

## ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

**Анотація.** Ідентифіковано відмінності у тлумаченні суті понять «конкурентоздатність» та «конкурентоспроможність». Визначено суть поняття «конкурентоздатність підприємства». Встановлено зв'язок між поняттями «конкурентоздатність» та «ефективність» та доведено, що конкурентоздатність підприємства можна розглядати як його зовнішню ефективність. Виокремлено зовнішні та внутрішні фактори впливу на конкурентоздатність підприємства. Ідентифіковано зовнішні мікро- та макрофактори впливу на конкурентоздатність підприємств. Запропоновано для аналізу факторів макросередовища підприємства використовувати PEST- та SWOT-аналізи. Виявлено резерви підвищення конкурентоздатності вітчизняних підприємств. Встановлено, що на сучасному етапі розвитку промислових підприємств основним чинником генерування конкурентних переваг підприємства та впливу на його конкурентоздатність є інформатизація всіх бізнес-процесів.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентоздатність, конкурентна позиція, зовнішні фактори, внутрішні фактори, ефективність.

Deineha Inna, Yazvinska Tetiana

Rivne State Humanities University

## FORMATION OF COMPETITIVENESS ENTERPRISES UNDER THE INFORMATION ECONOMY

**Summary.** Different meanings of the concept of "competitiveness" are identified according to the stage of the object's life cycle. It is proved that the term competitiveness must be applied to newly created objects (goods, enterprises, countries), and competitiveness to existing ones. The essence of the concept of «competitiveness of the enterprise» is defined as its complex characteristic, which reflects the ability to function effectively in the conditions of risk and uncertainty, to keep stable, with sufficient capacity to ensure normal activity, target market, produce and sell products (or provide services) better than similar price and quality parameters that are presented in the market to ensure: in the short term – stable profit, and in the long term – a stable position in the market and its systematic conquest. The relationship between the concepts of «competitiveness» and «efficiency» is established and it is proved that the competitiveness of the enterprise can be considered as its external efficiency. The external and internal factors of influence on the competitiveness of the enterprise are distinguished. In particular, external factors include those that affect the enterprise from the outside, for example, the political situation in the country, the intensity of competition, the level of development of logistics and transport infrastructure, etc., and internal factors – those that directly affect the enterprise, such as systems and methods management of the enterprise, innovation of production technologies, availability of sufficient quantity and level of quality of fixed and working capital, personnel involved in the production process and others. External micro- and macro-factors influencing the competitiveness of enterprises have been identified. It is suggested to use PEST and SWOT analyzes to analyze the factors of the enterprise macro-environment. Reserves of increasing the competitiveness of domestic enterprises have been isolated. It is established that at the present stage of development of modern enterprises the main factor in generating competitive advantages of the enterprise in the market and improving its competitiveness is the informatization of all business processes.

**Keywords:** competitiveness, competitive position, external factors, internal factors, efficiency.

**Постановка проблеми.** Сучасні умови функціонування вітчизняних підприємств пов'язані із поступовою інтеграцією останніх у світову економіку та, у зв'язку з цим, посиленням конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках, необхідності підвищення якості продукції до світових стандартів та динамічного пристосування параметрів її якості і ціни до мінливих потреб ринків, що розвиваються. За таких обставин проблема підвищення конкурентоздатності господарюючих суб'єктів, що є однією із їх основних стратегічних цілей, набула ще більшої актуальності. Особливо гостро це питання стоїть перед вітчизняними підприємствами, які працюють в умовах мінливих факторів макросередовища, зокрема політичного, демографічного та міжнародного. В таких досить складних умовах керівники усіх підприємств повинні розуміти важливість цього питання, чітко

знати шляхи підвищення конкурентоздатності підприємства та реалізовувати їх на практиці.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

