ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ

THEORETICAL ASPECTS OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE ON THE BASIS OF MARKETING

УДК 339.138
https://doi.org/10.32843/infrastruct35-26

Громова О.Є.
к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу та реклами
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
Сивак С.М.
студент
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті розглянуто та обґрунтовано роль поняття «конкурентоспроможність підприємства» як одного з вирішальних факторів успішної діяльності суб'єктів господарювання у ринкових реаліях. Приділена увага розкриттю сутності терміна «економічна конкуренція» та ролі, яку вона відіграє у системі відносин між ринковими гравцями, що є відправною точкою для подальшого розгляду сутності конкурентоспроможності. Опрацьовано підходи вітчизняних вчених до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства», на основі чого виведено сутність та основоположні ознаки цього показника. Проведена робота з пошуку конкретних важелів, які керують конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання. За результатами визначення та аналізу сил, що здійснюють вплив на показник конкурентоспроможності ринкових суб'єктів, були здійснені систематизація та групування виявлених зовнішніх та внутрішніх факторів впливу.

Ключові слова: *економічна конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, ринкові відносини, зовнішні фактори, внутрішні фактори, конкурентні переваги.*

В статье рассмотрена и обоснована роль понятия «конкурентоспособность предприятия» как одного из решающих факторов успешной деятельности субъектов хозяйствования в рыночных реалиях. Уделено внимание раскрытию сущности термина «экономическая конкуренция» и роли, которую она играет в системе взаимоотношений между рыночными игроками, что является отправной точкой для дальнейшего рассмотрения сущности конкурентоспособности. Обработаны подходы отечественных ученых к определению понятия «конкурентоспособность предприятия», на основе чего выяснена сущность и основополагающие признаки данного показателя. Проведена работа по поиску конкретных рычагов, управляющих конкурентоспособностью субъектов хозяйствования. По результатам определения и анализа сил, оказывающих влияние на показатель конкурентоспособности рыночных субъектов, были осуществлены систематизация и группировка выявленных внешних и внутренних факторов влияния.

Ключевые слова: *экономическая конкуренция, конкурентоспособность предприятия, рыночные отношения, внешние факторы, внутренние факторы, конкурентные преимущества.*

In a competitive environment, every enterprise that is focused on long-term and productive performance must take measures to evaluate and enhance its competitiveness. Under the influence of high competition in today's globalized world, Ukraine needs to build an efficient economy by developing an innovation policy that is strengthened in the context of integration processes. However, constant changes in the external environment, increasing levels of uncertainty and risk, integration of Ukraine into the European economic space complicate the activity of Ukrainian enterprises and make them look for more effective ways of economic growth. Competition forces enterprises of all forms of ownership to constantly monitor changes in the value of material resources, volume of demand and supply, reduce production costs, improve the quality of their products and services, and increase their general competitiveness. Thus, the study of the essence of the concept of competitiveness of the enterprise and the factors influencing it becomes more necessary at current stage of development of Ukrainian national economy. The role of the concept of "enterprise competitiveness" as one of the decisive factors of successful market activity of enterprises is considered and substantiated in scientific work. Attention is paid to the disclosure of the essence of the term "economic competition" and the role it plays in the system of relations between market players, which is the starting point for further consideration of the essence of competitiveness. It is determined that nowadays there are many interpretations of the concept under study, but there is no universal definition. The approaches of Ukrainian scientists to the definition of the concept of «competitiveness of the enterprise» are analyzed, and on this basis the essence and fundamental features of this indicator are defined. Work has been done to find specific economic levers that affect the competitiveness of the enterprise. According to the results of identifying and analyzing the forces influencing the competitiveness of enterprises, systematization and grouping of the identified external and internal factors of influence were carried out.

