

УДК 339.137

JEL Index: L41, P25

І. Парфенчук

I. Parfenchuk

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

MANAGEMENT BY ENTERPRISES COMPETITIVENESS IN THE SYSTEM OF NATIONAL ECONOMY

Демократизація суспільного життя вимагає нових підходів і методів до управління. Конкурен-тоспроможність національної економіки є складовою підвищення рівня життя в країні, що для сьо-годення є актуальним і необхідним.

У статті розглянуто поняття конкурентоспроможності, управління конкурентоспроможні-стю, конкуренції з точки зору сучасних підходів. Проаналізовано чинники впливу управління конкурен-тоспроможністю підприємств у системі національного господарства. Запропоновано інноваційні шляхи управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання в національній економіці.

Ключові слова: конкурентоспроможність, управління конкурентоспроможністю, ринок, кон-куренція.

Актуальність проблеми. В умовах жорсткої конкуренції країни переходять до управління наці-ональною економікою на засадах сучасних наукових підходів і методів галузі національного господар-ства. Суб'єкти господарювання як основна ланка національної економіки змушені впроваджувати інно-ваційні напрями господарювання, враховуючи глобалізаційні процеси на світовому ринку товарів і по-слуг. Саме управління конкурентоспроможністю як суб'єктів господарювання, так і галузей національ-ного господарства формується на побудові та реалізації механізму інноваційної моделі економіки.

У цьому аспекті особливої актуальності набуває дослідження науково-методичних та практичних підходів до формування розвитку та управління конкурентоспроможністю національного господарства.

Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій. Дослідженню проблематики конкуренто-спроможності, управління нею, аналізу, оцінюванню присвячені праці багатьох вітчизняних та іно-земних вчених-економістів.

Класичні погляди на конкурентоспроможність у сучасному вимірі сформулювали: Ciffo S, March A., Мінцберг Г., Портер М., Qwinn E., Whittington J. В. та інші автори.

Вагомий теоретичний внесок у розвиток класичних поглядів на конкурентоспроможність; зок-рема управління нею, зробили Амоша О. І., Хамініч С. Ю., Пабат А. А., Чумаченко М. Г., Чухно А. А та багато інших вчених.

Проте теоретичні, методичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю під-приємств, галузей, національного господарства в цілому залишаються недостатньо вивченими, особ-ливо у зв'язку з визначенням чинників впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, застосуван-ням сучасних наукових підходів до управління, удосконаленням економічних відносин, інтеграцією країни у світовий глобалізаційний простір.

Аналізуючи наукові джерела сучасної економічної літератури з проблематики управління кон-курентоспроможністю підприємств, фірм, корпорацій тощо, автор підкреслює, що ці питання розгля-даються науковцями вибірково і фрагментарно. Існуючі наукові підходи не враховуються при вико-нанні завдань по забезпеченню управління конкурентоспроможністю національного господарства, що пояснюється складністю і невваженістю в обґрунтуванні цих питань; відсутністю достатнього управлінського досвіду у працівників і керівників.

Формулювання цілей статті. Теоретико-практичне значення вирішення поставлених питань визначено ринковою перебудовою в управлінні діяльністю галузей національного господарства як складною економічною системою.

Основна мета статті – обґрунтування процесу управління конкурентоспроможністю підпри-ємств у системі національного господарства.

Викладення основного матеріалу дослідження. Необхідність моніторингу управлінських процесів як на макрорівні, так і на мікрорівні обумовлена дослідженням особливостей і підходів до

управління підприємствами, корпораціями, фірмами і в цілому галузями національного господарства в сучасних глобалізаційних умовах. Крім того, обов'язково необхідно як враховувати, так і при необхідності впроваджувати наукові підходи системності і комплексності, синергетики і трансформації економічних процесів, організаційно-економічних заходів реалізації конкурентного потенціалу галузі національного господарства та окремого суб'єкта господарювання (підприємства, фірми, корпорації).

Розвиток суспільства на кожному історичному етапі характеризується вибором певної системи поглядів та ідей, що утворює основу і спрямування державної політики, економічного розвитку, суспільної поведінки людей.