В сучасних наукових джерелах, представлена значна кількість публікацій, присвячених дослідженню проблеми конкурентоздатності. Поставлене питання є предметом дослідження таких вітчизняних вчених, як О. Дейнега [6], О. Драган [7], Л. Чумак [18], В. Осипов [13], Г. Филлок [17]. Зокрема, О. Дейнега [6] досліджував сутності та відмінності понять «конкурентоспроможність» та «конкурентоздатність», Л. Чумак [18] вивчав фактори, що впливають на формування конкурентоспроможності підприємства, В. Осипов [13] розглядав специфіку управління конкурентоспроможністю продукції металургійної галузі, Г. Филлок у своїх дослідженнях значну увагу приділив ідентифікуванню шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації [17].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Не зважаючи на вагомість попередніх досліджень, деякі теоретичні аспекти дослідження конкурентоздатності підприємства потребують розвитку та доопрацювання. Зокрема, потребує уточнення змістове наповнення дефініцій «конкурентоздатність» та «конкурентоспроможність», адаптування суті поняття «конкурентоздатність підприємства» відповідно до сучасних умов розвитку економіки, ідентифікування факторів впливу на конкурентоздатність вітчизняних підприємств.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є розвиток теоретико-методологічної бази управління конкурентоздатністю підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Існує багато підходів до визначення понять «конкурентоспроможність» та «конкурентоздатність» (табл. 1).

Таким чином, аналіз представлених позицій дозволяє стверджувати про те, що вітчизняні науковці переважно ототожнюють поняття «конкурентоспроможність» та «конкурентоздатність», вживаючи переважно лише одне із них – «конкурентоспроможність», що є найбільш фонетично близьким до російського слова «конкурентоспособность». Оскільки у російській мові не має іншого слова, яке б описувало здатність певних об'єктів конкурувати між собою, то російські науковці для розмежування здатності до конкуренції на початку створення (виникнення, виведення на ринок) певних об'єктів вживають поняття «потенціальна конкурентоспособность», яка «має ймовірнісний характер, але ... визначає можливість досягнення реальної конкурентоспроможності... представляє собою показник ex

ante, що в перекладі означає «очікуваний» [15], а по відношенню реально діючих «реальная (текущая) конкурентоспособность», котра «є показником ex post, що дозволяє легко аналізувати результати проведення конкурентної політики, порівнювати значення підприємства з аналогічними параметрами його конкурентів» [15], що виглядає логічним. Оскільки в українській мові є два слова, то ми маємо можливість розмежувати цей стан об'єктів на різних етапах їх життєвого циклу без вживання прикметників «реальна» або «потенційна». Погоджуємось із О. Дейнегою, що «конкурентоздатність визначається відносно об'єктів, які вже діють на ринку, а конкурентоспроможність – новостворених, тобто до тих, які тільки мають виходити на ринок» [6, с. 62].

На нашу думку, по відношенню до підприємства конкурентоздатність – це його комплексна характеристика, що відображає здатність ефективно функціонувати в умовах ризику та невизначеності, утримувати стабільний, з достатньою для забезпечення нормальної діяльності місткістю, цільовий ринок, виробляти і реалізувати продукцію (або надавати послуги) кращу від аналогічної за цінними та якісними параметрами, що представлена на ринку, для забезпечення: у короткостроковій перспективі – стабільного прибутку, а у довгостроковій – стійкої позиції на ринку та планомирного його завоювання.

Деякі науковці порівнюють конкурентоздатність із зовнішньою і внутрішньою ефективністю та вважають, що вони взаємопов'язані між собою: «внутрішня ефективність є дзеркальним відображенням її зовнішньої складової, оскільки, якщо підприємство раціонально використовує свої фі-

