

УДК 332.122 : 330.1 (477)

О.В. Яценко,  
доц., канд. екон. наук  
Черкаський державний  
технологічний університет

## ПОТЕНЦІАЛ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ І СТІЙКОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ

*Уточнена сутність поняття конкурентоспроможність сільського регіону. Визначені та згруповані основні чинники, що впливають на конкурентоздатність та стійкий розвиток сільського регіону. Визначені шляхи підвищення ефективності використання потенціалу сільських регіонів. Розглянуто проблеми взаємозв'язку соціального та економічного розвитку сільських регіонів.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність сільського регіону, зовнішні чинники конкурентоспроможності, стійкий розвиток.

---

Конкурентоспроможність продукції в умовах ринкової економіки набуває особливої актуальності в зв'язку зі вступом України до Світової організації торгівлі (СОТ), а також відкритості нашої економіки та зростання конкуренції на ринку. Підвищенню ефективності агропромислового виробництва значною мірою сприятиме подальше забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Перехід до ринкових відносин у сільському господарстві призвів до низки негативних явищ, зокрема скорочення обсягів виробництва аграрної продукції та зниження її якості, зменшення попиту на сільськогосподарську продукцію в зв'язку з низькою платоспроможністю населення та переміщенням виробництва продукції у сектор особистих селянських господарств.

Проблемі підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції присвячено чимало праць вітчизняних учених-економістів — В.Г. Андрійчука, В.І. Бойка, С.В. Бородіна, В.Н. Гончарова, С.І. Дем'яненка, В.Я. Месель-Веселяка, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака та багатьох інших учених. Однак ряд проблем щодо конкурентоспроможності сільського регіону, що склалися на ринку, потребують розв'язання, що є важливим завданням на сучасному етапі досліджень.

Економічна конкуренція — це «змагання між будь-якими економічними, ринковими суб'єктами; боротьба за ринки збуту товарів з метою отримання високих прибутків, прибутку, інших вигод» [12]. Основою конкуренції є конкурентоспроможність продукції як система економічних, організаційних, технологічних, технічних, нормативно-правових, збутових і екологічних параметрів, які в свою чергу в процесі взаємодії забезпечують високу якість продукції та попит на ринку, але мають різну природу.

Цікавим є трактування В.А. Павлової, що, практично, поєднує поняття конкурентоспроможності підприємства і продукції. Згідно із цим визначенням «конкурентоспроможність підприємства передбачає його здатність впливати на ринкову ситуацію у власних інтересах та спроможність виготовляти продукцію, яка задовольняє вимоги споживача при відносно невисокому рівні витрат» [1].

Існує значна кількість визначень, які не пов'язують конкурентоспроможність продукції і підприємства.

Найбільш узагальненим є визначення конкурентоспроможності організації як здатність організації робити конкурентоспроможний товар або послугу [2]. Таке визначення робить поняття конкурентоспроможності товару і компанії тотожними, хоча, на нашу думку, вони різні.

© О.В. Яценко, 2012

До цієї групи також можна зарахувати твердження Н. Грицишин, що конкурентоспроможність підприємства — це здатність суб'єктів підприємницької діяльності витримувати конкурентну боротьбу на ринках економічних благ, швидко і ефективно пристосовуватись до нових умов господарювання [3].

Українські дослідники А.С. Афонін, С.В. Білоусова, К. Мільські визначають конкурентоспроможність фірми як її спроможність та поведінку, які забезпечують фірмі можливість тривалий час добиватися власних цілей і успішно виступати на ринку поряд з іншими присутніми там суб'єктами [4]. О.М. Сумець, О.Є. Сомова і Є.Ф. Пеліхов визначають конкурентоспроможність чітко і лаконічно, стверджуючи, що «конкурентоспроможне підприємство — це стабільно діюче прибуткове підприємство». У разі поглибленого дослідження цієї категорії вони визначають конкурентоспроможність підприємства як його здатність у поточному періоді та в довгостроковій перспективі забезпечувати вищу, порівняно з конкурентами, ефективність виробництва та вигідність реалізації своїх товарів. Конкурентоспроможність є комплексною характеристикою, і тому вона є результатом діяльності всіх підрозділів підприємства у всіх напрямках виробництва та його обслуговування [5].