На сьогодні у світі, поєднаному глобальною системою економічних, інформаційних та комунікаційних зв'язків, домінуючою у сфері соціально-економічного розвитку є доктрина ліберального капіталізму. Вона має свою кількасотлітню історію постулатів вільної ринкової економіки, які пройшли шлях від меркантилізму, з його державною політикою протекціонізму, через класичну модель ринкової економіки А. Сміта і Д. Рікардо, в якій панує приватна власність і «досконала» конкуренція, до неокласичного напрямку економічної думки (Ж. Сей та інші) [3].

Ринок – місце купівлі-продажу товарів та надання послуг; здійснення торговельних угод, економічні відносини, пов'язані з обміном товарів та послуг; в результаті яких формуються попит, пропозиція і ціна товару, що продається, або послуги, що надається.

Ринок має різноманітні функції, які формуються, реалізуються і здійснюються в умовах конкурентної боротьби.

Структурні зрушення в міжнародному поділі праці, зміни структур як міжнародного, так і національного ринків товарів і послуг посилюють вплив процесів глобалізації на економічну, господарську, науково-технічну, управлінську діяльність підприємств.

Глобалізація (глобальність) має міжнародний характер; величезний масштаб; повноту охоплення дій і процесів як в економічній сфері, так і в суспільному житті [6]. Демократизація суспільного життя вимагає нових підходів і методів до управління як суб'єктів господарювання, так і національної економіки в цілому [12].

Тому і процеси, що відбуваються з підприємствами (їх господарствами), ринками, державами, мають міжнародний характер. Загальне охоплення масштабності і є глобалізацією. Концепція конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах ґрунтується на глобалізації.

Управління конкурентоспроможністю передбачає постійне оцінювання і контроль змін, що відбуваються у глобалізованому світі і, тим самим, впливають на національні економіки та її складову, що вимагає необхідність підтримки здатності країни, економіки, національного господарства та його складових до виживання, конкуренції та розвитку.

Сучасний ринок вимагає переосмислення елементів, які формують основні суб'єкти ринку. Інтеграція економіки будь-якої країни у глобалізаційний процес формує основні важелі впливу на підвищення і управління конкурентоспроможністю.

По-перше, це людський капітал, який включає трудові ресурси, що відповідають вимогам міжнародного ринку праці; інтелектуальний потенціал, що базується на впровадженні і забезпеченні напрямів НТП та інноваційних напрямів діяльності; по-друге, товари та послуги, що надаються, повинні відповідати міжнародним стандартам ISO 9000; по-третє, розширення можливостей і посилення прав національних виробників на глобалізаційному ринку товарів та послуг; по-четверте, підвищення продуктивності праці в секторах національної економіки і на рівні суб'єктів господарювання; по-п'яте, впровадження напрямів ефективної інноваційної державної політики, удосконалення науково-виробничих, техніко-економічних складових, управлінського механізму для досягнення основної місії підприємства (менеджмент 1) та побудова вигідної позиції галузі, фірми, корпорації тощо у зовнішньому маркетинговому середовищі, що постійно змінюється, і, крім того, необхідність добросовісної конкуренції на міжнародному ринку товарів і послуг.

Трансформація побудови сучасного ринкового середовища обумовила дослідження управління конкурентоспроможністю національного господарства, галузі, суб'єкта господарювання як об'єктивний соціально-економічний процес сучасного періоду розвитку національної економіки.

На відміну від попередніх періодів (адміністративно-командної економіки, становлення ринкової економіки), які характеризуються жорсткою регламентацією господарської діяльності підприємства, сучасний етап розвитку національної економіки базується на ефективному управлінні конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання (підприємств, фірм) і, тим самим, підвищує управління конкурентоспроможністю національної економіки.

Формування певного ступеня рівня конкурентоспроможності національної галузі або підприємства, фірми, корпорації (суб'єкта господарювання) вимагає своєчасного постійного управління власними конкурентними перевагами.

Так, управління – це свідомий, цілеспрямований вплив з боку суб'єктів (органів та людей) на економічні об'єкти, здійснюваний з метою скерувати їх дії та одержати очікувані результати [10, с. 356].

