів зовнішнього середовища та з урахування факторів внутрішнього середовища і все це є сукупністю взаємопов'язаних елементів загальної системи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Таблиця 1. – Трансформація економічних теорій та конкурентоспроможності підприємства [8]

| Теорія, представники   | Зміст теорії   |
|--|--|
| Теорія меркантилізму (Т. Мен, А. Монкретьєн і ін.)           | Протекціоністські дії держави збільшують конкурентоспроможність національного суб'єкта господарювання на зовнішньому ринку, тим самим забезпечуючи активний торговельний баланс.                                 |
| Теорія вартості (А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Мілль)             | Конкурентоспроможність підприємства визначається міною вартістю товару, що залежить від кількості праці (А. Сміт), рідкістю товару (Д. Рікардо), врівноваження попиту і пропозиції (Дж. Мілль).                  |
| Теорія рівноваги (А. Маршалл)                                | Критерієм конкурентоспроможності підприємства є ціна - наявність у господарюючого суб'єкта тих ресурсів, що використовуються з вищою продуктивністю.   |
| Еволюційна теорія (Й. Шумпетер)                              | Конкурентоспроможність підприємства визначається вмінням ефективно впроваджувати інноваційні технології. Індикатором конкуренції нового типу є підприємець-новатор.  |
| Теорія конкурентних переваг (М. Портер)                      | Конкурентоспроможність підприємства є проявом системи конкурентних переваг в залежності від зміни конкурентного середовища та від їх ефективного використання.   |
| Теорія інтелектуального лідерства (Г. Хамел, К. К. Прахалад) | Використання нових форм бізнесу, інноваційних технологій в глобальному масштабі, прийняття нестандартних рішень щодо задоволення несформованих потреб споживачів визначають конкурентоспроможність підприємства. |

Конкурентоспроможності є непохитним атрибутом, який супроводжує сучасні трансформаційні перетворення на всіх ієрархічних ланках ринкового простору як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі. Конкурентоспроможність є універсальним показником, що може застосовуватися в багатьох сферах життєдіяльності. Рівень конкурентоспроможності будь-якого об'єкта є відносним показником і тому може бути визначений тільки в результаті порівняння. Він являє собою характеристику об'єкта, що відображає його відмінність від аналогічного за ступенем виконання покладених на нього функцій, як наслідок, конкурентоспроможність підприємства не може бути виміряна єдиним статистичним показником. Це підтверджується тим, що це поняття носить ознаки прихованої властивості виробничої системи, якою є суб'єкт господарювання, та проявляється на поверхні у вигляді різних чинників-симптомів.

Для формування сутності чинників конкуренції звернімося до визначення наведеного Р. Лупаком та Т. Васильцевої. Згідно їх думки, чинник конкурентоспроможності – це умова, що безпосередньо впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства та обумовлює його конкурентну позицію у релевантному зовнішньому ринку. Аналіз економічної літератури свідчить про відсутність єдиної класифікації чинників конкурентоспроможності. Найбільш поширеним є виокремлення чинників формування конкурентоспроможності підприємства, що ґрунтується на класифікаційних ознаках [9]. У якості чинників-симптомів конкурентоспроможності виступають її фактори – явища та процеси виробничо-господарської діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміну рівня конкурентоспроможності організації.

У вітчизняній і зарубіжній літературі широко представлені фактори, що забезпечують конкурентні переваги організацій. Різні автори залежно від своїх наукових поглядів і області маркетингових досліджень обґрунтовують різний набір факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств. Треба зазначити, що фактори конкурентоспроможності підприємства діють не ізольовано, кожен сам по собі, а системно, що посилює наслідки впливу кожного окремого фактору [10].

Загальноприйнятою вважається класифікація факторів за джерелами походження: фактори зовнішнього середовища і фактори внутрішнього середовища,

однак існують і більш докладні системи класифікації факторів конкурентоспроможності підприємства. Зокрема в праці І. З. Должанського та Т. О. Загорної розрізняються зовнішні та внутрішні фактори конкурентоспроможності, яка наведена на рисунку 1. Необхідно підкреслити, що ця класифікація має узагальнюючий характер і не дозволяє виокремити фактори конкурентоспроможності, що є специфічними як для кожного суб'єкта господарської діяльності.