Конкурентоспроможність підприємства, як стверджують В. Адамик і Г. Вербицька, — це відносне поняття, яке відображає відмінність процесу розвитку цього підприємства від конкурента, як за ступенем задоволення його продукцією суспільних потреб, так і за ефективністю комерційної діяльності [6].

Під конкурентоспроможністю фірми розуміють також реальну та потенційну здатність компанії проектувати, виготовляти та збувати товари. Предметом детальної важливості й аналізу повинна бути номенклатура продукції, яку випускає підприємство [7]. Таке трактування конкурентоспроможності підводить нас до необхідності розуміння конкурентоспроможності продукції як складової конкурентоспроможності підприємства.

Зокрема, російські науковці Е.В. Мінько і М.Л. Кричевський розглядають конкурентоспроможність продукції як здатність продукції відповідати наявним вимогам конкретного ринку на період, що розглядається [8].

Конкурентоспроможність товару — це ступінь реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними товарами, які представлені на цьому ринку.

Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними товарами на конкретному ринку [2]. Однак в сучасному суспільстві товар конкурує не лише з аналогами. Уже давно економічна теорія довела існування чітко вираженої конкуренції між товарами-замінниками. Однак насправді міжтоварна конкуренція ще глибша. Для цього варто згадати класифікацію конкурентів, що пропонують Л. Мороз і Н. Чухрай [9], згідно з якою на ринку конкурують не лише товари-аналоги, але й товарно-родові конкуренти та бажання-конкуренти. Враховуючи це, необхідно враховувати, що будь-яка продукція конкурує за бажання споживача витратити кошти на саме її придбання і під час дослідження конкурентоспроможності необхідно вивчати не тільки товари-аналоги, але й загальний ринок регіону збуту — споживчий чи промисловий.

Вітчизняний науковець Т.М. Громова стверджує, що в умовах товарного ринку продукція набуває статусу конкурентоспроможної лише тоді, коли виробник одержує за неї більше ніж витрачає на її виробництво [10]. Інакше кажучи, за таким трактуванням конкурентоспроможною є вся продукція, ціна продажу якої вища за повну виробничу собівартість. Однак, якщо на таку продукцію попит доволі низький, з часом підприємство не зможе її продавати у достатній кількості для компенсації усіх витрат і отримання прибутку, тому не варто вважати абсолютним показником конкурентоспроможності співвідношення ціна-витрати. Хоча, безперечно, наявність певного рівня рентабельності продукції є важливим. Однак, це стосується передусім конкурентоспроможності підприємства, а не конкурентоспроможності продукції.

Помилковою є думка, що конкурентоспроможна продукція — це продукція найвищої якості, що присутня на ринку. Приклади успішного функціонування торгових марок і брендів різної якості як на вітчизняному, так і на зарубіжних ринках свідчать, що конкурентоспроможність формується за рахунок поєднання низки чинників і її треба розглядати усебічно. Найяскравіше це можна побачити на споживчих товарах, особливо продукції харчової промисловості. Для більшості товарів цієї категорії характерним є те, що на ринку одночасно присутні багато виробників, що пропонують продукцію різної якості і різної ціни, і кожній із представлених торгових марок властивий певний рівень попиту і конкурентоспроможності. На ринках продукції промислового призначення діють ті ж принципи, однак через специфіку просування продукції вони не настільки очевидні.

Враховуючи зазначене, загалом, конкурентоспроможність потрібно розглядати як комплексну категорію. На нашу думку, конкурентоспроможність — це здатність підприємства і його продукції протягом тривалого терміну успішно функціонувати на ринку і домінувати в окремих або усіх аспектах своєї діяльності над конкурентами.