Key words: *economic competition, competitiveness of the enterprise, market relations, external factors, internal factors, competitive advantages.*

Постановка проблеми. Необхідність опрацювання теоретичних аспектів конкурентоспроможності підприємств зумовлена сучасними умовами господарювання, у яких як представники компаній, так і владні органи постійно перебувають у пошуках шляхів посилення конкурентних переваг вітчизняного бізнесу. Умови ринку диктують жорсткі вимоги щодо стійкого рівня конкурентоспроможності підприємств, без досягнення якого вони мають критично низькі шанси тривалої та успішної діяльності на ринку. Перед органами влади вказані умови ставлять завдання щодо швидкої реакції на зміни у конкурентоспроможності державної економіки загалом. Реакція може проявлятись у вигляді спектру заходів щодо підтримки бізнесу, змін на законодавчому рівні тощо.

Незалежно від того, чи заходи щодо забезпечення стійкого рівня конкурентоспроможності здійснюються на загальнодержавному рівні, чи у розрізі діяльності окремих підприємств, досі не сформовано єдиних універсальних методів досягнення успіху в цьому напрямі. Тому особливо значущою є потреба у з'ясуванні сутності конкурентоспроможності підприємства, а також факторів, що здійснюють вплив на цю категорію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження конкурентоспроможності підприємства висвітлене у працях значної кількості зарубіжних та вітчизняних учених. Вагомий внесок у формування теоретичного базису конкурентоспроможності зробили такі відомі вчені-еко-

номісти, як: І. Ладунка, Т. Халімон, Л. Мельничук, Т. Дяченко, В. Маврова, І. Бурачек та інші. Питання аналізу факторів, що впливають на рівень конкурентоспроможності, було фрагментарно досліджене О. Колмаковою, Ж. Крючковою та іншими. Водночас проблеми, пов'язані із систематизацією та групуванням факторів впливу, потребують поглиблених досліджень.

Постановка завдання. Основними завданнями статті є дослідження поняття «конкурентоспроможність підприємства» як економічної категорії та аналіз факторів, що впливають на цей показник.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття конкуренції є невід'ємним атрибутом ринкового механізму. Конкуренція є на всіх рівнях та ланках економічної системи, а саме на мікро- та макрорівні, і приводить до оптимального розподілу праці та капіталу.

Конкуренція у загальному розумінні являє собою форму суперництва, змагання між певними групами або окремими особами, що зацікавлені в отриманні одного і того самого кінцевого результату. Відповідно, конкурентом вважається будь-хто, хто змагається з іншими у певній діяльності.

В умовах ринкової економіки конкуренція є формою економічної боротьби між окремими суб'єктами ринку за більші можливості задоволення свого попиту, кращі умови та результати господарювання. Галузева конкуренція передбачає суперництво окремих підприємств-продавців товарів та послуг у задоволенні потреб споживачів, в обсягах реалізації товарів та послуг, в частках обслуговування ринку та масі одержаного прибутку [2, с. 34].

Закон України «Про захист економічної конкуренції» визначає, що «економічна конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [10].

Завоювання ринку, боротьба за споживача, перемога над конкурентом та одержання сталого прибутку є основними завданнями конкуренції.

Похідним від конкуренції є поняття конкурентоспроможності, яке є одним із головних вимірювачів успішної діяльності суб'єктів ринкових відносин. У процесі свого функціонування на ринку будь-яке підприємство, незалежно від його розмірів, характеру діяльності та форми власності постійно стикається з необхідністю підтримання та підвищення своєї конкурентоспроможності.

Нині в економічній літературі є широкий спектр визначень поняття «конкурентоспроможність підприємства», тому розглянемо їх більш докладно для глибшого розуміння поняття.

На думку І.С. Ладунки, конкурентоспроможність підприємства – це комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка полягає у спроможності використання різних видів ресурсів ефективніше, ніж у конкурентів, та визначає його положення серед аналогічних суб'єктів господарювання [7, с. 190].

З погляду науковця Т.М. Халімон, конкурентоспроможність підприємства – це агрегована характеристика компетентностей, цінностей та конкурентних переваг, тобто тих активів і параметрів підприємства, які формують його позитивні відмінності перед суперниками у конкуренції [11, с. 118].

Л.С. Мельничук визначає конкурентоспроможність підприємства як потенційну або реалізовану здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі [9, с. 103].