Таблиця 1

**Ідентифікування суті понять «конкурентоздатність» та «конкурентоспроможність»**

Автор, джерело	Визначення
<i>Конкурентоспроможність</i>	
Вініченко І.І. [1, с. 10]	<i>можливість</i> його ефективної господарської діяльності й її практичної реалізації в умовах конкурентного ринку.
Ковальчук К.Ф. та ін. [10]	<i>властивість</i> об'єкту, що характеризує ступінь задоволення ним конкретної потреби порівняно з іншими об'єктами на даному ринку.
Осіпов В.М. [13, с. 347]	<i>властивість</i> об'єкта, що характеризується можливістю реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби певного ринку.
Міжнародний валютний фонд [20]	<i>здатність</i> компанії виробляти та пропонувати товари та послуги міжнародних стандартів якості вигідніше, ніж інші компанії.
Райсберг Б.А. та ін. [14, с. 495]	<i>реальна і потенційна можливість</i> фірми в існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, які за цінними і неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів.
Дейнега О.В. [6, с. 62].	<i>комплекс характеристик</i> об'єкта (товару, підприємства, регіону, країни), який визначає його потенційний результат на ринку
Сватюк О.Р., Хабко М.Р. [11, с. 84]	<i>здатність</i> суб'єкта активно завоювати та утримуватися в сегменті як внутрішнього, так і зовнішнього ринку в конкретно визначений час.
<i>Конкурентоздатність</i>	
Дейнега О.В. [6, с. 62]	<i>здатність</i> певного об'єкта (товару, підприємства, регіону, країни) витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на даному ринку
Гринько Т.В. [4, с. 53]	<i>порівняльна перевага</i> підприємства відносно інших підприємств країни та за її межами
Іванов Ю.Б. [8 с. 13]	<i>система</i> , яка складається з безперервно взаємодіючих факторів та характеризує ступінь реалізації можливостей підприємства до отримання та утримання конкурентної переваги.
Савчук О.В. [16, с. 58]	<i>характеристика</i> , що визначає стійкість підприємства, здатність його зберігати своє становище на ринку чи розширювати займаний сектор ринку.

нансові, матеріальні, технічні, трудові ресурси, має ефективну структуру управління тощо, то воно найчастіше створює товари, які відповідають ринковим потребам і пропонує їх ринку через відлагоджену збутову систему» [6, с. 62]. Погоджуюсь з цією думкою, оскільки, як відомо, ефективність відображає співвідношення результатів і витрат, а для досягнення конкурентних переваг підприємству необхідно понести певні витрати. Результатом виробничих, комерційних зусиль підприємства, супроводжуваних певними витратами, буде освоєна підприємством частка ринку, досягнутий рівень лояльності до нього цільової аудиторії, отримані кінцеві результати господарської діяльності (витрати, прибуток) тощо.

Сучасні негативні тенденції у національній економіці негативно впливають на конкурентоздатність українських підприємств. В таких умовах для підприємства є необхідне постійне покращення та вдосконалення факторів, які являються вирішальними для покупця при виборі продукту.

Конкурентоздатність продукції відображає сукупність властивостей, що показують міру задоволення конкурентної потреби стосовно аналогічної продукції, яка репрезентована на ринку. Конкурентоспроможність продукції, у найширшому розумінні, визначає можливість її продажу на конкретному ринку в конкретний проміжок часу [9].

На початковій точці побудови конкурентоспроможності необхідною умовою є наявність відповідних ресурсів, навичок та ринкових можливостей, які організація прагне використати. Вони утворюють конкурентний потенціал, який слід перетворити на відповідну конкурентну стратегію, в якій використовують інструменти конкурентної боротьби. Ефективність їх використання збільшить перевагу, яка безпосередньо формує конкурентну позицію підприємства.

З точки зору ринкової активності підприємство має в своєму розпорядженні кілька видів конкурентних стратегій: пряма конфронтація, обмеження конкуренції, уникнення або ігнорування конкуренції [22].

Є багато різноманітних факторів, які впливають на рівень конкурентоспроможності або конкурентоздатності і безпосередньо на ефективність функціонування підприємства. При більш детальному вивченні факторів впливу було виявлено різні підходи до оцінювання рівня впливу окремого фактору та класифікації у загальному. Найбільш поширеним підходом до класифікації факторів впливу на конкурентоздатність підприємства є їх поділ на дві групи – внутрішні (ендогенні) та зовнішні (екзогенні) (рис. 1).

