

■ ЕКОНОМІКА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ  
ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 338.225

СУЧАСНІ ОЗНАКИ  
ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ  
НА РИНКУ ПІДПРИЄМСТВАМИ  
УКРАЇНИ<sup>©</sup>

**В.М. БОНДАРЕНКО,**  
доктор економічних наук,  
професор кафедри  
аграрного менеджменту,  
Вінницький національний  
аграрний університет  
(м. Вінниця)

*Необхідність конкуренції обумовлена відкритістю українського ринку для багатьох груп товарів, і допоки ці товари проникають на наш ринок, підприємства вимушені враховувати умови конкуренції. Дефіцит платіжних коштів, складний фінансовий стан, низька купівельна спроможність населення тим більше загострюють проблему підтримки і випуску конкурентоспроможної продукції. В статті досліджено сучасні ознаки формування конкуренції на ринках підприємствами України. Визначено актуальні підходи та ознаки необхідності конкуренції як елементу сучасної економіки. Виокремлено ознаки недостатнього рівня розвитку конкуренції в сучасних умовах. Визначено різновиди внутрішніх та зовнішніх конкурентних ознак підприємства за умови ринкових змін.*

**Ключові слова:** ринок, конкуренція, конкурентоспроможність, економіка, конкурентні переваги.

**Рис. 6. Літ. 10.**

**Постановка проблеми.** Сьогодні жодна серйозна компанія не може обійтися без оцінки свого конкурентного положення на ринку і конкурентоспроможності своєї продукції. Незважаючи на різноманітні методи і форми конкурентної боротьби, кожна фірма намагається виробити свою конкурентну стратегію для досягнення ринкового успіху.

Загострення конкурентної боротьби «за місце під сонцем» поміж підприємствами змушує шукати їх нові способи впливу на рішення покупців. Закордонний досвід свідчить, що якість, безперечно, є найбільш вагомою складовою конкурентоспроможності, але разом з тим, можливості реалізації продукції, крім якості, визначаються значним числом параметрів і умов, більшість з яких розповсюджується не тільки на товар, але і на підприємство, фірму і навіть країну.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Конкурентоспроможність є одним з основних понять, яке активно використовується в теорії та практиці економічного аналізу, виступає багатоаспектним поняттям, що в перекладі з латинської мови

© В.М. БОНДАРЕНКО, 2016

означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів. Для її характеристики використовується поняття порівняльних витрат (Д. Рікардо, Л. Бондарчук, Я. Бутенко) [1, 2], порівняльних переваг (Є. Хекшер, Б. Олін) [3, 4], конкурентного статусу фірми (І. Ансофф) [5], порівняння конкурентних переваг, чинників управління та продуктивності використання ресурсів (М. Портер) [9]. Проте дослідженню сучасних ознак формування конкуренції присвячена недостатня кількість праць, що і зумовлює актуальність дослідження.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є розроблення теоретичних та наукових положень, а також вироблення практичних рекомендацій для підвищення конкурентоспроможності підприємства при здійсненні торговельної діяльності в сучасних умовах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У сучасних умовах є гостра потреба в поглибленні теоретичних досліджень конкуренції як головної ознаки, необхідного та важливого елемента сучасної економіки (рис. 1) [4, с. 73].