Якщо підприємство домінує над підприємствами лише у певних аспектах, ми можемо говорити про відносну конкурентоспроможність, якщо ж воно домінує по всіх показниках, йдеться про абсолютну конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність підприємства і конкурентоспроможність продукції визначаються різними чинниками. Зауважимо, що продукція — це один із чинників конкурентоспроможності підприємства. Враховуючи це, проаналізуємо, які чинники впливають на формування конкурентоспроможності як підприємства, так і його продукції. Це дасть можливість у подальшому розробити ефективніші методи формування і управління конкурентоспроможністю.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від об'єкта порівняння, а також факторів, які використовуються для оцінки конкурентоспроможності. Залежно від доходу споживачів, конкурентоспроможність формується за конкретними видами об'єктів: середньої якості — для споживачів з низьким доходом (капіталом), високої якості — для масового споживача із середнім доходом, дуже високої (престижної) — для споживачів з високим доходом. Конкурентоспроможність об'єкта визначається стосовно конкретного ринку або конкретної групи споживачів, сформованої за визначеними ознаками стратегічної сегментації ринку.

На думку закордонних дослідників, конкурентоспроможність підприємства виражається через багаторівневу ієрархію факторів, де верхній рівень — частка ринку — безпосередньо залежить від досягнутої конкурентоспроможності продукції, другий рівень визначає її потенційну конкурентоспроможність, третій і четвертий — якість управління, останній, п'ятий рівень, — характеризує досягнуті економічні результати [6].

Рівень конкурентоспроможності економіки визначає інвестиційну привабливість країни і її окремих регіонів, дає можливість залучати іноземні інвестиції і створює клімат для розвитку окремих підприємств та науково-технічного розвитку. Чим вищий рівень конкурентоспроможності економіки, тим більше можливостей має підприємство як для свого розвитку всередині країни, так і для виведення продукції на зовнішні ринки.

Конкурентоспроможність галузі визначається наявністю в ній технічних, економічних та організаційних умов для створення, виробництва й збуту (з витратами, не вищими, ніж інтернаціональні) продукції високої якості, що задовольняє вимоги конкретних груп споживачів [11]. Можна зробити висновок, що конкурентоспроможність галузі впливає на здатність підприємства ефективно функціонувати на ринку, однак по відношенню до вітчизняних підприємств не надає йому додаткові конкурентні переваги у межах країни. Фактично конкурентоспроможність галузі впливає на конкурентоспроможність підприємства на світових ринках. Основний вплив галузь здійснює на конкурентоспроможність підприємства, а не на його продукцію.

У межах існування чинників конкурентоспроможності на рівні галузі варто наголосити на можливості створення у майбутньому стратегічних конкурентних переваг за допомогою формування кластерів. Ця структура об'єднує підприємства однієї галузі, що не є прямими конкурентами, але здатні забезпечити одне одного ресурсами, матеріалами, робочою силою, технологіями, ноу-хау для досягнення підвищених результатів діяльності за рахунок ефекту синергії. У кластерах важливе значення має їх географічна близькість, завдяки якій обмін матеріальними та нематеріальними ресурсами не потребує значних затрат часу. Кластеризація дозволяє підприємствам-учасникам обрати спеціалізацію та сконцентрувати сили на одному виді діяльності, що значно економить загальні витрати часу на виробничий цикл.

Принциповою відмінністю кластерів від інших структур інтегрованих підприємств є зв'язок з науково-дослідними інститутами та вищими навчальними закладами. Тоді як інші підприємства галузі витрачають ресурси та час на розроблення інновацій, підприємства-учасники кластеру переносять ці обов'язки на спеціалізовані організації, що займаються саме інноваціями. Співпраця з ВНЗ своєю чергою забезпечує кластерам кваліфіковану підготовку необхідних спеціалістів, що відразу після закінчення навчання готові приступати до роботи в кластері.