Поняття «конкурентоспроможність» розглядається у взаємодії з категорією «конкуренція». Конкуренція (від лат. “concurrentia” – стикатися) – змагання між виробниками (продавцями) товарів, а в загальному випадку – між будь-якими економічними, ринковими суб'єктами; боротьба за ринки збуту товарів з метою отримання більш високих доходів, прибутку, інших вигод. Конкуренція являє собою цивілізовану, легалізовану форму боротьби за існування з найбільш дієвих механізмів відбору і регулювання в ринковий економіці [7].

Розглядаючи категорію «конкурентоспроможність», автор підкреслює, що погляди вчених базуються на виділенні (з їхньої точки зору) найважливіших певних особливостей, які формують ці поняття.

Так, ряд учених [12] виділяють як визначальну характеристику категорії «конкурентоспроможність» – здатність суб'єктів господарювання, економічної системи або цілої країни до конкуренції. В деяких випадках використовують ті або інші складові виокремленої характеристики, а саме: уміння створювати товар, ефективність використання ресурсів, стійкий стан економіки країни, використання стратегій, протистояння міжнародній конкуренції, «властивості об'єкта», підвищення ефективності національного виробництва та ін. [7].

Автор згоден, що основні положення конкуренції і конкурентоспроможності М. Портера є найбільш досконалими, комплексними і фундаментальними порівняно з концепціями багатьох вчених як минулого, так і сучасності.

М. Портер підкреслює, що конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з наявними й аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин [9].

Саме конкуренція сприяє підвищенню конкурентоспроможності галузі або підприємства, фірми, корпорації тощо, впливає на процес управління конкурентоспроможністю.

Розглядаючи управління як свідому цілеспрямовану дію з боку суб'єктів господарювання і економічних об'єктів [10], автор підкреслює, що досягнення першого рівня менеджменту – отримання прибутку. Виконання наступного рівня менеджменту – прийняття ефективних управлінських рішень і, тим самим, грамотне управління конкурентоспроможністю галузі або суб'єкта господарювання.

Використовуючи різний інструментарій, необхідно визначити основні напрями, які позитивно впливають на управління конкурентоспроможністю, і позначити ризики в управлінні конкурентоспроможністю.

Так, основною складовою механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, фірми, корпорації або галузі в цілому є побудова моделі виокремлення, формування та визначення конкурентних переваг як суб'єкта, так і економічної системи.

Пропонується виділяти такі фактороутворюючі особливості соціально-економічних систем:

- визначення загальної мети як напряму розвитку системи;
- підпорядкованість завдань кожного елемента спільній меті системи;
- усвідомлення кожним елементом своїх завдань та обґрунтування загальної мети;
- виконання кожним елементом своїх функцій, що виокремлюються з поставленої задачі;
- взаємовідносини між елементами системи;
- управлінський орган;
- зворотний зв'язок і контроль [2].

Крім того, вплив мікро- та макросередовища на економічну систему – першочерговий чинник управління конкурентоспроможністю, бо вони взаємозалежні та взаємоузгоджені.

Для підприємства, фірми, корпорації, галузі національного господарства середовищем життєдіяльності є навколишній ринковий простір – ринок. Зовнішнє ринкове середовище як складна ринкова система виділяється складом факторів, що впливають на неї, та характером її впливу. Для сьогодення характерний вихід на передові позиції маркетингової складової (комплекс 4P), споживачі як головний кон'юнктурний чинник ринку.

Аналізуючи наукові підходи до управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання, автор підтримує наступні точки зору.

Так, Р. А. Фатхудінов, який комплексно дослідив ці наукові підходи, говорить, що системний підхід інтерпретується як «методологія дослідження об'єктів як системи». Цей науковий підхід, на жаль, в економічних дослідженнях застосовується рідко через складність перетворення абстрактних процесів, категорій, явищ у конкретні процеси, категорії, явища [11, с. 97–98].