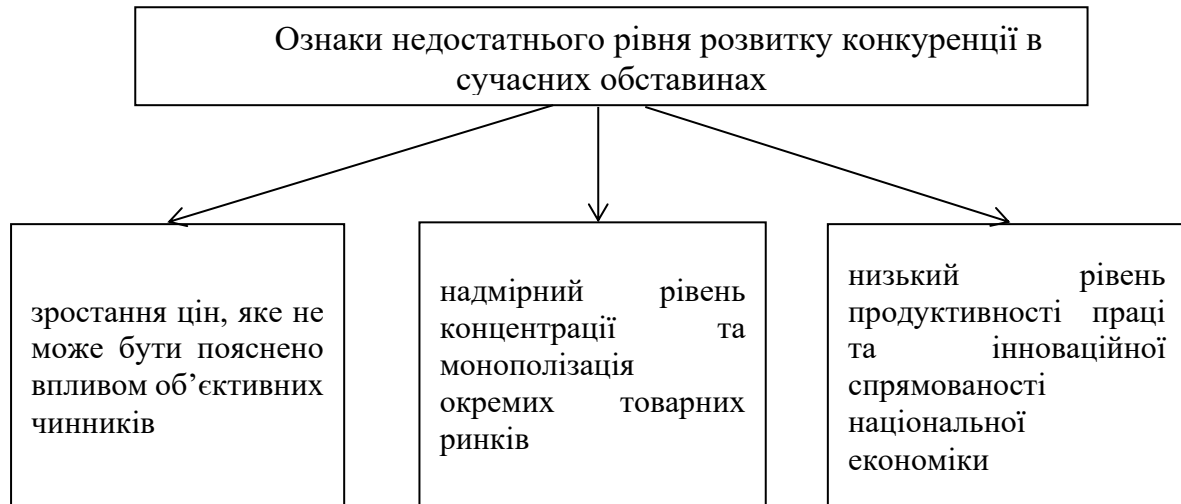


*Рис. 1. Актуальні підходи та ознаки необхідності конкуренції як елементу сучасної економіки*

Важливість урахування інтеграційних, глобалістичних процесів для України визначається дією взаємопов'язаних факторів. В умовах посилення процесів глобалізації та інтернаціоналізації, поглиблення міжнародного поділу праці, транснаціоналізації виробничої діяльності важливим для України є розробка власного оптимального механізму входження у світове конкурентне середовище, орієнтоване на забезпечення економічного розвитку та реалізацію національних інтересів країни.

Забезпечення розвитку конкуренції на товарних ринках є важливим фактором підвищення ефективності функціонування ринків та економіки в цілому. Однак, на цей час рівень розвитку конкуренції на товарних ринках в Україні залишається низьким, що негативно впливає на ефективність їх функціонування. Варто відзначити ознакою сьогодення недостатній рівень розвитку конкуренції (рис. 2) [6, с. 82].

Привабливість товарних ринків України для вступу нових учасників істотно зменшується внаслідок недостатньої розвиненості ринкової інфраструктури, що забезпечувала б вільний та недискримінаційний доступ суб'єктів господарювання до земельних ділянок, торговельних площ, фінансових ресурсів, інформації про ринкову кон'юнктуру, засобів рекламування.



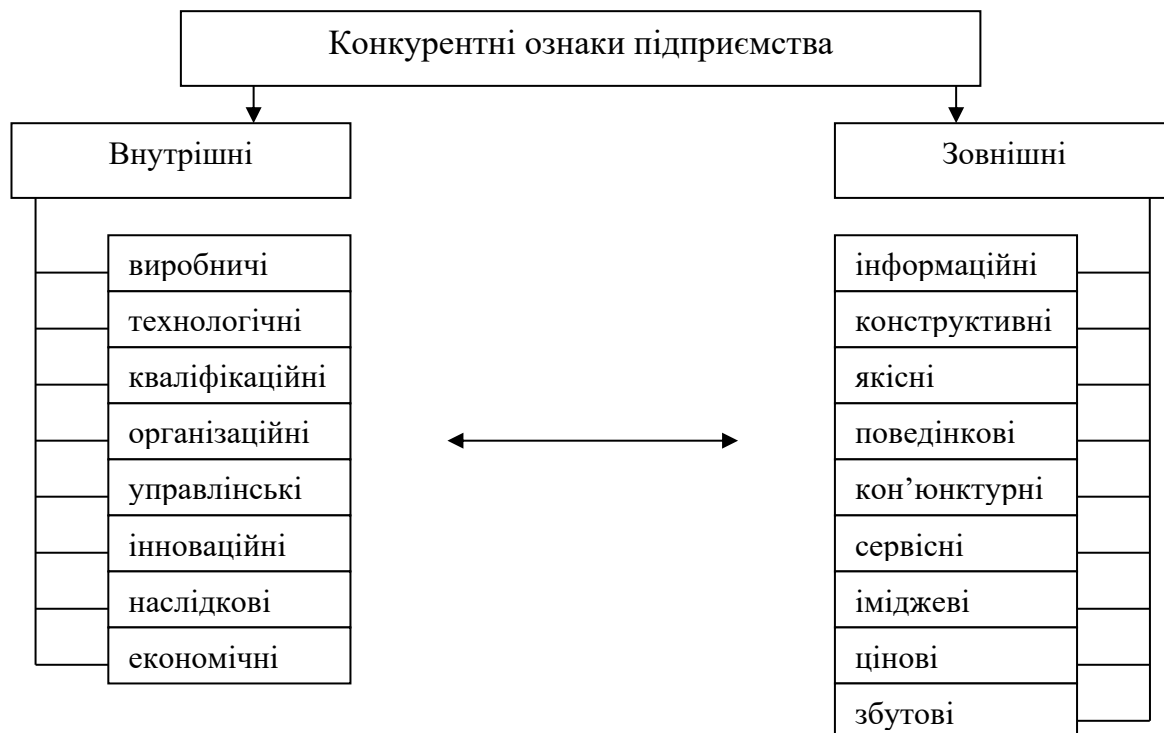
**Рис. 2. Ознаки недостатнього рівня розвитку конкуренції в сучасних обставинах**