Підприємство може розробити стратегію, що передбачатиме формування кластеру, ядром якого воно буде. У остаточному результаті будуть отримані додаткові конкурентні переваги у вигляді доступу до якісних або дешевших ресурсів, гарантованих безперервних поставок необхідних матеріалів, отримання кваліфікованого персоналу тощо. Однак такий результат підприємство отримає лише через декілька років після початку кластеризації.

Вплив чинників макросередовища на діяльність підприємства детально описується у підручниках із маркетингу, менеджменту. Однак варто наголосити, що ці чинники також частково визначають конкурентоспроможність окремих підприємств. Зокрема політико-правове середовище доволі часто визначає особливості лобювання інтересів окремих підприємств або галузей економіки, що або створює бар'єри для входження у певну галузь інших підприємств, або ж навпаки — різко збільшує чисельність конкуруючих суб'єктів, створюючи привабливі умови для появи на ринку нових підприємств. Демографічні чинники визначають потенційну і майбутню місткість, структуру споживчого ринку, а отже, і потенційні обсяги збуту підприємств та сегменти, у яких вони зможуть функціонувати. Економічні чинники визначають, передусім, купівельну спроможність потенційних споживачів підприємства.

Однак, досліджуючи питання управління конкурентоспроможністю підприємства і продукції, найбільшу увагу, на нашу думку, потрібно приділяти тим зовнішнім чинникам, на які підприємство може впливати своїми діями. До таких чинників зараховуємо: споживачів (наявність споживачів, їх лояльність до підприємства і його продукції, купівельні уподобання тощо); поведінку конкурентів (форми конкурентної боротьби, які обирають конкуренти – цінову, комунікаційну, удосконалення товару тощо); наявність чи відсутність практик нечесної конкурентної боротьби тощо); ставлення до підприємства і продукції громадськості (наявність чинників забруднення підприємством навколишнього середовища, шкідливість впливу продукції чи її відходів на споживачів, співпраця підприємства із місцевими громадами та їх підтримка у вигляді корпоративної соціальної відповідальності); контактні аудиторії і наявність маркетингових каналів для поширення інформації контактним аудиторіям (можливість розповсюдження маркетингових комунікацій цільовим групам населення, доступність для підприємства контактних аудиторій засобів масової інформації, громадських організацій, навчальних закладів, державних установ тощо).

Також залежно від особливостей виду діяльності підприємств та характеру продукції можна виділити й інші групи чинників зовнішнього середовища, що впливають на конкурентоспроможність. Зокрема, на нашу думку, першочергово такі

чинники відрізняються для промислових, сільськогосподарських, видобувних підприємств та підприємств сфери послуг.

Конкурентоспроможність підприємства сільського господарства залежить від низки чинників: продукції — культур та тварин, які вирощують. Якщо рівень урожайності на певну культуру або віддачі від тваринництва не виправдовує очікуваних результатів, підприємства за порівняно короткий проміжок часу (один рік, за винятком садівництва) може змінити продукцію, що вирощує; погодних умов; земельних площ, на яких вирощують сільськогосподарську продукцію, та якості цих площ (наприклад, родючості ґрунтів); наявності техніки та використання технологій підвищення урожайності (зокрема, використання добрив); фінансові — доступ до фінансових ресурсів та уміння ними управляти; правове і економічне середовище, у якому функціонує підприємство; здатності керівництва вчасно організувати основні сільськогосподарські роботи та збут урожаю.

З цього можна зробити висновок, що частина чинників є об'єктивними і пов'язаними із природнокліматичними умовами. Інакше кажучи, значною мірою конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства визначається зовнішніми умовами, а не здібностями менеджерів і працівників, чи наявними технологіями.

На основі вивчення літературних джерел і власних досліджень, ми дійшли до висновку, що конкурентоспроможність — це властивість об'єкта, яка характеризує ступінь задоволення конкретної потреби порівняно з кращими аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Тобто це здатність товару витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними товарами в умовах конкретного ринку в певний проміжок часу [13]. Конкурентоспроможність в найзагальнішому вигляді — це здатність економічного суб'єкта відповідати вимогам конкурентного ринку, перемагати в конкуренції.

