

- Yarmolenko, V. O., and Buriennikova, N. V. "Vymiriuvannya efektyvnosti protsesiv funktsionuvannya komponent systemy na osnovi modelei skladovykh rezultatyvnosti: enerhetychnyi aspekt" [Measuring the Efficiency of the Processes of Functioning of a Component System Based on the Models of the Efficiency Constituents: The Energy Aspect]. *Biznes Inform*, no. 12 (2019): 102-110. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-12-102-110>
- Yarmolenko, V. O., and Polishchuk, N. V. "Skladovi rezultatyvnosti funktsionuvannya skladnykh system yak obiekty modeliuvannya" [Components of the Performance of Complex Systems as Objects of Modeling].

- Visnyk Cherkaskoho universytetu. Seriya «Economichni nauky»*, no. 33 (2012): 86-93.
- Yefimova, O. "Systemnyi pidkhdid – osnova upravlinnia diialnistiu pidpriemstv" [System Approach – the Basis of Enterprise Management]. *Personal*, no. 2 (2007): 67-72. <http://personal.in.ua/article.php?id=450>
- Zinchenko, V. V. "Kontsepsiia hlobalnoi «fizychnoi sotsialnoi ekonomiky paradyhm rozvytku»: zarubizhni modeli ta ukraïnskyi kontekst" [The Concept of the Global "Physical Social Economy of Development Paradigms": Foreign Models and the Ukrainian Context]. *Antykrizovyi rozvytok sotsialnykh ta ekonomichnykh protsesiv v umovakh hlobalizatsii* (2011): 34-39.

УДК 005.332.4  
JEL: L21; L25; P42

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ І ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ

©2021 КОВТУНЕНКО К. В., ДІДАН К. О., КОВАЛЬЧУК О. В.

УДК 005.332.4  
JEL: L21; L25; P42

### Ковтуненко К. В., Дідан К. О., Ковальчук О. В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність і підходи до визначення

Метою статті є узагальнення поглядів різних науковців на сутність поняття «конкурентоспроможність» і виділення властивостей і факторів, що характеризують конкурентоспроможність підприємства. У сучасних умовах розвитку економіки особливого значення набувають теоретичні основи концепції конкурентоспроможності, яка повинна базуватися та розглядатися з позицій комплексного підходу. Поняття «конкурентоспроможність» впливає з поняття «конкуренція», яке виступає як елемент ринкового механізму регулювання попиту та пропозиції; як форма взаємодії ринкових суб'єктів господарювання; як економічне суперництво відосблених товаровиробників за частку ринку та отримання замовлення; вресhti-решт, як механізм регулювання пропорцій суспільного виробництва. Для того, щоб успішно діяти на ринку в умовах високої конкуренції та підтримувати необхідний рівень конкурентоспроможності, підприємства й організації освоюють нові види послуг, вводять нові форми ведення бізнесу, стимулюють своїх співробітників і борються за залучення кожного клієнта. При плануванні своєї діяльності підприємство враховує не тільки потреби клієнтів, але також і стратегії конкурентів. На основі інформації, отриманої в ході вивчення умов конкуренції, значною мірою формується стратегія розвитку компанії на ринку, а також загальна стратегія діяльності підприємства. Таким чином, досягається позитивний результат у конкурентній боротьбі як закономірний підсумок постійних і грамотних зусиль управлінської діяльності. Наскільки цей результат буде позитивним – багато в чому залежить від конкурентоспроможності підприємства. У статті розглянуто сутність поняття «конкурентоспроможність» як економічної категорії, проаналізовано різні підходи до визначення даного поняття та проведено аналіз конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність – є важливим елементом у виході та перебуванні підприємства на ринку, особливо в умовах пандемії та карантину, тому досліджувана тема на сьогодні є дуже актуальною.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, товар, конкуренція.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-3-100-104>

Табл.: 2. Бібл.: 11.