Сучасні конкурентні ознаки підприємства за джерелами їх виникнення можна поділити на внутрішні і зовнішні. Внутрішні - це характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів [8, с. 300].

Зовнішні конкурентні ознаки - це ті, які базуються на спроможності підприємства створити більш значимі цінності для споживачів його продукції, що створює можливості більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їх діяльності. Зрозуміло, що базисом загальної конкурентної ознаки підприємства є переваги внутрішні, однак, це всього лише потенціал досягнення підприємством своїх конкурентних позицій. Можна виділити наступні різновиди внутрішніх та зовнішніх конкурентних ознак підприємства (рис. 3) [1, с. 205].

Перелік конкурентних ознак підприємства потребує певних пояснень і коментарів. Що стосується внутрішніх конкурентних переваг: виробничі продуктивність праці, економність витрат, раціональність експлуатації основних фондів, забезпеченість матеріально-технічними ресурсами, бездефектність; технологічність сучасність, досконалість, гнучкість технологічних процесів, використання досягнень науково-технічного прогресу; кваліфікаційні професійність, майстерність, активність, творчість персоналу, схильність до нововведень; організаційні сучасність, прогресивність, гнучкість, структурованість наявної організаційної структури; управлінські ефективність і результативність діючої системи менеджменту, ефективність управління оборотними засобами, якістю,

виробничими, закупівельними та збутовими процесами, дієвість системи мотивування персоналу; інноваційні системи і методи розробки та впровадження нових технологій, продуктів, послуг, наявність і впровадження «ноу-хау»; спадкові ринкова культура підприємства, традиції, історія розвитку; економічні - наявність джерел фінансування, платоспроможність, ліквідність, прибутковість, рентабельність; географічні - розміщення, близькість до джерел матеріальних і людських ресурсів, ринків збуту, транспортних шляхів та каналів розподілу.



**Рис. 3. Визначення різновидів внутрішніх та зовнішніх конкурентних ознак підприємства за умови ринкових змін**

До зовнішніх конкурентних ознак підприємства можна віднести наступні: інформаційні - діючі на підприємстві системи збирання та обробки даних, ступінь поінформованості підприємства про стан і тенденції розвитку ринку, дію сил та умов навколишнього бізнес-середовища, поведінку споживачів, конкурентів та інших господарюючих суб'єктів; конструктивні - технічні характеристики продукції, її дизайн, упаковка; якісні - рівень якості продукції за оцінками споживачів; поведінкові - ступінь поширення філософії маркетингу серед працівників підприємства, націленість його діяльності на задоволення потреб споживачів конкретних цільових ринків; кон'юнктурні - ринкові умови діяльності, конкурентне середовище (кількість і поведінка конкурентів, гострота конкуренції); сервісні - рівень та якість послуг, що надаються підприємством; іміджеві - загальні уявлення споживачів про підприємство та його товари, популярність; цінові - рівень ринкової влади підприємства та можливості зміни цін; збутові - портфель замовлень, прийоми та методи розподілу продукції; комунікаційні - канали і способи розповсюдження інформації про підприємство, наявність і використання зворотного зв'язку [2, с. 130].

Внутрішні конкурентні ознаки базуються на перевазі фірми стосовно витрат виробництва, менеджменту фірми чи товару, що створює «цінність для виробника», яка дозволяє досягти собівартості меншої, ніж у конкурента. Внутрішні конкурентні ознаки є наслідком більш високої продуктивності, яка забезпечує фірмі більшу рентабельність та більшу стійкість в умовах зниження цін продажів, що нав'язуються ринком чи конкуренцією.