Логічний підхід в умовах глобалізації використовується частіше, базуючись на принципах діалектичної логіки (об'єктивного розгляду, світоглядного сприйняття первинності матеріального і вторинності ідеального; історизму – розгляду об'єкта в його розвитку, зміні, динаміці), принципах формальної логіки (тотожність – вимоги певного мислення; непротивіччя – послідовності мислення; обґрунтування – істинності твердження, не приймаючи його на віру).

Функціональний підхід до управління конкурентоспроможністю передбачає використання комплексності функцій (наприклад, маркетингова функція націлена на задоволення потреб споживача з урахуванням самого товару: його якості, властивостей, необхідності споживача, ціни товару, ринку його продажів і природного його просування).

Так, необхідно обов'язково застосовувати комплекс маркетингу «4Р» (product – товар, продукція; price – ціна, place – місце продажу, розміщення, ринок; promotion – просування товару, рекламно-пропагандистська діяльність). Наочно кожна з цих функцій потребує окремого ринкового дослідження з метою сприйняття, яким чином вона впливає на конкурентоспроможність (рис. 1).

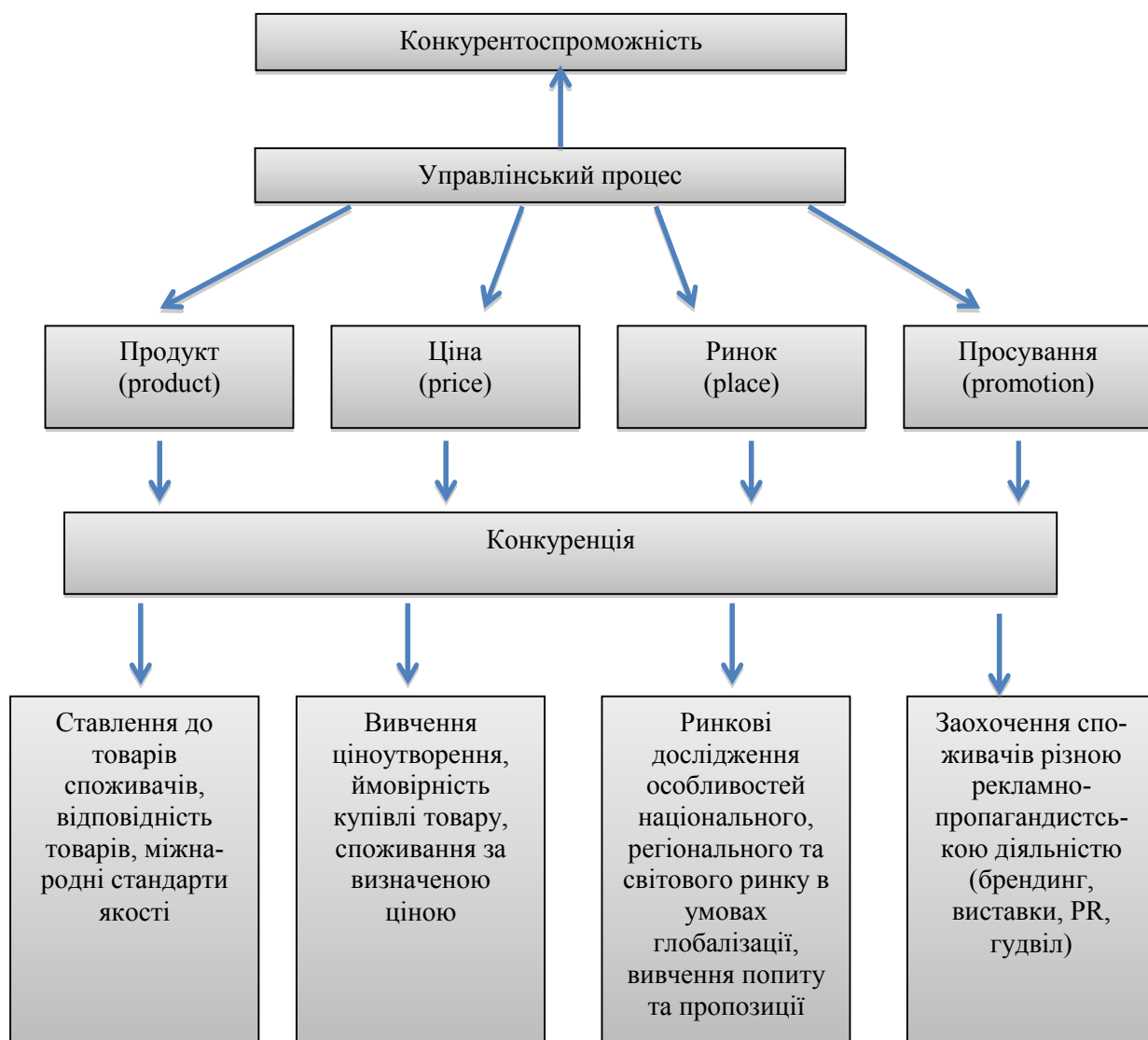


Рис. 1. Механізм управління конкурентоспроможністю на засадах комплексу «4Р»
(складено автором з урахуванням джерела [13])

Цей науковий підхід визначає значущість і пріоритети інструментарію управління на ринку та орієнтований на вирішення усіляких завдань як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках.

Не можна не акцентувати увагу на ситуаційному підході – альтернативність досягнення цілей; стандартизації – встановлення певних норм, правил і стандартів; інтеграційному підході – посилення, поглиблення аспектів взаємодії суб'єктів господарювання [11].

Використання сучасних наукових підходів до управління конкурентоспроможністю комплексно може бути ефективним і дієвим напрямом досягнення поставленої мети.

Отже, ринок – багаторівнева система, яка повинна ґрунтуватися на економічних законах з урахуванням конкурентних переваг суб'єктів господарювання. Управління конкурентоспроможністю в умовах глобалізації необхідно розглядати із застосуванням системного, інтеграційного підходів у комплексі.

Використання знань, механізмів і алгоритмів дії економічних законів ринку, взаємодії політичної та економічної системи державного регулювання діяльності як суб'єктів господарювання, так і галузей національного господарства, впровадження сучасних інноваційних методів, моделей і принципів управління в умовах жорсткої конкуренції дає можливість ефективно приймати грамотні управлінські рішення.