**Ковтуненко Ксенія Валеріївна** – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри міжнародного менеджменту та інновацій, Одеський національний політехнічний університет (просп. Шевченка, 1, Одеса, 65044, Україна)

E-mail: [k.v.kovtunenka@mzeid.in](mailto:k.v.kovtunenka@mzeid.in)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3759-7950>

**Дідан Крістіна Олександрівна** – студентка, Одеський національний політехнічний університет (просп. Шевченка, 1, Одеса, 65044, Україна)

E-mail: [kristina.didan@mzeid.in](mailto:kristina.didan@mzeid.in)

**Ковальчук Олександра Вікторівна** – аспірантка кафедри міжнародного менеджменту та інновацій, Одеський національний політехнічний університет (просп. Шевченка, 1, Одеса, 65044, Україна)

E-mail: [o.v.kovalchuk@mzeid.in](mailto:o.v.kovalchuk@mzeid.in)

UDC 005.332.4  
JEL: L21; L25; P42

### Kovtunenka K. V., Didan K. O., Kovalchuk O. V. Competitiveness of Enterprise: The Essence and Approaches to Definition

The article is aimed at generalizing the views of various scholars on the essence of the concept of «competitiveness» and allocating the properties and factors that characterize the competitiveness of enterprise. In modern conditions of economic development, of particular importance are the theoretical foundations of the conception of competitiveness, which should be based on the comprehensive approach and should be considered by means of this approach. The concept of «competitiveness» derives from the concept of «competition», which acts as an element of the market mechanism for regulating supply and demand; as a form of interaction between economic actors in the market; as an economic rivalry of individual producers for market share and receipt of an order; finally, as a mechanism for regulating the proportions of public production. In order to successfully operate in conditions of high competition in the market and to maintain the necessary level of competitiveness, enterprises and organizations master new types of services, introduce new forms of business, stimulate their employees and fight for the involvement of each client. When planning its activities, a company takes into account not only the needs of customers, but also the strategies

of competitors. Based on the information obtained during the study of competition conditions, the company's development strategy in the market is largely formed, and the general strategy of the enterprise goes the same way. Thus, a positive result in competition is achieved as a natural result of constant and competent management efforts. How positive this result will be depends largely on the competitiveness of the enterprise. The article discusses the essence of the concept of «competitiveness» as an economic category, analyzes various approaches to the definition of this concept and carries out an analysis of competitiveness of enterprise. Competitiveness is an important element concerning entering the market and keeping the enterprise's positions at the market, especially in the context of pandemic and quarantine, so the topic under research is very relevant nowadays.

**Keywords:** competitiveness, competitiveness of enterprise, competitiveness of products, goods, competition.

**Tabl.:** 2. **Bibl.:** 11.

**Kovtunenکو Kseniia V.** – D. Sc. (Economics), Professor, Head of the Department of International Management and Innovation, Odesa National Polytechnic University (1 Shevchenko Ave., Odesa, 65044, Ukraine)

**E-mail:** k.v.kovtunenکو@mzeid.in

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-3759-7950>

**Didan Kristina O.** – Student, Odesa National Polytechnic University (1 Shevchenko Ave., Odesa, 65044, Ukraine)

**E-mail:** kristina.didan@mzeid.in

**Kovalchuk Oleksandra V.** – Postgraduate Student of the Department of International Management and Innovation, Odesa National Polytechnic University (1 Shevchenko Ave., Odesa, 65044, Ukraine)

**E-mail:** o.v.kovalchuk@mzeid.in

Сьогодні, під час становлення та розвитку ринкової економіки у світі та в Україні, важливим питанням є високий рівень конкурентоспроможності українських підприємств. Це є однією з умов підтримки позицій підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках. Позитивний наслідок роботи підприємства в умовах конкурентної боротьби спричинений дослідженнями сильних і слабких сторін як власної господарської діяльності, так і конкурентів, здатністю пристосовуватися до змін ринкової ситуації та постійним моніторингом позицій на ринку.

Вчені, які вивчають питання теорії конкурентоспроможності підприємства, так і не прийшли до єдиного трактування. Так і не було вирішено, яке тлумачення може бути загальноприйнятим і максимально охоплює всі фактори, що впливають на її визначення в сучасних умовах на підприємствах різних галузей і спеціалізацій [1].