В сучасних умовах, коли конкурентоспроможність держави та підприємств є стратегічним пріоритетом соціально-економічного розвитку та першочерговою умовою економічного зростання, дослідження ролі конкуренції є надзвичайно важливим. Загальновідомо, що на сьогодні українські підприємства досить швидко втрачають конкурентоспроможність своєї продукції як на національному, так і на зовнішньому ринках. Чому в економічному змаганні одні підприємства перемагають, а інші програють? Певно на сьогодні це питання є дуже актуальним. Конкурентоспроможність в сучасних економічних реаліях є тим, що хвилює підприємців будь-якої організаційної форми та сфери діяльності.

Необхідно підкреслити, що для забезпечення стійких конкурентних позицій на світовому ринку, підприємству, перш за все, необхідно володіти конкурентними перевагами на національному ринку, вправно використовувати всі свої ресурси та можливості. Доцільно виділити критерії оцінки та аналізу конкурентних переваг підприємства (рис. 4).



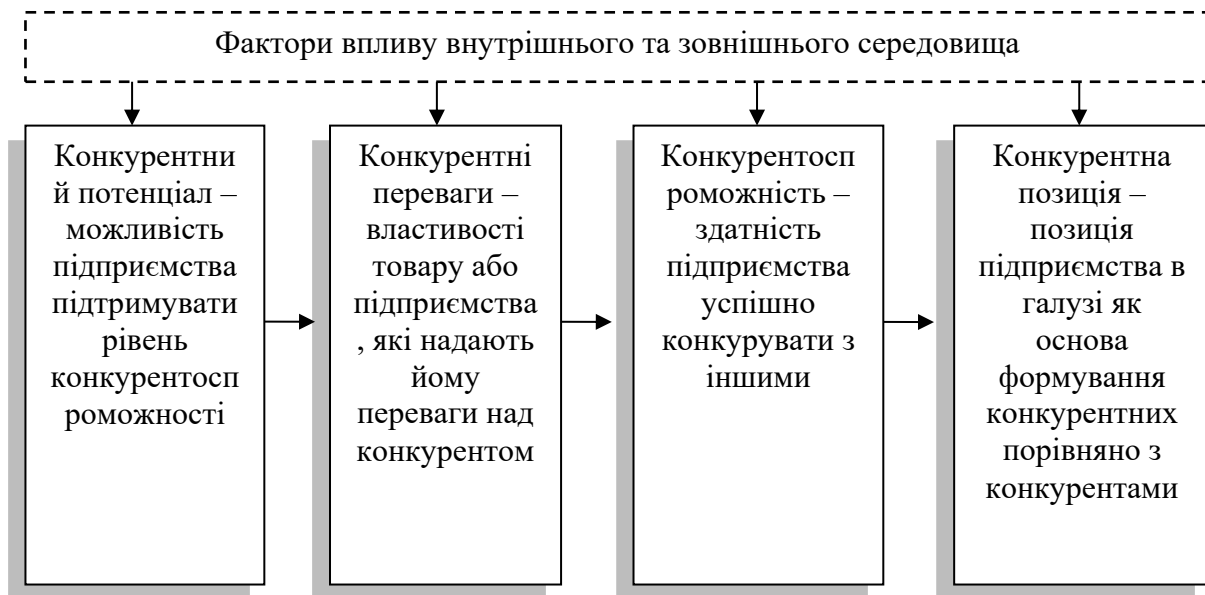
Рис. 4. Критерії оцінки конкурентних переваг підприємства

Таким чином, конкурентна перевага – це відносна категорія, для якої притаманна здатність адаптації до умов, що змінюються, певний рівень стійкості та ефективності, що в сукупності визначає можливості успішного функціонування підприємства в конкурентному середовищі. Інакше кажучи, це висока компетентність підприємства, що надає йому найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів.

Конкурентні переваги як стратегічні фактори успіху повинні відповідати наступним вимогам:

- 1) базуватись на можливостях підприємства, які зобов'язані бути оригінальнішими у порівнянні з конкурентами, і які неможливо скопіювати;
- 2) забезпечувати унікальність торгової марки у порівнянні з конкурентами у довгостроковій перспективі;
- 3) задовольняти специфічні потреби клієнтів.