Стосовно до економічної сфери конкурентоспроможність у самому загальному вигляді — володіння властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання. Ці властивості можуть відноситися до різних за природою об'єктів — видів продукції, підприємств і організаціям, їх групам, які створюють галузеві або конгломеративні об'єднання і комплекси, нарешті, до окремих регіонів, виступаючих в якості суб'єктів конкурентної боротьби.

Сучасних визначень конкурентоспроможності, прийнятих рядом офіційних організацій і пропоновані окремими ученими, зводяться до визначення конкурентоспроможності як здатності компаній, галузей регіонів і націй забезпечувати порівняно високий рівень прибутків і заробітної плати, залишаючись відкритими для конкуренції [14].

Важливо відмітити, що в цих визначеннях відбивається новий етап еволюції джерел конкурентоспроможності. Якщо традиційно першорядним вважалося вигідне географічне положення, володіння багатими ресурсами, наявність сприятливих цін на основні чинники виробництва, то нині акценти зміщуються у бік таких чинників, як висока продуктивність, якість життя, володіння новітніми технологіями, а так само економічне середовище, сприяюче технологічному лідерству і виробленню успішної глобальної стратегії.

Таким чином, конкурентоспроможність сільського регіону представляє синергію конкурентоздатностей його природних умов, економіко-географічного положення і макрорідсистем, визначаючих схему функціонування регіону. Вона також багато в чому залежить від міри відмінностей в економічному потенціалі сільських територій, їх конкурентоспроможності, збалансованості регіонального відтворення, рівня взаємозв'язку структур виробництва і переробки, ефективності соціально-економічного функціонування і розвитку продуктивних сил.

Диференціація конкурентоспроможності і умов розвитку сільських територій в Україні усе більш позначається на стані усіх виробничих сфер і систем.

Конкурентоспроможність сільського регіону залежить від того, наскільки регіональний інтегральний показник конкурентоспроможності і ефективності розвитку зможе зацікавити всю систему виробництва і управління, підприємницькі структури, бізнес-структури, кожного працівника, трудові колективи в усіх сферах, комплексах і галузях економіки регіону в максимальному виявленні резервів економічного зростання виробництва і його розвитку. У тому числі в його якісному і структурному вдосконаленні, зниженні затратности, витрат звернення, трансакційних витрат, в істотному підвищенні ефективності господарювання, управління і фінансового оздоровлення економіки регіону. Ці резерви визначаються не лише мірою залучення до процесу економічного і політичного реформування виробничих підприємств і організацій, підприємницьких структур регіону, але і якістю інтеграції їх зусиль. Ефект від такої інтеграції, так званої синергетичний системний ефект, виходить від кращого використання ресурсів при комбінуванні виробничої і підприємницької діяльності, при їх оптимальній спеціалізації і кооперації, створенні міжгалузевих корпорацій, об'єднань, концернів, фінансово-промислових груп, торгово-промислових фірм і т. д. Синергетичний ефект у напрямі забезпечення конкурентоспроможності зростає при безпосередньому взаємозв'язку підприємств промисловості, агропромислового виробництва, торгівлі, кооперативів з фінансово-кредитними і інвестиційними установами, науково-дослідними, соціально-культурними організаціями в масштабах сільського регіону, а також при якнайповнішому і ефективнішому розвитку виробничих і комерційних зв'язків цього регіону з іншими регіонами країни в системі єдиного народно-господарського комплексу України і участю в зовнішньоекономічних зв'язках.