Одне з найактуальніших завдань на сьогодні – якісна проблема оцінювання конкурентних переваг, а також їх створення й утримання. А це дуже нелегко, беручи до уваги нинішню ситуацію на глобальному та локальних ринках, де склалися умови для активного посилення конкуренції. Існує велика кількість опублікованих робіт, присвячених вивченню окремих сторін процесу формування та забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Великий внесок у дослідження питання управління конкурентоспроможністю зробили такі фахівці, як А. Сміт і Д. Рікардо, Дж. Міль, А. Маршалл, М. Портер, А. Чандлер, Й. Шумпетер, А. Томпсон, Ф. Котлер та інші. Вітчизняні відомі науковці, які досліджували проблематику конкурентоспроможності: С. П. Гаврилюк, Є. О. Діденко, О. О. Градінарова, Г. Г. Савіна, Т. А. Воронюк, О. П. Савіцька, І. Ю. Сіваченко, М. П. Сагайдак, В. М. Кузьомко, Я. М. Столярчук, С. М. Клименко, В. С. Мазур, Т. В. Омеляненко, А. В. Солов'янчик, А. М. Поручник, І. М. Репіна та інші.

Хоча сьогодні немає єдиного визначення поняття конкурентоспроможності підприємства, воно все

одно не втрачає своєї актуальності. У різноманітних наукових економічних журналах можна знайти велику кількість інтерпретацій даного поняття. Визначення може залежати від того, чим виступає об'єкт господарювання. Ним можуть бути: фірма, підприємство, будь-яка галузь або економіка в цілому.

В умовах ринку успішність діяльності будь-якого підприємства значною мірою залежить від того, наскільки конкурентоспроможна його продукція, товар або послуга, і які дії фірма здійснює для її підтримки в ринкових умовах. Таким чином, забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності є головним стратегічним завданням будь-якого підприємства, особливо на швидкозмінюваному ринку.

«Для того, щоб успішно діяти на ринку в умовах високої конкуренції та підтримувати необхідний рівень конкурентоспроможності, підприємства та організації освоюють нові види послуг, вводять нові форми ведення бізнесу, стимулюють своїх співробітників і борються за залучення кожного клієнта. При плануванні своєї діяльності підприємство враховує не тільки потреби клієнтів, але також і стратегії конкурентів» [10].

Перш ніж розробити стратегію для розвитку власного підприємства, необхідно ретельно вивчити ринок. Таким чином, «досягається позитивний результат у конкурентній боротьбі як закономірний підсумок постійних і грамотних зусиль управлінської діяльності. Наскільки цей результат буде позитивним – багато в чому залежить від конкурентоспроможності підприємства» [11].

На сучасному етапі економічного розвитку в економічній політиці ключове місце займає проблема конкурентоспроможності підприємства. Створення конкурентних переваг перед суперником стає стратегічним напрямком діяльності держави та органів влади у сфері забезпечення конкурентоспроможності національної економіки.

В умовах сьогодення конкуренція зобов'язує учасників ринку мати певний набір факторів, які

забезпечують наявність характерних властивостей, що становлять інтерес для споживачів. Такі властивості та їх затребуваність можуть з часом змінюватися залежно від конкретних особливостей і побажань споживача.

**К**ожен автор залежно від цілей і завдань дослідження, досліджуваних об'єктів, вимог суб'єктів ринкових відносин дає своє визначення конкурентоспроможності підприємства.

Упорядники Тлумачного словника російської мови Ожегов С. І. та Шведова Н. Ю. трактують дане поняття так: «Конкурентоспроможність як здатність витримувати конкуренцію, протистояти конкурентам» [2, с. 290].

На нашу думку, таке визначення поняття «конкурентоспроможність» не є досить чітким, адже відсутній розгляд суб'єкта або об'єкта, який має зазначені риси.

Зав'ялов П. С. дає таке визначення: «Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку» [3]. Схоже визначення наводить і Петров В.: «Конкурентоспроможність – це внутрішня ознака суб'єкта ринкових відносин, що виявляється в процесі конкуренції та дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві капіталістичного типу для розширення відтворення, що передбачає покриття всіх витрат виробництва та отримання прибутку від легальної господарської діяльності» [4].

Обидві точки зору при визначенні поняття «конкурентоспроможність» не враховують поняття «конкурентоспроможності продукції», а розглядають її лише з точки зору підприємства. Між тим, поняття «товар» не можна не брати до уваги, адже воно є частиною поняття «конкурентоспроможність підприємства». Але автори досить чітко підкреслили необхідність високого рівня ефективної господарської діяльності, що, своєю чергою, є ключовим елементом високої конкурентоспроможності.