Між конкурентними перевагами та конкурентоспроможністю підприємства існує тісний взаємозв'язок (рис. 4). Конкурентні переваги та потенціал є факторними ознаками, а конкурентоспроможність та конкурентна позиція – результатом впливу системи ключових чинників, які залежно від конкурентного середовища створюють різні конкурентні переваги. На рисунку 5 можна прослідкувати прямий зв'язок між факторними та результатуючими поняттями.



**Рис. 5. Основні поняття, що характеризують ринкову позицію підприємства стосовно конкурентів**

Отже, конкурентоспроможність підприємства – це здатність використовувати свої сильні сторони та сконцентрувати свої зусилля в тій сфері виробництва товарів та послуг, де воно зможе зайняти лідируючі позиції на внутрішньому та зовнішньому ринках. В останньому випадку мова йде про міжнародну конкурентоспроможність.

Роль і значення конкуренції у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств доцільно розглянути через її об'єктивні ознаки. Основною ознакою конкуренції є формування ринкової вартості товару, в результаті чого вибраковуються підприємства, які виробляють непотрібну суспільству продукцію. Конкуренція є дуже тонким (селективним) та гнучким механізмом. Це проявляється в тому, що при скороченні попиту на товар чи послугу підприємства страждають неоднаково. Найбільших труднощів зазнають неефективні підприємства, виробники неякісної продукції і т. д. Навпаки ж, найсильніші підприємства можуть навіть в складні часи процвітати, так як до них відходять сегменти ринку, які раніше контролювалися конкурентами, що збанкрутіли.

Також важливою ознакою конкуренції є стимулювання постійного вдосконалення техніки і технології, запровадження інновацій та в кінцевому випадку – НТП. Суперництво підприємців за збільшення прибутку стимулює удосконалення техніки та організації виробництва. Сьогодні підприємцю для отримання надприбутку необхідно, щоб його індивідуальні витрати на виробництво одиниці продукції були нижчими, ніж у конкурента. Дана мета може бути досягнута шляхом постійного вдосконалення техніки і технології, застосування нових матеріалів та більш кваліфікованої робочої сили.

Сьогодні конкуренція суттєво відрізняється на окремих галузевих ринках по ймовірності довгострокового отримання прибутку. Тому для підприємства важливою ознакою є місце (позиція), яке воно займає на ринку. Деякі позиції підприємства на ринку можуть бути більш вигідними, ніж інші. Така позиція і є результатом конкурентної боротьби підприємства на ринку [8, с. 238]. Зміни, які відбуваються на ринку, призводять до зміни його структури. Підприємства ж не тільки реагують на ці зміни, а й користуються ситуацією, обираючи собі відповідну позицію в рамках даної галузі. Така позиція підприємства відображає його відношення до конкуренції та визначає його конкурентну перевагу.

Тому в наш час одне з першочергових завдань держави в межах підприємств — не допустити таких обмежень конкуренції та сприяти її вільному розвитку як у загальносуспільних інтересах, так і в інтересах окремих споживачів.

Таким чином, юридичний зміст конкуренції має яскраво виражений економічний характер. Законодавець встановив такі його ознаки (рис. 6).