Результатом управління конкурентоспроможністю підприємств у системі національного господарства повинні стати конкретні, сталі переваги, які безпосередньо будуть відповідати основній діяльності підприємства, розвитку і формуванню чесної конкуренції, рівню його економічного потенціалу з урахуванням зовнішніх загроз, внутрішніх можливостей, оцінки ризиків і впливу макро- та мікросередовища.

Список використаної літератури

1. Амоша А. І. Канони ринка і закони економіки. – Кн. 6: Прикладний соціально-економічний аналіз / А. І. Амоша, Є. Т. Іванов, С. Є. Іванов ; НАН України, Ін-т економіки пром-ті. – Донецьк, 2003. – 596 с.
2. Голомша Н. Е. Маркетингові дослідження ринку молока та молокопродукції / Н. Е. Голомша // Економіка АПК. – 2004. – № 6. – С. 106–111.
3. Громадянське суспільство і формування нової парадигми соціально-економічного розвитку в умовах глобалізації : матеріали Х Пленуму Правління Співки економістів України та Міжнар. наук.-практ. конф. / [за заг. ред. акад. АЕН України, проф. В. В. Оскольського]. – К., 2015. – 390 с.
4. Минцберг Г. Стратегический процесс: концепции, проблемы, решения / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошал. – С.Пб. : Питер, 2001. – 684 с.
5. Нова парадигма формування стратегій економічної безпеки України у XXI ст. : зб. наук. праць. – К. : УААН, 2000. – 384 с.
6. Новий тлумачний словник української мови : у 3 т. / [уклад. В. Яременко, О. Сліпушко]. – К. : Аконіт, 2008. – Т. 1. – 926 с.
7. Новий тлумачний словник української мови : у 3 т. / [уклад. В. Яременко, О. Сліпушко]. – К. : Аконіт, 2008. – Т. 2. – 926 с.
8. Новий тлумачний словник української мови : у 3 т. / [уклад. В. Яременко, О. Сліпушко]. – К. : Аконіт, 2008. – Т. 3. – 862 с.
9. Портер М. Э. Конкуренция / Майкл Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2003. – 496 с.
10. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. – [2-е изд., испр.]. – М. : ИНФРА-М, 1995. – 479 с.
11. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.
12. Хамініч С. Ю. Енергетична складова конкурентоспроможності національної економіки : [монографія] / С. Ю. Хамініч, А. А. Пабат. – Дніпропетровськ : Ліра ЛТД, 2012. – 148 с.
13. Хейг П. Маркетинговые исследования на практике : основные методы изучения рынка / Пол Хейг, Нік Хейг, Керол Энн Морган. ; пер. с англ. – Днепропетровск : БАЛАНС-Бизнес брукс, 2005. – 312 с.
14. Чумаченко М. Г. Економічна модель оцінки ймовірності банкрутства українських підприємств / М. Г. Чумаченко // Економіка та держава. – 2005. – № 3. – С. 34–41.
15. Чухно А. А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України : [монографія] / А. А. Чухно. – К. : Логос, 2003. – 632 с.
16. Certo S. Strategic management: concepts and applications / S. Certo, P. Peter. – Irwin. – USA, 1994. – 198 p.