Оптимальне поєднання роботи підприємств, підприємницьких структур і організацій, різних видів виробничої, підприємницької, торговельно-науковою і бізнес-діяльності, використання регіональних внутрішньогосподарських резервів конкурентоспроможності створюють принципово нові умови і можливості для повноцінної реалізації соціально-економічного потенціалу регіону, різкого збільшення його віддачі. Найближчим, першочерговим завданням економічного управління і регулювання підприємницької діяльності регіону являється використання нових виробничих і ринкових економічних стосунків для всілякого виявлення і включення в економічний оборот резервів зростання, товарів народного споживання, швидкого насичення ними регіонального споживчого ринку в необхідних якості і асортименті. Це припускає проведення активної маркетингової політики у поєднанні із зміцненням внутрішньовиробничої економічної дисципліни і міжгосподарських міжгалузевих економічних стосунків.

Як показує аналіз, існуюча система управління в регіонах, по-перше, дуже слабо враховує внутрішньовиробничі резерви підприємств і виробничих формувань регіону. По-друге, можливий ефект спільної діяльності виробничих і підприємницьких структур різних галузей, розміщених в одному регіоні, по суті не враховується. Це протидіє використанню переваг суспільного розподілу праці, переваг комплексного розвитку виробничих сил окремих регіонів, а, отже, і країни в цілому.

При існуючій системі господарювання сільський регіон вступає в економічний оборот не як цілісна економічна система, що має свою логіку розвитку, своє місце в народногосподарському комплексі країни, а як конгломерат економічно не пов'язаних між собою виробничих і підприємницьких структур. При цьому кожне підприємство або формування не пов'язані з інтересами цього регіону в цілому. Це, звісно, породжує органічні недоліки у використанні природних багатств і виробничо-економічного потенціалу окремих економічних регіонів, а також заважає їх соціальному і економічному розвитку, якнайповнішому використанню їх можливостей і резервів.

Ключову позицію в мобілізації резервів економічного і соціального розвитку кожного регіону займає орієнтація його економічного зростання на конкурентоспроможність і розвиток високої соціально-економічної ефективності.

Автор підтримує висновок О.Г. Макаренка, що полягає в тому, що «в нових умовах господарювання необхідно прискорити процес створення конкурентоздатних систем управління, адаптованих до ринкових відносин, посилити їх інформаційну забезпеченість і стратегічну орієнтацію» [15, с.5].

Нині конкурентоспроможність регіонів стає проблемою національної безпеки. В зв'язку з цим автор вважає, що необхідно управляти не лише і не стільки конкурентоспроможністю продукції, послуг або підприємства, але управляти конкурентоспроможністю регіону, територіальної організації, регіональних виробничо-економічних і соціально-економічних систем.

Стійкість розвитку і конкурентоспроможність сільських регіонів багато в чому залежить від успішного рішення складних багатофакторних проблем підвищення і забезпечення рівнів конкурентоспроможності регіональних агропромислових систем і сільських муніципальних утворень. В зв'язку з цим представляється продуктивним підхід до аналізу регіональних агросистем як цілеспрямованих адаптивних систем із зворотнім зв'язком, які враховують чинники стабільного розвитку. Його використання дозволило побудувати класифікацію конкурентних переваг регіональних агропродовольчих систем за ознаками складності економічних і управлінських проблем і запропонувати нові підходи до кількісної многокритеріальної оцінки рівнів конкурентоспроможності регіональних агропродовольчих систем, а також сільських територіальних і муніципальних утворень.

На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що на конкурентоспроможність продукції і підприємства впливає низка чинників. Залежно від галузі функціонування підприємства, ступеня його самостійності (інтегрованості), вибору пріоритетних напрямів у дослідженні конкурентоспроможності підприємства доцільно обирати ту чи іншу систему чинників конкурентоспроможності підприємств. Важливим є розуміння того, що за правильного управління кожен чинник здатний сприяти формуванню додаткових конкурентних переваг, тому важливим є визначення методів і напрямків управління чинниками конкурентоспроможності як підприємства, так і його продукції.

На основі вивчення літературних джерел і власних досліджень, ми дійшли до висновку, що конкурентоспроможність — це властивість об'єкта, яка характеризує ступінь задоволення конкретної потреби порівняно з кращими аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Тобто це здатність товару витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними товарами в умовах конкретного ринку в певний проміжок часу.