З погляду І.В. Бурачек, конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства створювати, виробляти та продавати товари та послуги, цінові та нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічної продукції конкурентів [1, с. 289].

На думку науковця Т.А. Дяченко, конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства вчасно й ефективно коригувати параметри своєї діяльності залежно від змін у зовнішньому середовищі для підтримання наявних і створення нових конкурентних переваг із метою досягнення власних стратегічних цілей [3, с. 152]. Цей підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства виявляє цей показник у вигляді динамічної характеристики, тобто в контексті змін у показниках діяльності підприємства, що проявляються залежно від динаміки впливу зовнішніх факторів.

Думка В.В. Маврової з цього приводу полягає у тому, що конкурентоспроможність підприємства – це здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на цьому ринку. Вона показує рівень розвитку цієї фірми порівняно з рівнем розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреб людей і за ефективністю виробничої діяльності [8, с. 78].

Використавши та проаналізувавши вищевказані результати роботи дослідників, ми можемо синтезувати їх із нашими власними ідеями у єдине визначення, яке звучатиме таким чином: конкурентоспроможність підприємства є його здатністю витримувати ринкову конкуренцію з іншими компаніями своєї ніші, створювати та реалізовувати продукцію та послуги, що мають якісні або цінові переваги порівняно з продукцією конкурентів.

Опрацювання широкого спектру визначень категорії «конкурентоспроможність підприємства» дало нам можливість виділити такі її основоположні ознаки:

– є критерієм визначення конкурентних позицій підприємства у його ринковій ніші;

– змушує учасників ринку шукати ефективніші шляхи використання своїх ресурсів порівняно з конкурентами;

– відображає здатність підприємства до тривалої результативної діяльності відповідно до змін у зовнішньому середовищі;

– мотивує учасників ринку розробляти та посилювати позитивні характеристики власної продукції з метою повнішого задоволення споживачів.

Конкурентоспроможність підприємств перебуває під впливом значної кількості факторів, які можна поділити на зовнішні та внутрішні залежно від того, чи зароджуються вони усередині підприємства, чи здійснюють вплив ззовні.

Під внутрішніми факторами розуміють об'єктивні критерії, що характеризують можливості підприємства забезпечити власну конкурентоспроможність. Прояви цих факторів майже цілком залежать від керівництва підприємства. На думку О.М. Колмакової, внутрішніми факторами є:

1) структурні: прогресивність виробничої структури підприємства (гнучкі виробничі системи, автоматизовані модулі); досконалість організаційної структури підприємства, що дозволяє здійснювати вертикальну і горизонтальну інтеграцію з виробництва конкурентного товару; рівень уніфікації та стандартизації продукції, що випускається; рівень регулювання виробничих процесів з метою досягнення конкурентних переваг підприємства; досконалість інформаційної та нормативно-методичної бази управління конкурентоспроможним виробництвом;

2) ресурсні: людські ресурси; фізичні ресурси; ресурс знань; грошові ресурси;

3) інфраструктура: транспортна система країни, система зв'язку, поштові послуги, переказ платежів та коштів з банку в банк всередині і за межі країни, система охорони здоров'я і культури, житловий фонд і його привабливість з погляду проживання і роботи;

4) технічні: питома вага патентованих товарів, технологій, обладнання; рівень якості виготовлення товарів;

5) управлінські: стратегія управління підприємством; менеджмент; маркетинг; організація поставок сировини, матеріалів і комплектуючих виробів для виробництва;

6) економічні: показники рентабельності продукції, виробництва, капіталу і продажів; швидкість оборотності всіх видів матеріальних ресурсів; фінансова стійкість функціонування підприємства; частка експорту товарів [5, с. 37].

Наш підхід до виділення груп внутрішніх факторів та їх складників наведено у таблиці 1.

Зовнішні фактори являють собою критерії, які проявляють себе у глобальному оточенні підприємства, на які воно не здатне здійснювати вирішальний вплив. У результатах досліджень І.С. Ладунки виділені такі групи факторів зовнішнього середовища:

1) Державна політика: стан і напрям внутрішніх реформ; пріоритети розвитку країни та її стабільність; участь країни у світових інтеграційних процесах; напрями зовнішньої політики.