Під зовнішніми факторами розуміють «сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, що діють у глобальному оточенні та здійснюють вплив або можуть вплинути на функціонування підприємства» [7].

Таким чином, при аналізі та оцінюванні конкурентоспроможності або конкурентоздатності підприємства необхідно комплексно враховувати внутрішні та зовнішні фактори впливу для виявлення потенціалу різних складових діяльності підприємства та шляхів їх активізації.

Рекомендується поділяти зовнішні фактори на мікро- та макрофактори. Справедливо вважається, що «підприємство на макрофактори впливати не може і в своїй господарській політиці сприймає їх як дещо незмінне... До зовнішніх мікрофакторів відносять ефективність комунікацій із споживачами, постачальниками, обрентованість цінової та збутової політик підприємства тощо» [6, с. 63].



Рис. 1. Фактори впливу на конкурентоспроможність / конкурентоздатність підприємства

Джерело: розроблено авторами на підставі [6, с. 63–64; 12, с. 17]

Аналіз факторів впливу зовнішнього середовища на конкурентоздатність підприємства дає час для прогнозування неможливостей, розробки плану дій на випадок непередбачених обставин, розробки заходів, які дадуть змогу перетворити загрози на будь-які вигідні можливості. Для аналізу факторів макросередовища частіше використовують PEST- та SWOT-аналізи, результати яких дозволяють сформулювати загрози й можливості, з якими зіштовхується підприємство, і встановити несприятливі фактори, що можуть знизити рівень ефективності потенціалу підприємства [18].

На думку Гаркави Л.В., управління конкурентоздатністю підприємства має три основні напрямки:

- нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоздатності підприємства шляхом формування захисту проти них;

- використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства;

- забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку [2].

Враховуючи специфіку формування факторів впливу на конкурентоздатність підприємства, можна виявити шляхи для підвищення її рівня, що, відповідно, дозволяє виокремити такі резерви для підвищення конкурентоздатності підприємства, що пов'язані із використанням: різних податкових пільг для певних напрямів діяльності; організаційної спроможності підприємства (зокрема, науково-технічного потенціалу), його фінансово-економічного потенціалу, потенціалу гнучких цін та кадрового потенціалу.

В умовах ринкових відносин, особливо на етапі їх динамічної інформатизації, резерви використання цінних факторів для підвищення конкурентоздатності підприємства також не втратили своєї актуальності. З одного боку, необхідно проаналізувати методи конкуренції, що застосовуються конкурентами (такі як цінові знижки, умови та суми гарантій тощо). З іншого – цьому буде сприяти розробка власної стратегії, яка дозволяє використовувати резерви цінової конкуренції. З цією метою, наприклад, використовуються знижки від договірної ціни на дострокову оплату або різні форми дострокового погашення дебіторської заборгованості.

До суттєвих резервів підвищення конкурентоздатності підприємства відноситься і його кадровий потенціал. Створення необхідного соціально-психологічного клімату, підвищення кваліфікації персоналу, створення сприятливих умов для професійного розвитку дозволить покращити ефективність функціонування підприємства і підвищити його конкурентоздатність [19].

Отже, конкурентна позиція підприємства залежить від зовнішніх та внутрішніх факторів, аналіз яких дозволив виявити потенціал для покращення функціонування підприємства у різних напрямках. При створенні конкурентоспроможного підприємства та, в подальшому, підтриманні його конкурентоздатності, важливо чітко ідентифікувати конкурентні переваги підприємства та сприяти їх посиленню.

Розвиток інформаційних технологій створює принципово нові можливості для менеджменту та генерує конкурентні переваги підприємства. Володіння своєчасною та достовірною інформацією – одна з головних умов забезпечення життєдіяльності підприємства в умовах обмеженості ресурсного забезпечення, невпорядкованості конкурентного середовища. Успішне функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання залежить, перш за все, не від вдосконалення внутрішньогосподарської діяльності, а, головним чином, від того, наскільки інформаційні технології задовольняють вимоги системи управління [3].