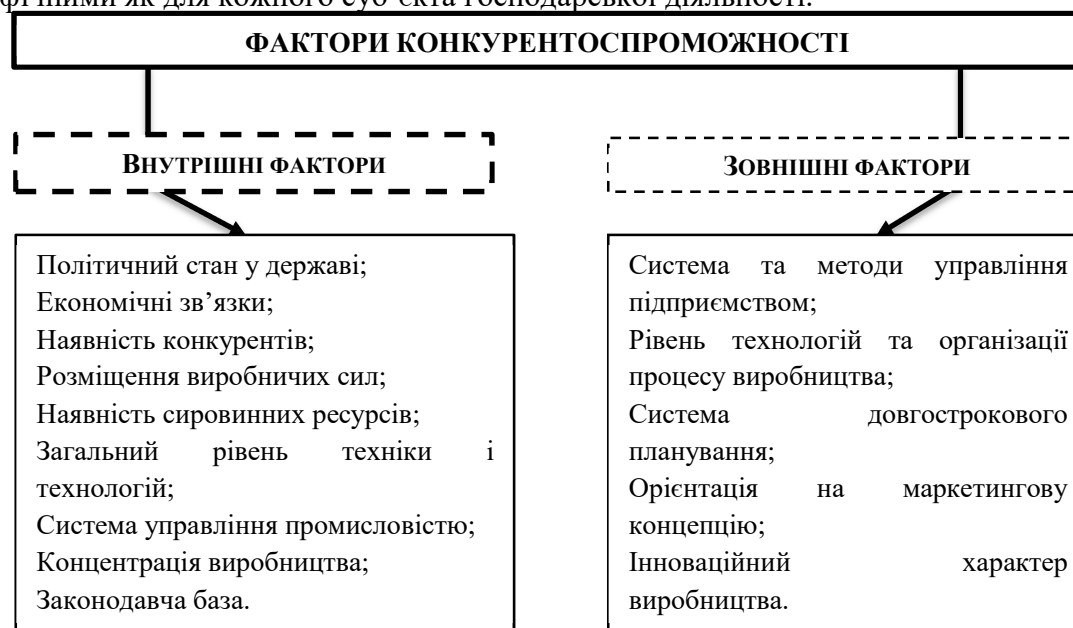


Рис. 1 Класифікація факторів конкурентоспроможності за І. З. Должанським та Т. О. Загорною [11]

Слід зауважити, що використання тієї або іншої класифікації факторів конкурентоспроможності залежить від мети проведеного дослідження, від характеру завдань, які необхідно вирішити, а також від галузевих особливостей і загальної економічної ситуації.

Узагальнюючі розуміння сутності конкурентоспроможності, необхідно визначити, що оцінка факторів конкурентоспроможності підприємства є вихідним етапом для розробки стратегічних альтернатив щодо підвищення конкурентних позицій підприємства в цілому. Сьогодні для успішного функціонування підприємства на ринку, оцінка його конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю. Як процес визначення вагомих і слабких місць підприємства, вона формує можливість максимального удосконалення його діяльності та виявлення його прихованих потенційних можливостей.

**Висновки.** На основі дослідження причинно-наслідкових зв'язків встановлено, що конкуренція – це ситуація, за якої суперництво старого з новим є прагненням як найкраще задовольнити критерії доступу до рідких благ з метою одержання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами, наслідком конкурентної боротьби є прояв конкурентоспроможності. Проведене дослідження доводить, що конкурентоспроможність підприємства є складною економічною категорією, яке має відображати фактичну наявність конкурентних переваг та стратегічні напрями їх використання під впливом факторів зовнішнього середовища та з урахування факторів внутрішнього середовища і все це є сукупністю взаємопов'язаних елементів загальної системи управління конкурентоспроможність підприємства.

*Список використаних джерел:*

1. Портер М. *Международная конкуренция* / М. Портер. – М.: *Международные отношения*, 1993. – 896 с.
2. Смит А. *Исследование о природе и причине богатства народов* / А. Смит. - М.: *Эксмо*, 2007. – 960 с.

3. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: [учеб. пособие] / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2004. – 541 с.
4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти [Монографія] / О. І. Драган. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с. 444
5. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / [Жаліло Я. А., Базилук Я. Б., Белінська Я. В. та ін.]; за ред. Я. А. Жаліло. – К.: Нац. інст. стратег. досл., 2005. – 388 с.
6. Романенкова Ю. С. Сутність конкурентних переваг підприємства / Ю. С. Романенкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/8\\_DNI\\_2009/Economics/43480.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_DNI_2009/Economics/43480.doc.htm)
7. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ»». – 2000. – 255 с.
8. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства: [монографія] / Я. Д. Качмарик, П. О. Куцик, Р. Л. Лупак, І. Я. Качмарик. – Львів: Літературна агенція «Піраміда», 2012. – 208 с.
9. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів: Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
10. Хоменко Я. В. Фактори конкурентоспроможності підприємств металургійної галузі в умовах глобалізації/ Я. В. Хоменко, О. С. Резнікова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://duan.edu.ua/uploads/vidavnitstvo14/akademichnij-ogljad-2-13/6308.pdf>
11. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посіб. для вищ. навч. закладів] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К.: Центр навч. літ., 2006. – 384 с.

#### References (BSI):

1. Porter, M. (1993). *Mezhdunarodnaya konkurentsia* [International competition]. Moscwa: Mezhdunarodnyye otshoseniya [in Russian].
2. Smit, A. (2007). *Issledovaniye o prirode i prichine bogatstva narodov*. [Study on the Nature and the Reason of the Wealth of Nations]. Moscwa: Eksmo [in Russian].
3. Fatkhutdinov, R. A. (2004). *Upravleniye konkurentosposobnost'yu organizatsii* [Management of competitiveness of the organization]. Moscwa: Eksmo [in Russian].
4. Dragan, O. I. (2006). *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpriemstv: teoretichni aspekti* [Management of Enterprise Competitiveness: Theoretical Aspects]. Kiev: DAKKKiM [in Ukrainian].
5. *Konkurentospromozhnist' yekonomiki Ukraїni v umovakh globalizatsii* [The competitiveness of the economy of Ukraine in the globalization situation] / by editing J. A. Zhalila (2005). Kiev: Nats. inst. strateg. dosl. [in Ukrainian].
6. Romanenkova Y. S. (2009). *Sutnist' konkurentnikh perevag pidpriemstva* [The essence of competitive advantages of the enterprise]. Retrieved from: [http://www.rusnauka.com/8\\_DNI\\_2009/Economics/43480.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_DNI_2009/Economics/43480.doc.htm) [in Russian].
7. Azoyev, G. L. (255). *Konkurentnyye preimushchestva firmy* [Competitive advantages of the company]. Moscow: JSC "Printing house «NEWS» [in Russian].
8. *Yekonomichniy mekhanizm zabezpechennya konkurentospromozhnosti torgovel'nogo pidpriemstva: [Economic mechanism of ensuring the competitiveness of a trading enterprise]* / Y. D. Kachmarik, P. O. Kutsik, R. L. Lupak., I. Y. Kachmarik (2012). Lviv: Literaturna agentsiya «Piramida» [in Ukrainian].
9. Lupak, R. L. (2016). *Konkurentospromozhnist' pidpriemstva* [Competitiveness of the enterprise]. Lviv: Vidavnitstvo LKA [in Ukrainian].
10. Khomenko, Y. V. (2013). *Faktori konkurentospromozhnosti pidpriemstv metalurgiynoi galuzi v umovakh globalizatsii* [Factors of competitiveness of metallurgical enterprises in the conditions of globalization]. Retrieved from <http://duan.edu.ua/uploads/vidavnitstvo14/akademichnij-ogljad-2-13/6308.pdf> [in Ukrainian].
11. Dolzhans'kiy, I. Z. (2006). *Konkurentospromozhnist pidpriemstva* [Competitiveness of the enterprise]. Kiev: Tsentr navch. lit.

**Ключові слова:** конкуренція; конкурентне середовище; конкурентні переваги; конкурентоспроможність; фактори конкурентоспроможності.

**Ключевые слова:** конкуренция; конкурентная среда; конкурентные преимущества; конкурентоспособность; факторы конкурентоспособности.

**Keywords:** competition; competitive environment; competitive advantages; competitiveness; factors of competitiveness.

Перевірено на плагіат системою: <https://corp.unicheck.com/library/viewer/report/2795691>