2) Правове середовище: гармонійність законодавчої бази; дієвість нормативно-правових актів.

3) Економічні умови: рівень розвитку господарства загалом та окремих його галузей; інвестиційна привабливість країни; стан оподаткування та підтримка стратегічних галузей; рівень заробітної плати в країні, в регіоні, в галузі; частка наукоємної продукції у загальному експорті країни тощо.

4) Монополізація економіки: кількість та структура природних монополій в країні; стан конкуренції на ринку; ефективність діяльності антимонопольного комітету; легкість входження на ринок нових суб'єктів господарювання.

5) Ресурсний потенціал: забезпеченість країни власними природними ресурсами; рівень екологічного навантаження; стан та захищеність всіх видів природних ресурсів.

6) Товарні ринки: структура та ємність галузевих ринків; потреби та вибагливість споживачів; стандартизація та сертифікація продукції; стійкість позицій лідерів.

Таблиця 1

Внутрішні фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства

Фактори	Характеристика
Виробництво	Рівень механізації та автоматизації; матеріально-технічне оснащення; завантаження виробничих ліній; якість виготовленої продукції; гнучкість виробничої системи; місце розміщення виробництва.
Маркетинг	Широта асортименту; рівень післяпродажного обслуговування; ефективність збутової системи; рівень розвитку дилерської та дистриб'юторської мережі; рівень підготовки торговельного персоналу; дизайн та пакування товару.
Технології	Поява продуктових інновацій; обсяги інвестицій у нові технології; вибір оптимальних технологій виробництва.
Інформація	Рівень організації інформаційних потоків; ступінь захищеності конфіденційної інформації; патентно-правова діяльність.
Управління персоналом	Ефективність управління; професійно-кваліфікаційна структура; система мотивації; функціональна, організаційна та рольова структури; корпоративна культура.

Джерело: узагальнено авторами

Таблиця 2

Зовнішні фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства

Фактори	Характеристика
Економічні	Ступінь економічного розвитку країни; темпи інфляції; місткість ринку; діяльність та можливості конкурентів; рівень розвитку інфраструктури країни.
Політичні	Діяльність політичних організацій, партій, рухів; система державного страхування; рівень політичної свободи та свободи слова.
Міжнародні	Міжнародна конкуренція; глобальні конфлікти; діяльність міжнародних організацій та органів.
Правові	Нормативно-правова база; Наявність актів щодо сертифікації, стандартизації, оподаткування, антимонопольної політики, захисту прав споживачів; контроль за дотриманням законодавства.
Соціально-демографічні	Статево-вікова структура населення; рівень міграції; тривалість життя; рівень доходів; частка працездатного населення; рівень безробіття; рівень кваліфікації трудових ресурсів.
Науково-технічні	Розвиток науково-технічного потенціалу; рівень підтримки інноваційної діяльності та науки.
Культурні	Середній рівень освіти населення; відношення населення до навколишнього світу.
Природно-кліматичні	Географічне розміщення; вірогідність стихійних лих; кліматичні умови; обсяги природних ресурсів; діяльність з охорони навколишнього середовища.

Джерело: узагальнено авторами

7) Ринкова інфраструктура: рівень інформаційних комунікацій; розгалуженість і різноманітність транспорту; стан банківського і страхового обслуговування; ступінь розвитку посередницьких організацій тощо.

8) Соціальні умови: рівень безробіття в країні; структура робочої сили; якість підготовки кваліфікаційної робочої сили; співвідношення різних категорій працівників; ціна на робочу силу в країні, в регіоні, в галузі; культурний рівень розвитку суспільства [7, с. 190].

Результати нашого підходу до групування зовнішніх факторів та їх основні елементи наведено у таблиці 2.