Інформаційні технології за М. Портером впливають на конкуренцію трьома способами: 1) здатні змінювати структуру галузі і за рахунок цього встановлювати нові правила конкуренції; 2) створюють конкурентну перевагу, надаючи компаніям нові можливості перевершити конкурентів у продуктивності.; 3) породжують абсолютно нові види бізнесу, часто на основі вже існуючих в компанії процесів і операцій [23]. Зважаючи на тенденції розвитку сучасних інформаційних технологій, виділяють і четвертий спосіб – гнучкість інфраструктури інформаційних технологій. ITIF (Information Technology Infrastructure Flexibility) забезпечує організаційні динамічні взаємопов'язані організаційні відносини (IORS), реінжиніринг бізнес-процесів (BPR), диверсифікацію продуктів і послуг та масштабованість.

Застосування інформаційних технологій потребує значних інвестицій, які необхідно використати для досягнення стратегічних завдань, вміти оцінювати і контролювати витрати, застосувати напрацьовані методи підвищення ефективності їх використання. Важливо зрозуміти загальну методологію, яка, по-різному модифікуючись у кожному конкретному бізнесі, дозволить використати саме ті унікальні властивості інформаційної технології, що дозволять забезпечити лідерство на світових ринках [21, с. 32].

При впровадженні нової інформаційної технології на підприємстві необхідно оцінити ризик відставання від конкурентів у результаті її неминучого старіння з часом, тому що інформаційні продукти, як ніякі інші види товарів, мають надзвичайно високу швидкість змінюваності новими видами або версіями. Періоди змінюваності коливаються від декількох місяців до одного року. Якщо в процесі впровадження нової інформаційної технології цьому фактору не приділяти належної уваги, можливо, що до моменту завершення переходу підприємства на нову інформаційну технологію вона вже застаріє і прийдеться вживати заходів до її модернізації. Такі невдачі з впровадженням інформаційних технологій звичайно пов'язують з недосконалістю технічних засобів, тоді як основною їх причиною є відсутність або слабка пропрацьованість методології використання інформаційної технології [5].

**Висновки.** Отже, перед промисловими підприємствами виникає ряд проблем, які можна вирішити або мінімізувати їх вплив за допомогою вивчення та врахування факторів впливу на формування їх конкурентоздатності. Для ефективного їх вирішення необхідно реалізувати ряд заходів не лише в самій організації, а й на державному

рівні, зокрема підвищити якість державних інститутів, розробити дієві механізми зниження бар'єрів входу на ринок та виходу з нього з метою посилення тиску потенційної конкуренції, впо-

рядкувати систему надання пільг і державної допомоги. Найвагомим фактором впливу на підвищення конкурентоздатності підприємства є інформатизація всіх його бізнес-процесів.