Фатхутдінов Р. А. у своїй праці [5] пише про те, що конкурентоспроможність виступає властивістю об'єкта, яка має різноманітні характеристики, які порівняно краще, ніж у конкурентів, на конкретному ринку. Конкурентоспроможність суб'єкта господарювання визначає багато чинників. Існують зовнішні та внутрішні фактори. До зовнішніх належать: постачальники, інвестиційна привабливість, державні органи, споживачі, конкуренти, а до внутрішніх – кадровий, продуктивний, маркетинговий і фінансовий потенціал. Але в даному трактуванні простежується акцент лише на понятті «конкурентоспроможність продукції».

Виходячи з цього можна зробити висновок, що «конкурентоспроможність підприємства» має дуже різноманітні властивості, тому треба акцентувати увагу на всі чинники одночасно, а не лише на один фактор.

Своєю чергою, Калашнікова Л. М. дає достатньо повне визначення конкурентоспроможності підприємства: «Конкурентоспроможність підприємства – комплексне поняття, яке зумовлене системою та якістю управління, якістю продукції, широтою і глибиною асортименту, затребуваного суспільством або окремими його членами, стабільним фінансовим станом, здатністю до інновацій, ефективним використанням ресурсів, цілеспрямованою роботою з персоналом, рівнем системи руху товару та сервісу, іміджем фірми» [6]. З таким визначенням не погодитися, адже воно певною мірою базується на зовнішній і внутрішній діяльності підприємства.

З огляду на визначення Фасх'єва Х. А. [7] (табл. 1) бачимо, що автор підкреслює величезний взаємозв'язок конкурентоспроможності підприємства та товару. Товар, який за багатьма характеристиками краще, ніж в інших виробників, є головною складовою успіху підприємства на ринку. Але, звісно, не можна забувати про інші фактори.

**П**ерш за все, зауважимо, як визначається поняття «конкурентоспроможність» у широкому розумінні, а саме: як кількісна та якісна характеристика показників, що визначають не тільки соціально-економічний розвиток країни, але і потенціал для подальшого зростання та вдосконалення з метою досягнення персональних цілей.

Але через те, що стратегічні підприємницькі цілі мають тимчасову прив'язку, здатність підприємства конкурувати на ринку складатиметься з його вміння вести успішну діяльність у конкурентних умовах протягом тривалого часу.

Через труднощі з повним доступом до інформації про діяльність суперників керівництво підприємства часто має викривлену думку про перевагу підприємства над його конкурентами, що може призвести до ослаблення зусиль, які повинні забезпечувати рівень конкурентної переваги своєї фірми.

Сьогодні існує безліч факторів, що впливають на конкурентну боротьбу підприємства та визначають її результат наперед. Серед факторів, що визначають ставлення споживачів до самого підприємства, а також продукції та послуг, що надаються їм, можна зазначити фактори зовнішнього середовища компанії. Вони зазвичай становлять першу групу.

До другої групи належать фактори, які дозволяють через самих себе керувати конкурентоспроможністю підприємницької структури в цілому, впливати на підприємницьку діяльність, а та, своєю чергою, може справляти взаємний вплив на них (на фактори). Як правило, ця група факторів має найбільший вплив на внутрішнє середовище компанії.

Конкурентоспроможність підприємства є багатофакторною величиною, і в довгостроковому періоді, в умовах вільного ринку та конкурентних взаємин його учасників буде визначатися комбінаціями різних факторів.

## Основні підходи до визначення категорії «конкурентоспроможність підприємства»

Автор(-и), джерело	Визначення
Ожегов С. І., Шведова Н. Ю. [2]	Конкурентоспроможність як здатність витримувати конкуренцію, протистояти конкурентам
Зав'ялов П. С. [3]	Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку
Петров В. [4]	Конкурентоспроможність – це внутрішня ознака суб'єкта ринкових відносин, що виявляється в процесі конкуренції та дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві капіталістичного типу для розширення відтворення, що передбачає покриття всіх витрат виробництва та отримання прибутку від легальної господарської діяльності
Фатхутдінов Р. А. [5]	Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку
Калашнікова Л. М. [6]	Конкурентоспроможність підприємства – комплексне поняття, яке зумовлене системою та якістю управління, якістю продукції, широтою та глибиною асортименту, затребуваного суспільством або окремими його членами, стабільним фінансовим станом, здатністю до інновацій, ефективним використанням ресурсів, цілеспрямованою роботою з персоналом, рівнем системи руху товару та сервісу, іміджем фірми
Фасхiev X. A. [7]	Під конкурентоспроможністю підприємства мається на увазі як реальна, так і потенційна здатність компанії розробляти, виготовляти, збувати й обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентоспроможні вироби, тобто товари, що перевершують по якісно-цінових параметрах аналоги та користуються більш пріоритетним попитом у споживачів
Єрмолов М. О. [8]	Конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, що показує відмінність процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності

З огляду на це, на нашу думку, абсолютно недоцільно намагатися ототожнювати конкурентоспроможність підприємства із задоволенням «потреб покупців краще, ніж суперники». Подібний підхід співвідноситься безпосередньо з визначенням конкурентоспроможності продукції, де дана обставина, дійсно, має вирішальне значення. У випадку ж з визначенням конкурентоспроможності підприємства цього буде явно недостатньо. Здатність задовольняти потреби покупців набагато краще, ніж конкуренти, та конкурентоспроможність продукції, безумовно, є найважливішими складовими формування конкурентоспроможності підприємства, але вирішальне значення (на поточну та перспективну конкурентоспроможність) можуть мати зовсім інші чинники. Таким чином, нам представляється можливим стверджувати, що без конкурентоспроможної продукції підприємство не може бути конкурентоспроможним, але наявність конкурентоспроможної продукції ще не зумовлює (не тотожне, не детермінує) конкурентоспроможності самого підприємства.

Проаналізувавши дані визначення, можемо виокремити певні ознаки поняття «конкурентоспроможність» (табл. 2).

Таким чином, проведений аналіз літературних джерел дозволяє зробити висновок, що конкурентоспроможність підприємства – багатопланова еконо-

Таблиця 2

## Класифікація конкурентоспроможності за певними ознаками

Територіально-географічна сфера	Рівень конкуруючих об'єктів	Фіксація в часі
Міжнародна	Галузі	На конкретну дату
Внутрішньо-національна	Підприємства	Поточна
Регіональна	Продукція та послуги	Прогнозна

мічна категорія, яка не має загальноприйнятого, універсального визначення, що задовольняє всіх учасників ринкових відносин. «Конкурентоспроможність підприємства» як поняття містить великий комплекс економічних характеристик, які визначають положення підприємства на ринку. Формування економічних умов виробництва, а також збуту товару підприємства є характеристиками товару, з якого складається цей комплекс.

## ВИСНОВКИ

Виходячи з вищесказаного, можемо зробити висновок, що існує дуже багато точок зору щодо

поняття «конкурентоспроможність підприємства», яке містить в себе різноманітні фактори: зовнішні та внутрішні. До зовнішніх належать: постачальники, інвестиційна привабливість, державні органи, споживачі, конкуренти, а до внутрішніх – кадровий, продуктивний, маркетинговий і фінансовий потенціал. «Конкурентоспроможність підприємства» має дуже різноманітні властивості, тому під час визначення цього терміна треба акцентувати увагу на всі чинники одночасно, а не лише на один фактор.

Узагальнення різноманітних визначень сутності поняття «конкурентоспроможність» показало, що конкуренція змушує товаровиробників підвищувати якість товару та привертати увагу нових покупців, а отже, і збільшувати власні прибутки. В умовах конкуренції завжди проявляється конкурентоспроможність, причому на різних рівнях, які необхідно враховувати при управлінні нею [9].

Конкурентоспроможність є вирішальним фактором комерційного успіху підприємства та об'єктивно характеризує його можливості та рівень пристосованості до ринкових умов. Вірний вибір конкурентної переваги та стратегії поведінки на ринку забезпечує бізнесу довгострокові перспективи підвищення прибутковості. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