Для того щоб підприємство було конкурентоспроможним, воно повинно володіти об'єктивними конкурентними перевагами, за відсутності яких досягти стійкого рівня конкурентоспроможності неможливо. Водночас лише наявність у підприємства конкурентних переваг без ефективного керування ними не гарантує реальних успіхів.

Висновки з проведеного дослідження. У статті було опрацьовано сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства» та фактори, що здійснюють на нього вплив. Є різні думки дослідників щодо трактування цієї економічної категорії, які можуть бути узагальнені таким чином: конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства вчасно й ефективно коригувати параметри своєї діяльності залежно від змін у зовнішньому середовищі для підтримання наявних і створення нових конкурентних переваг із метою досягнення власних стратегічних цілей.

Фактори конкурентоспроможності підприємства можуть здійснювати свій вплив як зсередини, так і ззовні економічного суб'єкта. Внутрішні фактори були розділені нами на такі групи: виробництво, маркетинг, технології, інформація та управління персоналом. Зовнішні згруповані таким чином: економічні, політичні, міжнародні, правові, соціально-демографічні, науково-технічні, культурні та природно-кліматичні.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства утворює економічний базис ринкових відносин та є одним із вирішальних факторів, що визначають успіх економічного суб'єкта в конкурентних умовах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бурачек І.В., Біленчук О.О. Конкурентоспроможність продукції підприємств: сутність, методи оцінки та зарубіжний досвід управління. *Глобальні та національні проблеми економіки.* Миколаїв, 2016. Вип. 14. С. 288–293.

2. Дружиніна В.В., Сосновська Ю.Р. Визначення значущості показників конкурентоспроможності ресторанних закладів. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2018. № 2. С. 33–37.

3. Дяченко Т.А. Конкурентні стратегії промислових підприємств, що надають ремонтні послуги. *Бізнес Інформ*. 2015. № 6. С. 150–154.

4. Єпіфанова І.Ю., Гайдей М.О. Напрямки забезпечення конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі в Україні. *Інвестиції: практика та досвід.* 2016. № 23. С. 53–57.

5. Колмакова О.М., Андріянова О.А. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений.* 2018. № 5. С. 37-41.

6. Корецька О.В. Дослідження конкурентоспроможності підприємств машинобудування. Аналітичні моделі. *Інвестиції: практика та досвід.* 2016. № 1. С. 41–44.

7. Ладунка І.С., Братанов М.І., Дослідження факторів впливу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. *Економіка і суспільство.* 2016. № 5. С. 189–194.

8. Маврова В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств в Україні. *Молодий вчений.* 2016. Вип. 7. С. 78–80.

9. Мельничук Л.С., Хізніченко О.О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності українських під-

приємств. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія". Серія : Економіка.* 2016. № 263. С. 102–105.

10. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 р. № 2210–III (зі змінами). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14 (дата звернення: 23.09.2019).

11. Халімон Т.М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* Ужгород, 2016. № 10(2). С. 117–120.

REFERENCES:

1. Burachek I. V., Bilenchuk O. O. (2016) Konkurentospromozhnist produktsii pidpryiemstv: sutnist, metody otsinky ta zarubizhnyi dosvid upravlinnia [Enterprise product competitiveness: essence, evaluation methods and foreign management experience]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky,* vol. 14, pp. 288–293.

2. Druzhynina V. V., Sosnovska Yu. R. (2018) Vyznachennia znachushchosti pokaznykiv konkurentospromozhnosti restorannykh zakladiv [Determining the importance of competitiveness of restaurant establishments]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky,* no. 2, pp. 33–37.

3. Diachenko T.A. (2015) Konkurentni stratehii promyslovykh pidpryiemstv, shcho nadaiut remontni posluhy [Competitive strategies of industrial enterprises providing repair services]. *Biznes Inform*, no. 6, pp. 150–154.

4. Yepifanova I. Yu., Haidei M. O. (2016) Napriamky zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstv kondyterskoi haluzi v Ukraini [Areas of ensuring the competitiveness of the confectionery industry in Ukraine]. *Investytsii: praktyka ta dosvid,* no. 23, pp. 53–57.