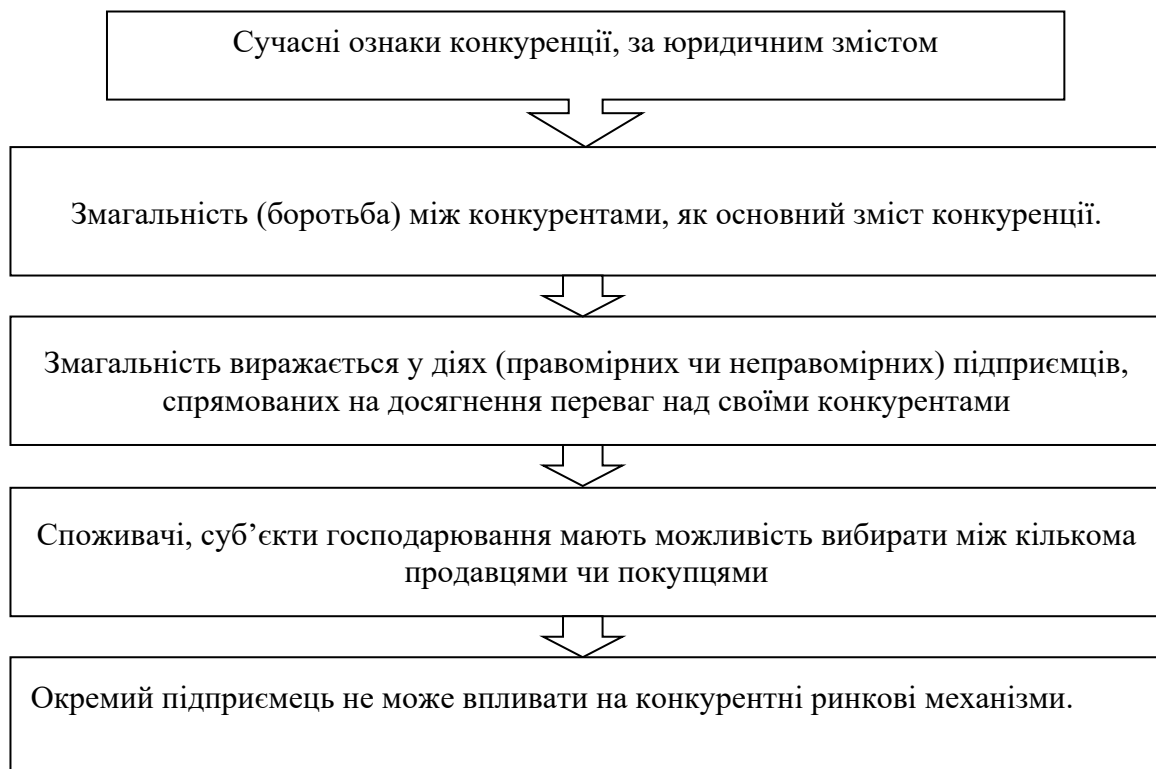


Рис. 6. Дослідження та визначення необхідності конкуренції за юридичним змістом в умовах сьогодення

**Висновки.** Отже, як регулятор ринкових відносин конкуренція змушує підприємців змагатися між собою, внаслідок чого сприяє досягненню найкращих соціальних і ділових результатів. Вона не дозволяє економічній владі концентруватися в одних руках і таким чином унеможливує зловживання нею.

В сучасних умовах з кожним роком з'являються все більше нових підприємств. Нові фірми створюються з метою максимально повного задоволення потреб певних груп споживачів. Підприємства створюються, а через деякий час частина з них не витримує конкуренції і виходить з бізнесу. Адже сьогодні недостатньо одного розуміння споживачів. Наступив час напруженої конкуренції на всіх ринках.

Стабільний довготривалий розвиток підприємства можливий лише за умови визначення чітких довгострокових цілей і розробки конкретних шляхів їх досягнення.

Отже, сьогодні необхідність конкуренції обумовлена відкритістю українського ринку для багатьох груп товарів, і допоки ці товари проникають на наш ринок, підприємства вимушені враховувати умови конкуренції. Крім цього, політика, що проводиться урядом відносно антимонопольного регулювання економіки, підтримки здорової конкуренції визначає виникнення такої і між власними товаровиробниками. Дефіцит платіжних коштів, складний фінансовий стан, низька купівельна спроможність населення тим більше загострюють проблему підтримки і випуску конкурентоспроможної продукції.

Варто зазначити, що в сучасних умовах ринкової економіки, які склалися в Україні, аналіз конкурентоспроможності підприємств стає об'єктивною необхідністю, так як в сучасній конкурентній боротьбі при всій її масштабності, динамізмі і гостроті виграє той, хто аналізує і бореться за свої конкурентні позиції. Важливою проблемою стає кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства і управління нею. Конкуренція є досить тонким і гнучким механізмом управління виробництвом. В умовах скорочення попиту на товар або послугу фірми страждають не в рівній мірі.

### Список використаних джерел

1. Бондарчук Л. В. Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів як необхідність моделювання поведінки працівників на процес ефективності управління персоналом / Л. В. Бондарчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2008. – №5. – С.204-207.
2. Бутенко Я.А. Оценка конкурентоспособности компании малого бизнеса / Я. А. Бутенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – №4. – С.126-133.
3. Воронкова А.Е. Формування конкурентних переваг підприємства на основі управління нематеріальними ресурсами //Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики: Монографія .-Х.:ВД «ІНЖЕК».- 2009. - 248 с.
4. Года Т. Принципи і закономірності підвищення конкурентоспроможності підприємства / Т. Года // Вісник студентського наукового товариства "Ватра" Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету. – Вінниця : Центр підготовки навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2014. – Вип. 8 : за матеріалами Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції "Тенденції розвитку ринку праці в Україні" 3 березня 2014 року. – С.71-74.