- Ковтуненко К. В., Ковальчук О. В., Живоцер Д. П. Організаційне забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах виходу на зовнішні ринки. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. № 12/4. С. 9–12. DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.12\(4\).2](https://doi.org/10.37634/efp.2020.12(4).2)
- Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. 4-е изд., доп. М.: А Темп, 2006. 944 с.
- Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учебное пособие. М. : ИНФРА-М, 2002. 496 с.
- Петров В. Конкурентоспособность. Анализ факторов, показателей и критериев, определяющих успех субъектов рынка в конкурентной борьбе на различных уровнях экономической деятельности (микро-, мезо-, макро-, глобальном). *Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция (РИСК)*. 1999. № 4. С. 4–11.
- Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М. : ИНФРА-М, 2000. 312 с.
- Калашникова Л. М. Конкурентоспособность предприятий и их продукции. *Машиностроитель*. 2003. № 11. С. 15–18.
- Фасхиев Х. А. Определение конкурентоспособности предприятия. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2009. № 4. С. 75–83.
- Ермолов М. О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара // Как продать ваш товар на внешнем рынке. М. : Мысль, 1990. С. 228–241.
- Станіславик О. В., Коваленко О. М. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. *Економічний форум*. 2017. № 2. С. 223–231.
- Сурат И. Л. Обеспечение конкурентоспособности в процесс управления предприятием. *Вестник экспериментального образования*. 2018. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-konkurentosposobnosti-v-protssesse-upravleniya-predpriyatiem/viewer>
- Борщева А. В., Ильченко С. В. Факторы конкурентоспособности предприятия. *Бизнес и дизайн ревю*. 2018. № 1. С. 6.

#### REFERENCES

- Borshcheva, A. V., and Ilchenko, S. V. "Faktory konkurentosposobnosti predpriyatiya" [Factors of Competitiveness of the Enterprise]. *Biznes i dizayn revyu*, no. 1 (2018): 6.
- Faskhiyev, Kh. A. "Opredeleniye konkurentosposobnosti predpriyatiya" [Determination of the Competitiveness of the Enterprise]. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, no. 4 (2009): 75-83.
- Fatkhutdinov, R. A. *Konkurentosposobnost: ekonomika, strategiya, upravleniye* [Competitiveness: Economics, Strategy, Management]. Moscow: INFRA-M, 2000.
- Kalashnikova, L. M. "Konkurentosposobnost predpriyatii i ikh produktarii" [Competitiveness of Enterprises and Their Products]. *Mashinostroitel*, no. 11 (2003): 15-18.
- Kovtunen, K. V., Kovalchuk, O. V., and Zhyvoder, D. P. "Orhanizatsiine zabezpechennia upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva v umovakh vykhodu na zovnishni rynky" [Organizational Management of Enterprise Competitiveness in Terms of Entering Foreign Markets]. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, no. 12/4 (2020): 9-12. DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.12\(4\).2](https://doi.org/10.37634/efp.2020.12(4).2)
- Ozhegov, S. I., and Shvedova, N. Yu. *Tolkovyy slovar russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Moscow: A Temp, 2006.
- Petrov, V. "Konkurentosposobnost. Analiz faktorov, pokazateley i kriteriyev, opredelyayushchikh uspekhn subektov rynka v konkurentnoy borbe na razlichnykh urovnyakh ekonomicheskoy deyatel'nosti (mikro-, mezo-, makro-, globalnom)" [Competitiveness. Analysis of Factors, Indicators and Criteria That Determine the Success of Market Entities in Competition at Various Levels of Economic Activity (Micro-, Meso-, Macro-, Global)]. *Resursy, informatsiya, snabzheniye, konkurentsia (RISK)*, no. 4 (1999): 4-11.
- Stanislavyyk, O. V., and Kovalenko, O. M. "Aktualni shliakhy ta faktory pidvyshchennia konkurentospromozhnosti vitchyznianoho pidpriemstva" [Actual Ways and Factors of Domestic Enterprise Competitiveness Increase]. *Ekonomichnyi forum*, no. 2 (2017): 223-231.
- Surat, I. L. "Obespecheniye konkurentosposobnosti v protssesse upravleniya predpriyatiyem" [Ensuring Competitiveness in the Process of Enterprise Management]. *Vestnik eksperimental'nogo obrazovaniya*, no. 1 (2018). <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-konkurentosposobnosti-v-protssesse-upravleniya-predpriyatiem/viewer>
- Yermolov, M. O. "Chem otlichayetsya konkurentosposobnost firmy ot konkurentosposobnosti tovara" [What Is the Difference between the Competitiveness of a Company and the Competitiveness of a Product]. In *Kak prodad vash tovar na vneshnem rynke*, 228-241. Moscow: Mysl, 1990.
- Zavyalov, P. S. *Marketing v skhemakh, risunkakh, tablitsakh* [Marketing in Diagrams, Figures, Tables]. Moscow: INFRA-M, 2002.