5. Kolmakova O. M., Andriianova O. A. (2018) Metody otsinky konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Methods of evaluation of enterprise competitiveness]. *Molodyi vchenyi,* no. 5, pp. 37–41.

6. Koretska O. V. (2016) Doslidzhennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstv mashynobuduvannia. analitychni modeli [Research of the competitiveness of machine-building enterprises. Analytical models]. *Investytsii: praktyka ta dosvid,* no. 1, pp. 41–44.

7. Ladunka I. S., Bratanov M. I. (2016) Doslidzhennia faktoriv vplyvu na konkurentospromozhnist vitchyznianykh pidpryiemstv [Research of factors of influence on competitiveness of domestic enterprises]. *Ekonomika i suspilstvo,* no. 5, pp. 189–194.

8. Mavrova V. V. (2016) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstv v Ukraini [Enterprise competitiveness management in Ukraine]. *Molodyi vchenyi,* vol. 7, pp. 78–80.

9. Melnychuk L. S., Khiznichenko O. O. (2016) Shliakhy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ukrainskykh pidpryiemstv [Ways to increase the competitiveness of Ukrainian enterprises]. *Naukovi pratsi Chornomorskoho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly kompleksu "Kyievo-Mohylianska akademiia". Seriia : Ekonomika,* no. 263, pp. 102–105.

10. Pro zakhyst ekonomichnoi konkurentsii : Zakon Ukrainy vid 11.01.2001. №2210–III (zi zminamy). Availible at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14 (accessed 23 September 2019).

11. Khalimon T. M. (2016) Stratehii pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Strategies for increasing the competitiveness of the enterprise]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo,* no. 10, pp. 117–120.

Hromova Olha
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Marketing and Advertising
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of
Kyiv National University of Trade and Economics
Syvak Sergiy
Student
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of
Kyiv National University of Trade and Economics

THEORETICAL ASPECTS OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE ON THE BASIS OF MARKETING

The purpose of the article. The need to work out the theoretical aspects of competitiveness of enterprises is predetermined by modern business conditions, in which both representatives of companies and authorities are constantly looking for ways to enhance the competitive advantages of national business field. Market conditions dictate stringent requirements for a stable level of competitiveness of enterprises, without which they have a critically low chance of long-term and successful market activity. Regardless of whether measures to ensure a sustainable level of competitiveness are implemented at the national level, or in the context of the activity of specific market members, there are still no unified universal methods of success in this direction. Therefore, the need to find out the essence of the enterprise's competitiveness as well as the factors that influence this category is especially significant. The main objectives of this study are to investigate the spectrum of definitions of the concept of "enterprise competitiveness" and to analyze the factors that influence this indicator.

Methodology. To perform the tasks set before the scientific work, the following general scientific research methods were used: comparative method; methods of induction and deduction; analysis and synthesis.

Results. The role of the concept of "enterprise competitiveness" as one of the decisive factors of successful market activity of enterprises is considered and substantiated in scientific work. Attention is paid to the disclosure of the essence of the term "economic competition" and the role it plays in the system of relations between market players, which is the starting point for further consideration of the essence of competitiveness. It is determined that nowadays there are many interpretations of the concept under study, but there is no universal definition. The approaches of Ukrainian scientists to the definition of the concept of «competitiveness of the enterprise» are analyzed, and on this basis the essence and fundamental features of this indicator are defined. Work has been done to find specific economic levers that affect the competitiveness of the enterprise. According to the results of identifying and analyzing the forces influencing the competitiveness of enterprises, systematization and grouping of the identified external and internal factors of influence were carried out.

Practical implications. The results of the research can be applied in the operation of evaluation of enterprise's competitiveness indicators. The obtained results of determination and grouping of internal and external factors of competitiveness can be used for the practical purpose of determining the influence of specific factors on the level of competitiveness of the enterprise.

Value/originality. In our work, we considered an issue of competitiveness of the enterprise. The scientific newness of the work is the expansion of approach to evaluation of key factors, that affect competitive advantages and disadvantages of the enterprise.