Стійкість розвитку і конкурентоспроможність сільських регіонів багато в чому залежить від успішного рішення складних багатофакторних проблем підвищення і забезпечення рівнів конкурентоспроможності регіональних агропромислових систем і сільських муніципальних утворень.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. *Нефедова О.Г.* Конкурентоспроможність в умовах зовнішніх змін // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2007. — № 5. Т. 2. — С. 212—215.

2. *Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В.* Управління конкурентоздатністю організації: Підручник. — К.: Кондор, 2009. — 470 с.

3. *Грицишин Н.* Оцінка конкурентоспроможності підприємства // Вісник Львівського університету. Серія економічна. Вип. 33. — 2004. — С. 431—436.

4. *Афонін А.С., Білоусова С.В., Мільські К.* Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання: теоретичні аспекти і висновки для індустрії туризму // Бізнес-навігатор. — 2008. — № 3(15). — С. 172—183.

5. *Сумець О.М., Сомова О.Є., Пеліхов Є.Ф.* Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства: навч.-практ. Посібник для студентів економ. спец. — К.: Професіонал, 2007. — 208 с.

6. Адамик В., Вербицька Г. Оцінка конкурентоспроможності підприємства // Вісник Тернопільського національного економічного університету. — 2008. — №1. — С. 69—78.

7. Струк Н. Оцінка конкурентоспроможності в системі аналізу перспективності ділового партнерства підприємств // Вісник Львівськ. нац. ун-ту. Серія економічна. — Львів, 2008. — Вип. 37(1). — С.89—93.

8. Минько Э.В., Кричевский М.Л. Качество и конкурентоспособность. — СПб.: Питер, 2004. — 268с.

9. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг: Навч. посібник; збірник вправ. — Львів: Держ. ун-тет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий цент «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів), 1999. — 244 с.

10. Громова Т.М. Розвиток конкуренції як інституту торгівлі в сучасних економічних умовах // Наука й економіка. Наук.-теорет. журн. Хмельницьк. екон. ун-ту. — 2008. — №4 (12). — С. 151—155.

11. *Конкурентоспроможність* підприємства. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://library.if.ua/book/14/1232.html>.

12. Райсберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999. 479 с.

13. *Конкурентоспособность* товара // Маркетолог. — 2000. — № 4. — С. 18.

14. *The OECD Observer*. — 1996. № 97. — P3.

15. Макаренко О.Г. Формирование конкурентоспособных систем управления промышленного производства. Самара, 1997.

**О.В. Яценко**

### **Потенциал конкурентоспособности и стойкого развития сельского региона**

*Уточнена сутність поняття «конкурентоспроможність сільського регіону». Определены направления повышения конкурентоспособности сельских регионов как составляющей экономического роста. Выделены основные факторы, которые влияют на конкурентоспособность и устойчивое развитие сельского региона. Определены пути более эффективного использования потенциала сельских регионов. Рассмотрены проблемы взаимного воздействия экономических и социальных факторов развития сельских регионов. Определена их роль в формировании эффективного механизма функционирования агропромышленного комплекса.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентоспособность продукции, конкурентоспособность сельского региона, внешние факторы конкурентоспособности, устойчивое развитие.

**O. Yatsenko**

### **Competitive potential and persistent rural development**

*Refined essence of the concept of «competitiveness of the rural region.» The directions of improving the competitiveness of rural areas as a component of economic growth. Main factors that affect the competitiveness and sustainable development of the rural region are described. Ways to better development of the potential of rural areas are defined. The ways identified of solving the problem of the mutual impact of economic and social factors in the development of rural areas. The role in the formation of an effective mechanism of the agricultural sector are determined.*

**Key words:** competitiveness, competitiveness, the competitiveness of agriculture in the region, external factors of competitiveness, sustainable development.

*e-mail:* [jimp@ukr.net](mailto:jimp@ukr.net)

Надійшла до редколегії 16.04.2012 р.