5. Колесник Ю.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств / Ю.В. Колесник // Економіка, фінанси, право. – 2010. – №5. – С.3-8.

6. Костюк О.Ю. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства / О. Ю. Костюк // Проблеми ефективного менеджменту в сучасних економічних реаліях України : збірник статей Регіонального науково-практичного семінару 22 березня 2011 року. – Вінниця : Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2011. – С.81-83.

7. Левицька А.О. Основні критерії оцінки конкурентоспроможності виробничого підприємства / А. Левицька // Вісник студентського наукового товариства "Ватра" Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету : за матеріалами Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції "Стан і перспективи соціально-економічного розвитку суспільства ХХІ століття очима молоді", 29 квітня 2015 року. – Вінниця : Центр підготовки навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2015. – Вип. 6. – С.265-267.

8. Лозовський О.М. Зовнішнє середовище в формуванні конкурентоспроможності підприємства на ринку / О.М. Лозовський // Реформування економічної системи України в контексті міжнародного співробітництва : збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції 21 квітня 2014 року. – Вінниця : Центр підготовки навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2014. – ч. 1. – С.298-301.

9. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость/Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 715с.

10. Про підприємництво: Закон України від 7 лютого 1991 р. №698-ХІІ // Відомості Верховної Ради України.- 1991.- №14.- ст. 168.

### Список використаних джерел у транслітерації / References

1. Bondarchuk L. V. Vplyv zovnishnikh ta vnutrishnikh faktoriv yak neobkhidnist' modelyuvannya povedinky pratsivnykiv na protses efektyvnosti upravlinnya personalom / L. V. Bondarchuk // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. – 2008. – #5. – S. 204-207.

2. Butenko Ya. A. Otsenka konkurentosposobnosti kompanyy maloho byznesa / Ya. A. Butenko // Marketynh v Rossyy u za rubezhom. – 2013. – #4. – S. 126-133.

3. Voronkova A.E. Formuvannya konkurentnykh perevah pidpryyemstva na osnovi upravlinnya nematerial'nymy resursamy //Konkurentospromozhnist': problemy nauky i praktyky: Monohrafiya .-Kh.:VD «INZhEK».- 2009. - 248 s.

4. Hoda T. Pryntsypy i zakonimirosti pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva / T. Hoda // Visnyk student's'koho naukovo-ho tovarystva "Vatra" Vinnyts'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu Kyiv's'koho natsional'noho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu. – Vinnytsya : Tsentr pidhotovky navchal'no-metodychnykh vydan' VTEI KNTU, 2014. – Vyp. 8 : za materialamy Vseukrayins'koyi student's'koyi nauково-praktychnoyi konferentsiyi "Tendentsiyi rozvytku rynku pratsi v Ukrayini" 3 bereznya 2014 roku. – S.71-74.

5. Kolesnyk Yu. V. Upravlinnya mizhnarodnoyu konkurentospromozhnistyu pidpryyemstv / Yu. V. Kolesnyk // Ekonomika, finansy, pravo. – 2010. – #5. – S.3-8.

6. Kostyuk O. Yu. Metody otsinky konkurentospromozhnosti pidpryyemstva / O.Yu. Kostyuk // Problemy efektyvnoho menedzhmentu v suchasnykh ekonomichnykh realiyakh Ukrainy : zbirnyk statey Rehional'noho naukovopraktychnoho seminaru 22 bereznya 2011 roku. – Vinnytsya : Tsentridhotovky naukovykh ta navchal'nometodychnykh vydan' VTEI KNTEU, 2011. – S.81-83.

7. Levys'tka A.O. Osnovni kryteriyy otsinky konkurentospromozhnosti vyrobnychoho pidpryyemstva / A. Levys'tka // Visnyk student's'koho naukovohtovarystva "Vatra" Vinnyts'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu Kyyivs'koho natsional'noho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu : za materialamy Vseukrayins'koyi student's'koyi naukovopraktychnoyi konferentsiyi "Stan i perspektyvy sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku suspil'stva KhKhI stolittya ochyma molodi", 29 kvitnya 2015 roku. – Vinnytsya : Tsentridhotovky navchal'no-metodychnykh vydan' VTEI KNTEU, 2015. – Vyp. 6. – S.265-267.