17. Marck A. Management ownerships and market valuations: an empirical analysis / A. Marck, A. Shieifer, R. Visny // *Journal of Financial Economics*. – 1988. – Vol. 20, № 2. – P. 78–91.
18. Quinn J. B. Strategies for change: logistical incrementalism / J. B. Quinn. – Homewood, IL, Dow-Jones-Irwin, 1980. – 234 p.
19. Whittington R. What is strategy and does it matter? / R. Whittington. – London: Routledge, 1993. – 475 p.

References

1. Amosha, A. I., Ivanov, Ye. T. and Ivanov, S. Ye. (2003), Market canons and economy laws, Book 6: Applied social and economic analysis [Kanony rynku i zakony ekonomiky. Kn. 6: Prykladnyy sotsial'no-ekonomichnyy analiz], Donets'k, 596 p.
2. Holomsha, N. E. (2004), "Marketing research of milk and milk products market" ["Marketynhovi doslidzhennya rynku moloka ta molokoproduktsiyi"], *Ekonomika APK*, No.6, pp. 106–111.
3. "Hromadyans'ke suspil'stvo i formuvannya novoyi paradyhmy sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku v umovakh hlobalizatsiyi": materialy X Plenumu Pravlinnyya Spilky ekonomistiv Ukrayiny ta Mizhnar. nauk.-prakt. konf. za zah. red. akad. AEN Ukrayiny, prof. V. V. Oskol'skoho (2015), Kyiv, 390 s.
4. Mintsberg, G., Quinn, J. B. and Hoshal, S. (2001), Strategic process: concepts, problems, solutions [Strategicheskyy protsess: kontseptsiyi, problemy, resheniya], St. Petersburg: Piter, 684 p.
5. "Nova paradyhma formuvannya stratehiy ekonomichnoyi bezpeky Ukrayiny u XXI st.": zb. nauk. prats' (2000), UAAN, Kyiv, 384 s.
6. Yaremenko, V. and Slipushko, O. (lexicographers) (2008), New explanatory dictionary of Ukrainian language: in 3 vol. [Novyy tлумachnyy slovnyk ukrayins'koyi movy: u 3 t.], Akonit, Kyiv, Vol. 1, 926 p.
7. Yaremenko, V. and Slipushko, O. (lexicographers) (2008), New explanatory dictionary of Ukrainian language: in 3 vol. [Novyy tлумachnyy slovnyk ukrayins'koyi movy: u 3 t.], Akonit, Kyiv, Vol. 2, 926 p.
8. Yaremenko, V. and Slipushko, O. (lexicographers) (2008), New explanatory dictionary of Ukrainian language: in 3 vol. [Novyy tлумachnyy slovnyk ukrayins'koyi movy: u 3 t.], Akonit, Kyiv, Vol. 3, 862 p.
9. Porter, M. E. (2003), Competitiveness [Konkurentsiya], Izdat. dom "Vil'yams", Moscow, 496 p.
10. Raizberg, B. A., Lozovskiy, L. Sh. and Starodubtseva, E. B. (1995), Modern economic dictionary, 2nd ed. [Sovremennyy ekonomicheskyy slovar', 2-ye izd.], INFRA-M, Moscow, 479 p.
11. Fatkhutdinov, R. A. (2005), Management by organization's competitiveness, 2nd ed. [Upravleniye konkurentosposobnost'yu orhanizatsii, 2-ye izd., ispr. i dop.], Izd-vo Eksmo, Moscow, 544 p.
12. Khaminich, S. Yu. and Pabat, A. A. (2012), Energy component of national economy competitiveness [Energetychna skladova konkurentospromozhnosti natsional'noyi ekonomiky], Lira LTD, Dnipropetrovs'k, 148 p.
13. Kheig, P., Kheig, N. and Morgan, K. E. (2005), Marketing research in practice: the main methods of market study [Marketingovyye issledovaniya na praktike: osnovnyye metody izucheniya rynku], BALANS-Biznes buks, Dnepropetrovsk, 312 p.
14. Chumachenko, M. H. (2005), "Economic model for estimation of the probability of Ukrainian enterprises bankruptcy" ["Ekonomichna model' otsinky ymovirnosti bankrutstva ukrayins'kykh pidpryyemstv"], *Ekonomika ta derzhava*, No. 3, pp. 34–41.