### Список літератури:

1. Вініченко І.І. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: стан і перспективи. *Агросвіт*. 2013. № 21. С. 10–13.
2. Гаркава Л.В. Концепції управління конкурентоспроможністю підприємства. *Соціально-економічні реформи в контексті інтеграційного вибору України* : праці 8 міжнар. наук.-прак. конф. (Харків, 29–30 листопада 2012 р.). Харків, 2012. URL: [http://www.confcontact.com/2012\\_11\\_29/4\\_garkava.htm](http://www.confcontact.com/2012_11_29/4_garkava.htm)
3. Гордієнко І.В. Інформаційні системи і технології в менеджменті : навч.-метод. посібник. Київ : КНЕУ, 2003. 259 с.
4. Гринько Т.В. Фактори конкурентоспроможності підприємств. *Держава та регіони*. 2004. № 2. С. 50–53.
5. Гудзь О.Є. Роль інновацій щодо забезпечення конкурентоспроможності та ефективності підприємства. *Вісник ХНТУСГ : Економічні науки*. Харків : ХНТУСГ, 2015. Вип. 161. С. 3–11.
6. Дейнега О.В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. *Логістика*. 2008. Вип. 623. С. 61–68.
7. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. Київ : ДАКККіМ, 2006. 160 с.
8. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : монография. Харьков : ХНЭУ, 2004. 256 с.
9. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика : підручник. Київ : КНЕУ, 2001. 240 с.
10. Ковальчук К.Ф., Вишнякова І.В., Савчук Л.М., Сокиринська І.Г. Банківські операції : навч. посібник. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 326 с.
11. Сватюк О.Р., Хабко М.Р. Конкурентоздатність підприємства: поняття, взаємозв'язок, конкурентні переваги. *Інноваційна економіка*. 2014. № 5. С. 82–86.
12. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
13. Осипов В.М. Управління конкурентоспроможністю продукції металургійної галузі : монографія / за ред. Б.В. Буркинського. Одеса : МПП «Евен», 2005. 296 с.
14. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. Москва : ИНФРА-М, 2006. 495 с.
15. Реальная и потенциальная конкурентоспособность предприятия. URL: <http://www.finexg.ru/realnaya-i-potencialnaya-konkurentosposobnost-predpriyatiya/>
16. Савчук А.В. Системный подход к анализу конкурентоспособности промышленного производства. *Економіст*. 2001. № 12. С. 58–61.
17. Филюк Г. Проблеми та шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка*. 2013. № 10. С. 5–8.
18. Чумак Л.Ф. Фактори впливу на формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств. *Економіка і управління*. 2013. № 1. С. 62–69.
19. Amirbekuly Ye., Ukubasova G.S., Kaskin T.T. Factors of competitiveness of the enterprise. *Bulletin of the Karaganda university*. Karaganda, 2017. URL: <https://articlekz.com/en/article/17899>
20. Bella G.D., Lewis M., Martin A. Assessing Competitiveness and Real Exchange Misalignment in Low-Income Countries. *International Monetary Fund*. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2007/wp07201.pdf> (accessed July 1, 2015).
21. Hammer H., Champy J. Reengineering the corporation: A manifesto for business revolution. Harper Business: 1993. 272 p.
22. Moroz M. Konkurencyjność przedsiębiorstwa – pojęcie i pomiar. *Gospodarka Narodowa*. 2003. № 9. P. 40–57.
23. Porter M.E. Competitive Advantage, Free Press, 1985. 167 p.

### References:

1. Vinichenko, I.I. (2013). Konkurentospromozhnist ahrarynykh pidpriyemstv: stan i perspektyvy [Competitiveness of agricultural enterprises: status and prospects]. *Ahrosvit*, no. 21, pp. 10–13.
2. Harkava, L.V. (2012). Kontseptsii upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriyemstva [Concepts of enterprise competitiveness management]. *Sotsialno-ekonomichni reformy v konteksti intehtratsiynoho vyboru Ukrainy: pratsi 8 mizhnar. nauk.-prak. konf.* (Kharkiv, 29–30 November 2012). URL: [http://www.confcontact.com/2012\\_11\\_29/4\\_garkava.htm](http://www.confcontact.com/2012_11_29/4_garkava.htm)
3. Hordiienko, I.V. (2003). *Informatsiini systemy i tekhnologii v menedzhmenti* [Information systems and technologies in management]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
4. Hryenko, T.V. (2004). Faktory konkurentospromozhnosti pidpriyemstv [Factors of enterprise competitiveness]. *Derzhava ta rehiony*, vol. 2, pp. 50–53.
5. Hudz, O.Ye. (2015). Rol innovatsii shchodo zabezpechennia konkurentospromozhnosti ta efektyvnosti pidpriyemstva [The role of innovation in ensuring the competitiveness and efficiency of the enterprise]. *Visnyk KhNTUSH: Ekonomichni nauky*, vol. 161, pp. 3–11.
6. Deineha, O.V. (2008). Metodolohichni aspekty otsiniuvannia konkurentozdatnosti pidpriyemstv [Methodological aspects of enterprise competitiveness assessment]. *Visnyk natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»*. *Lohistyka*, vol. 623, pp. 61–68.
7. Drahana, O.I. (2006). *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriyemstv: teoretychni aspekty* [Enterprise competitiveness management: theoretical aspects]. Kyiv: DAKKKiM. (in Ukrainian)
8. Yvanov, Yu.B. (2004). *Konkurentosposobnost predpriyatiya: otsenka, dyahnostyka, stratehiya* [Enterprise competitiveness: assessment, diagnostics, strategy]. Kharkov: KhNEU. (in Ukrainian)
9. Kardash, V.Ya. (2001). *Marketynhova tovarna polityka* [Marketing Commodity Policy]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)

10. Kovalchuk, K.F., Vyshniakova, I.V., Savchuk, L.M., & Sokyrynska, I.H. (2013). *Bankivski operatsii* [Banking]. Kyiv: «Tsentr uchbovoi literatury».
11. Svatiuk, O.R., & Khabko, M.R. (2014). Konkurentozdatnist pidpriemstva: poniattia, vzaiemozviazok, konkurentni perevahy [Competitiveness of the enterprise: concepts, interconnections, competitive advantages]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 5, pp. 82–86.
12. Yankovoho, O.H. (ed.) (2013). *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia* [Competitiveness of the enterprise: estimation of level and directions of increase]. Odesa: Atlant. (in Ukrainian)
13. Osypov, V.M. (2005). *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu produktsii metalurhiinoi haluzi* [Management of competitiveness of products of metallurgical industry]. Odesa: MPP «Even». (in Ukrainian)
14. Rayzberg, B.A., Lozovskiy, L.Sh., & Starodubtseva, E.B. (2006). *Sovremennyy ekonomicheskyy slovar'* [Modern economic dictionary]. Moskva: INFRA-M. (in Russian)
15. Real'naya i potentsial'naya konkurentosposobnost' predpriyatiya [Real and potential enterprise competitiveness]. Available at: <http://www.finexg.ru/realnaya-i-potencialnaya-konkurentosposobnost-predpriyatiya/>
16. Savchuk, A.V. (2001) Sistemnyy podkhod k analizu konkurentosposobnosti promyshlennogo proizvodstva [A systematic approach to the analysis of the competitiveness of industrial production]. *Ekonomist*, no. 12, pp. 58–61.
17. Fyliuk, H. (2013) Problemy ta shliakhy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti vitchyznianskykh pidpriemstv v umovakh hlobalizatsii [Problems and ways of increasing the competitiveness of domestic enterprises in the context of globalization]. *Visnyk KNU imeni Tarasa Shevchenka*, no. 10, pp. 5–8.
18. Chumak, L.F. (2013) Faktory vplyvu na formuvannia konkurentospromozhnoho potentsialu pidpriemstv [Factors influencing the formation of competitive potential of enterprises]. *Ekonomika i upravleniye*, no. 1, pp. 62–69.
19. Amirbekuly, Ye., Ukubasova, G.S., & Kaskin, T.T. (2017). Factors of competitiveness of the enterprise. *Bulletin of the Karagand a university*. Available at: <https://articlekz.com/en/article/17899>
20. Bella, G.D., Lewis, M., & Martin, A. (2007). Assessing Competitiveness and Real Exchange Misalignment in Low-Income Countries (IMF Working Paper WP/07/201). International Monetary Fund. Retrieved July 1, 2015, Available at: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2007/wp07201.pdf>
21. Hammer, N., & Champy, J. (1993). *Reengineering the corporation: A manifesto for business revolution*. Harper Business.
22. Moroz, M. (2003). Konkurencyjność przedsiębiorstwa – pojęcie i pomiar [Enterprise competitiveness – concept and measurement]. *Gospodarka Narodowa*, no. 9, pp. 40–57.
23. Porter, M.E. (1985) *Competitive Advantage*, Free Press.