8. Lozovs'kyy O.M. Zovnishnye seredovyshe v formuvanni konkurentospromozhnosti pidpryyemstva na rynku / O. M. Lozovs'kyy // Reformuvannya ekonomichnoyi systemy Ukrainy v konteksti mizhnarodnoho spivrobitnytstva : zbirnyk naukovykh prats' Mizhnarodnoyi naukovopraktychnoyi konferentsiyi 21 kvitnya 2014 roku. – Vinnytsya : Tsentridhotovky navchal'no-metodychnykh vydan' VTEI KNTEU, 2014. – ch. 1. – S.298-301.

9. Porter M. Konkurentnoe preymushchestvo: Kak dostych' vysokoho rezul'tata y obespechyt' eho ustoychivost'/Per. s anhl. - M.: Al'pyna Byznes Buks, 2009. – 715s.

10. Pro pidpryyemnytstvo: Zakon Ukrainy vid 7 lyutoho 1991 r. #698-XII // Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy.- 1991.- #14.- st. 168.

#### ANNOTATION

#### MODERN FEATURES OF ENTERPRISES COMPETITION FORMATION IN THE MARKET IN UKRAINE

**BONDARENKO Valerii,**  
*Doctor of Economic Sciences,*  
*professor of Agrarian Management Department,*  
*Vinnytsia National Agrarian University*  
*(Vinnytsia)*

*The need for competition due to the openness of the Ukrainian market for many product groups, and while these products penetrate our market, companies have to consider the competition. The deficit means of payment, difficult financial position, low purchasing power even more aggravate the problem of support of the production of competitive products. Modern features of enterprises competition formation in market in Ukraine are studied in the article. The urgent approaches and features of need for competition as a part of the modern economy are defined. The signs of low level of competition in today's circumstances are given. Kinds of internal and external signs of competitive enterprises subject to market movements are determined.*

**Keywords:** market, competition, competitiveness, economy, competitive advantage.

**Fig. 6. Lit 10.**

## АННОТАЦИЯ СОВРЕМЕННЫЕ ПРИЗНАКИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ УКРАИНЫ

**БОНДАРЕНКО Валерий Михайлович,**  
*доктор экономических наук,*  
*профессор кафедры аграрного менеджмента,*  
*Винницкий национальный аграрный университет*  
*(г. Винница)*

*Необходимость конкуренции обусловлена открытостью украинского рынка для многих групп товаров, и пока эти товары проникают на наш рынок, предприятия вынуждены учитывать условия конкуренции. Дефицит платежных средств, сложное финансовое состояние, низкая покупательная способность населения тем более обостряют проблему поддержки и выпуска конкурентоспособной продукции. В статье исследованы современные признаки формирования конкуренции на рынках предприятиями Украины. Определены актуальные подходы и признаки необходимости конкуренции как элемента современной экономики. Выделены признаки недостаточного уровня развития конкуренции в современных обстоятельствах. Определены разновидности внутренних и внешних конкурентных признаков предприятия при рыночных изменениях.*

**Ключевые слова:** рынок, конкуренция, конкурентоспособность, экономика, конкурентные преимущества.

**Рис. 6. Лит. 10.**

### Інформація про автора

**БОНДАРЕНКО Валерій Михайлович** - доктор економічних наук, професор кафедри аграрного менеджменту, Вінницький національний аграрний університет (23100 с. Бохоники, пров. Інтелігентний 51, e-mail: bondarenkovm@rambler.ru )

**BONDARENKO Valerii** - Doctor of Economic Sciences, professor of Agrarian Management Department, Vinnytsia National Agrarian University (23100 Bohonyky, Intelligentnyi bystreet 51, e-mail: bondarenkovm@rambler.ru )

**БОНДАРЕНКО Валерий Михайлович** - доктор экономических наук, профессор кафедры аграрного менеджмента, Винницкий национальный аграрный университет (23100 с. Бохоники, пер. Интеллигентный 51, e-mail: bondarenkovm@rambler.ru)