15. Chukhno, A. A. (2003), Post-industrial economy: theory, practice and their importance for Ukraine [Postindustrial'na ekonomika: teoriya, praktyka ta yikh znachennya dlya Ukrayiny], Lohos, Kyiv, 632 p.
16. Certo, S. and Peter, P. (1994), Strategic management: concepts and applications, Irwin, USA, 198 p.
17. Marck, A., Shieifer, A. and Visny R. (1988), "Management ownerships and market valuations: an empirical analysis", *Journal of Financial Economics*, Vol. 20, No. 2, pp. 78–91.
18. Quinn, J. B. (1980), Strategies for change: logistical incrementalism, Homewood, IL, Dow-Jones-Irwin, 234 p.
19. Whittington, R. (1993), What is strategy and does it matter?, Routledge, London, 475 p.

I. Parfenchuk

MANAGEMENT BY ENTERPRISES COMPETITIVENESS IN THE SYSTEM OF NATIONAL ECONOMY

The democratization of social life requires new approaches and methods to management. The competitiveness of national economy is a part of improvement of life and society of the country that today is important and necessary.

In the article the concept of competitiveness, competitiveness management and competition in terms of current approaches are highlighted. The factors affecting the competitiveness of enterprises management system of national economy are analyzed. Innovative ways of competitive entities managing in national economy are offered. The works of many home and foreign scientists are devoted to the research of competitiveness management problems, but theoretical, methodological and practical aspects indicate that the management by economic competitiveness of national economy industries is not studied enough. In the light of the task of overcoming the crisis by domestic economy modern scientific approaches and innovative measures are necessary for the effective formation of the mechanism of national economy and increase of its competitiveness.

Analyzing various scientific sources of modern economic literature on management by competitiveness of enterprises, firms, corporations, etc., the author stresses that these issues have been considered selectively and fragmentary by scientists. Existing scientific approaches are not taken into account while solving the tasks to ensure management by competitiveness of national economy, due to the complexity and uncertainty in the substantiation of these issues; the lack of sufficient managerial experience of employees and executives.

Specific, sustainable benefits that will directly correspond to the basic enterprise's activities, the development and formation of fair competition, the level of its economic potential, taking into account external threats, internal capabilities, the assessment of risks and the impact of macro- and microenvironment, should become the result of competitiveness management of enterprises in the system of national economy.

Keywords: *competitiveness, competitiveness management, market, competition.*

Рецензенти: д.е.н., професор Хамініч С. Ю., завідувач кафедри маркетингу, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара; д.е.н., професор Кратт О. А., Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського.